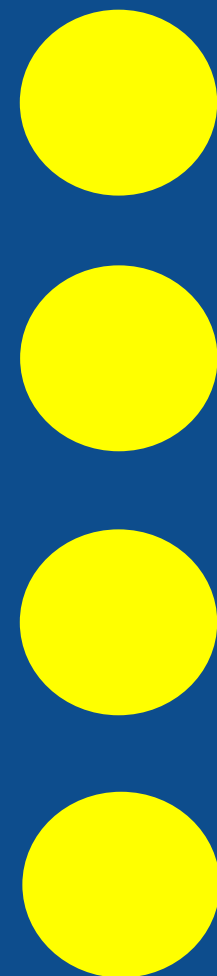


Gli altri modi di leggere

Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori – Realizzato da Pepe Research

Più libri più liberi - 9 dicembre 2022



Cosa presentiamo

Lo sviluppo di un ecosistema digitale, la crescita e l'articolazione dei generi editoriali, le letture che si effettuano attraverso dispositivi digitali, l'ascolto di audiolibri, ecc. rendono sempre più complesso il tema tradizionale della rilevazione della lettura. La domanda preliminare che dobbiamo porci diventa: cosa intendiamo (*cosa intende l'intervistato*) con lettura, come si percepisce come lettore.

- Dal 2017 l'Osservatorio Aie sulla lettura e i consumi culturali ha monitorato questi processi assumendo in un modulo dell'Osservatorio anche una prospettiva più ampia di lettura e di lettore per evidenziarne i cambiamenti nel tempo.

Questo modulo rileva questi comportamenti sullo stesso campione della popolazione, e con le stesse metodologie (CATI – CAWI) dell'Osservatorio AIE sulla lettura, ma:

- Su un'unità di tempo diversa: gli ultimi 3 mesi anziché i 12 tradizionali.
- Considerando non più solo la lettura di libri a stampa, di ebook, audiolibri, ma anche l'ascolto di podcast, la lettura di contenuti editoriali presenti su newsletter, piattaforme social, siti di fanfiction, siti specializzati e tematici, l'ascolto di autore nel corso di letture pubbliche, ma anche l'ingresso in «mondi narrativi», «divulgativi», di «utilità pratiche» (manuali) attraverso «porte» di ingresso non più esclusivamente testuali (ma concorrenti sul piano del tempo dedicato alla lettura di libri); porte di ingresso rappresentate da trasmissioni e serie televisive, videogiochi, tutorial presenti su YouTube, videogiochi, ecc.

Una premessa

- Consideriamo la lettura come un'attività che soddisfa dei bisogni: di evasione (narrativa), approfondimento (saggistica), per risolvere alcuni problemi pratici (manualistica), o di carattere professionale, ecc.
- Un'attività – all'interno della disponibilità di tempo della persona – che è oggi «concorrenza» con altre attività che nel nuovo ecosistema digitale permettono di soddisfare quegli stessi bisogni con altri prodotti non più di natura editoriale tradizionale.
- Prenderemo in esame la lettura da questo diverso punto di vista

La lettura di libri, e-book, ascolto di audiolibri come uno dei modi di accesso a mondi e contenuti «editoriali»

I mondi e i contenuti editoriali

Storie e mondi narrativi
(romanzi, fumetti)

Saggistici
(storica, scientifica, arte)

Professionali
(formazione, aggiornamento)

Utilità quotidiane
(manuali, guide, self help)

I formati

A stampa su carta: libri (romanzo, saggio, illustrato, fumetto, manuale) periodici (dal giardinaggio alla cucina)

Digitali: e-book, blog letterari, fan-fiction, siti specialistici per contenuto, blog, community, social network

Audio: audiolibri (da piattaforme in abbonamento, su supporto fisico), ascolto di letture pubbliche

Video: schermi televisivi (pay, in chiaro), cinema, videogame

L'arco temporale considerato

Ultimi 3 mesi

La matrice dei mondi narrativi

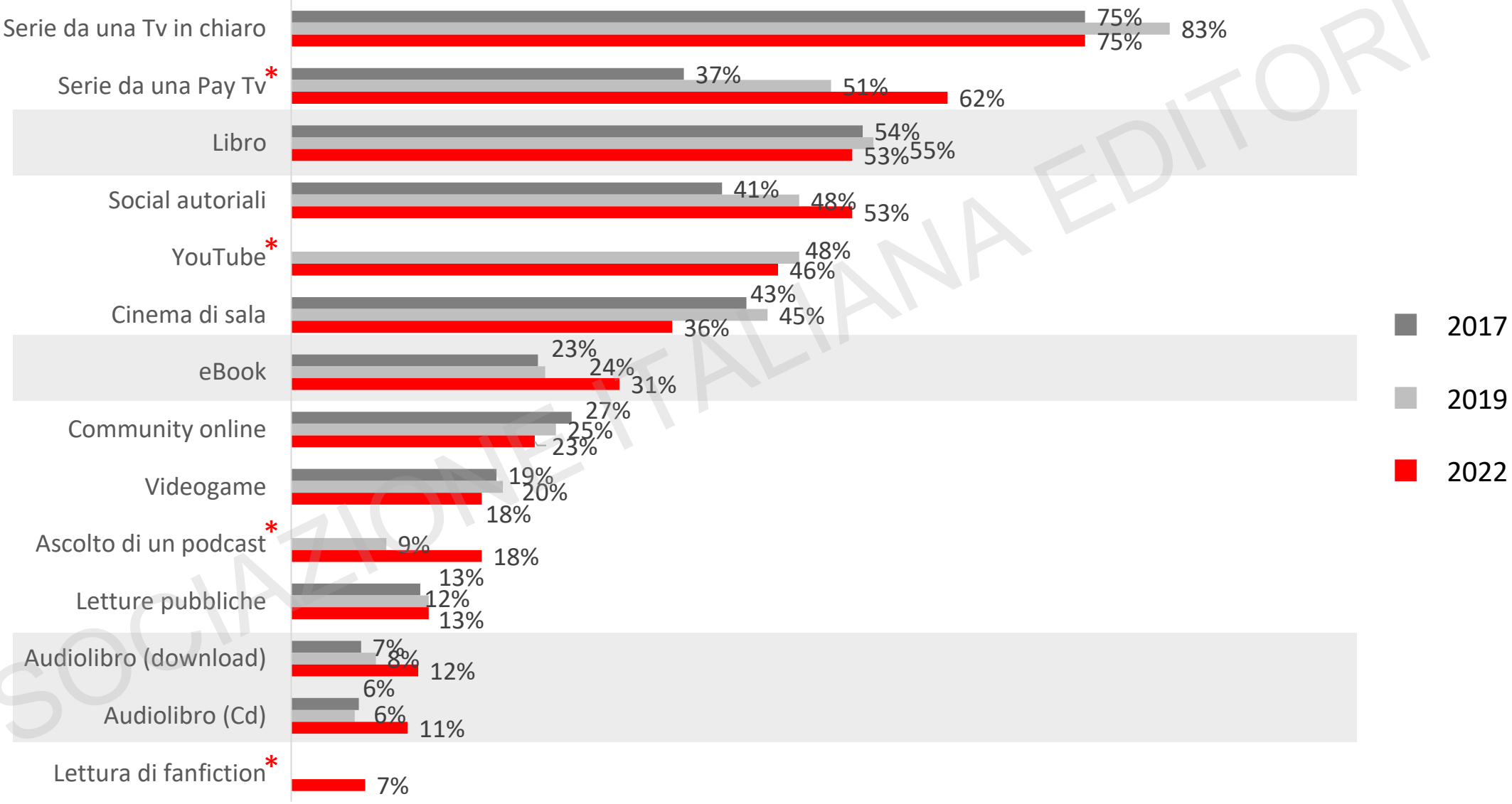
I mondi e i contenuti editoriali

«I **mondi narrativi** che può trovare in **romanzi** (best-seller, gialli, fantasy, romanzi d'autore, ecc.), biografie o autobiografie, fumetti, in **storie** che può vedere nelle serie televisive, in un film, in un videogioco, ascoltare in un audiolibro o in un podcast, ecc..»

Libri a stampa	Digitale	Audio	Video
 <p>Libro (romanzo)</p>	 <p>e-book</p>	 <p>Audiolibro da Audible, Storytel</p>	 <p>Tv in chiaro</p>
	 <p>Community online</p>	 <p>Audiolibro CD</p>	 <p>Pay Tv</p>
	 <p>Social</p>	 <p>Ascolto letture pubbliche</p>	 <p>Cinema di sala</p>
	 <p>Lettura di fanfiction</p>	 <p>Ascolto di un podcast</p>	 <p>Videogame</p>
			 <p>YouTube</p>

Come si accede ai mondi narrativi negli ultimi 3 mesi: 2017-2022

Valori in %, popolazione 15-74 anni



*Non rilevati negli anni precedenti

La matrice dei mondi delle utilità quotidiane (manuali)

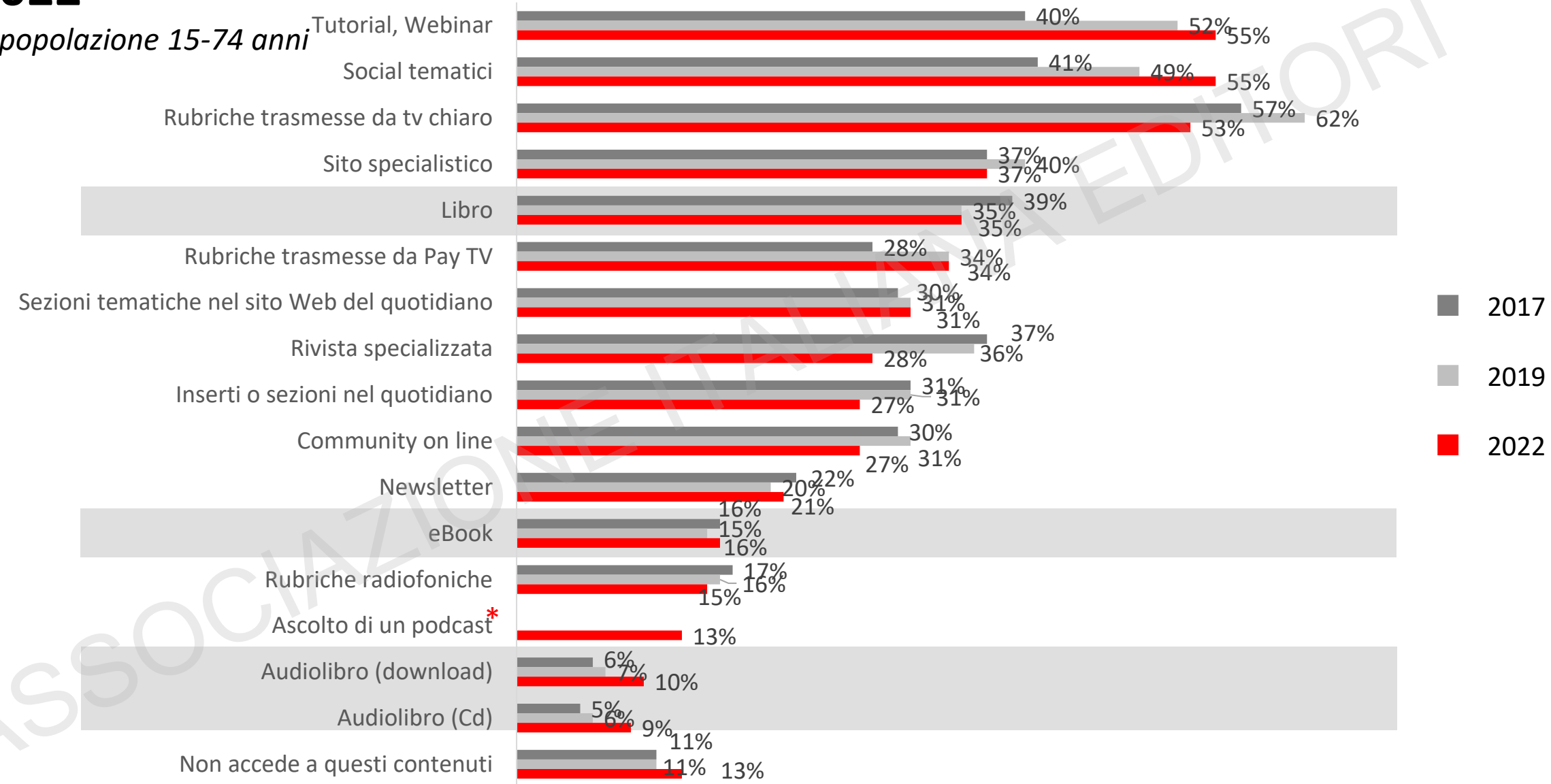
I mondi e i contenuti editoriali

«Contenuti che si trovano in **manuali** o **guide**. Tutti quei contenuti che permettono di affrontare **questioni pratiche della vita quotidiana**: per i propri hobbies, come cucina, sport, salute, autoapprendimento, cura degli animali, giardinaggio, viaggi, ecc...»

Libri a stampa	Digitale	Audio	Video
 Libro (manuale)	 e-book	 Audiolibro da Audible, Storytel	 Tv in chiaro
	 Community online	 Audiolibro CD	 Pay Tv
	 Social	 Radio	 YouTube
	 Sito quotidiano/riviste	 Ascolto di un podcast	
	 Sito tematico		
	 Newsletter		

Come si accede ai mondi delle utilità pratiche (manuali) negli ultimi 3 mesi: 2017-2022

Valori in %, popolazione 15-74 anni



* Non rilevati negli anni precedenti

La matrice degli approfondimenti culturali e della divulgazione (saggistica)

I mondi e i contenuti editoriali

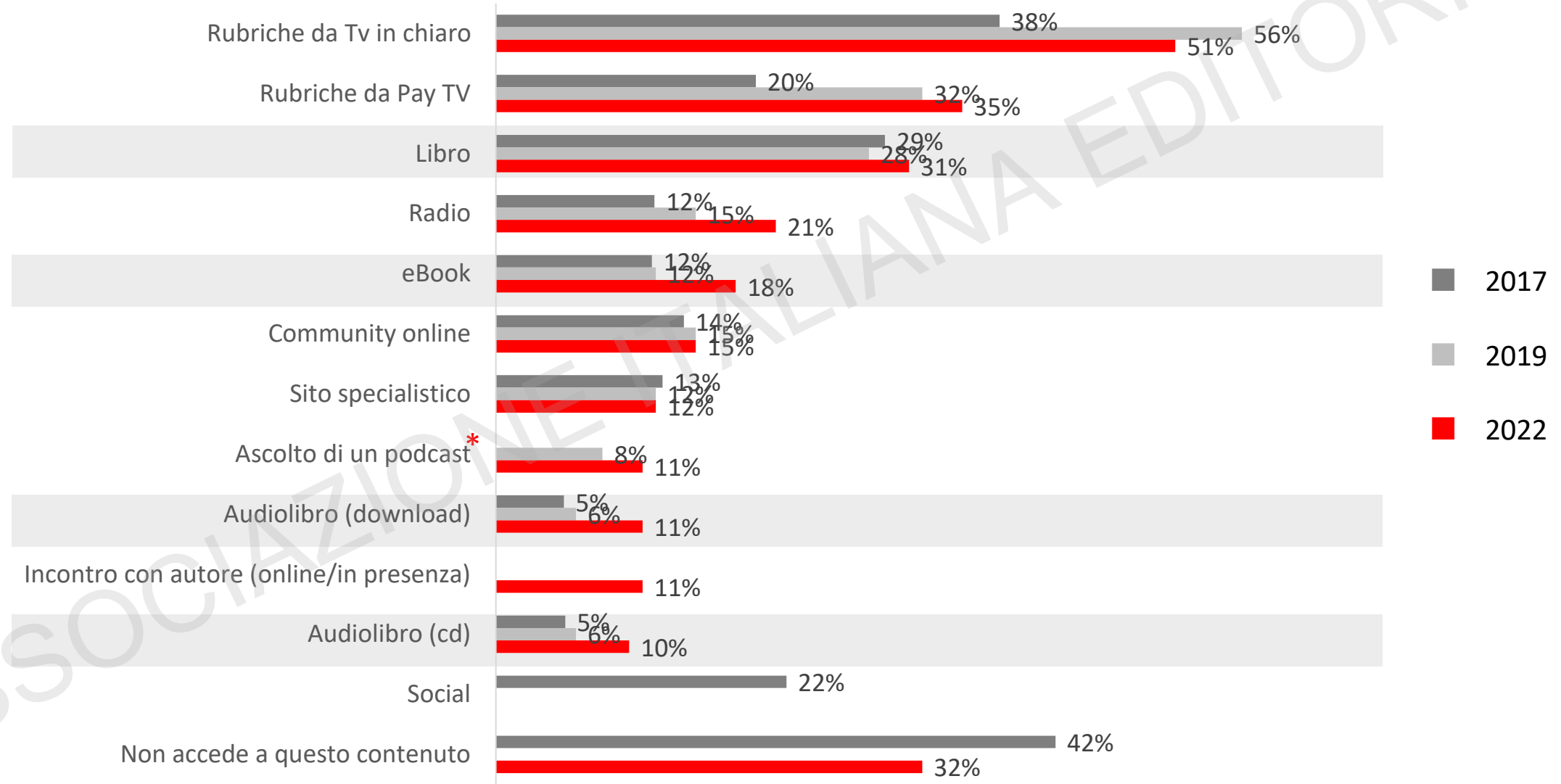
«Contenuti di rilievo culturale: saggi ad esempio storici, scientifici, filosofici, politici, letterari, artistici o di costume»

Libri a stampa	Digitale	Audio	Video
 Libro <i>(saggistica)</i>	 e-book	 Audiolibro da Audible, Storytel	 Tv in chiaro
	 Community online	 Audiolibro CD	 Pay Tv
	 Presentazione	 Radio	
	 Sito specializzato	 Ascolto di un podcast	

ASSOCIAZIONE

Come si accede ai mondi degli approfondimenti culturali e della divulgazione negli ultimi 3 mesi: 2017-2022

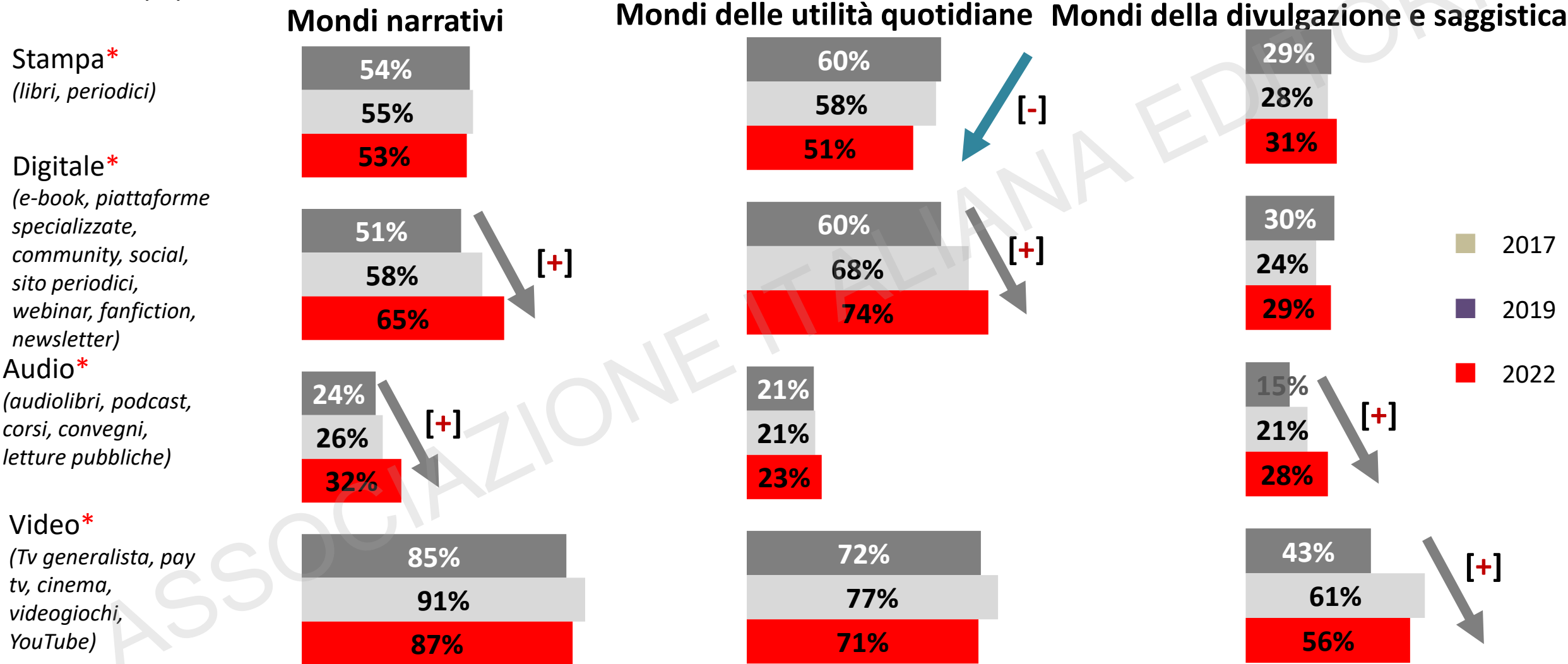
Valori in %, popolazione 15-74 anni



*Non rilevati negli anni precedenti

Confronto sui modi di accedere ai mondi degli approfondimenti culturali e della divulgazione negli ultimi 3 mesi

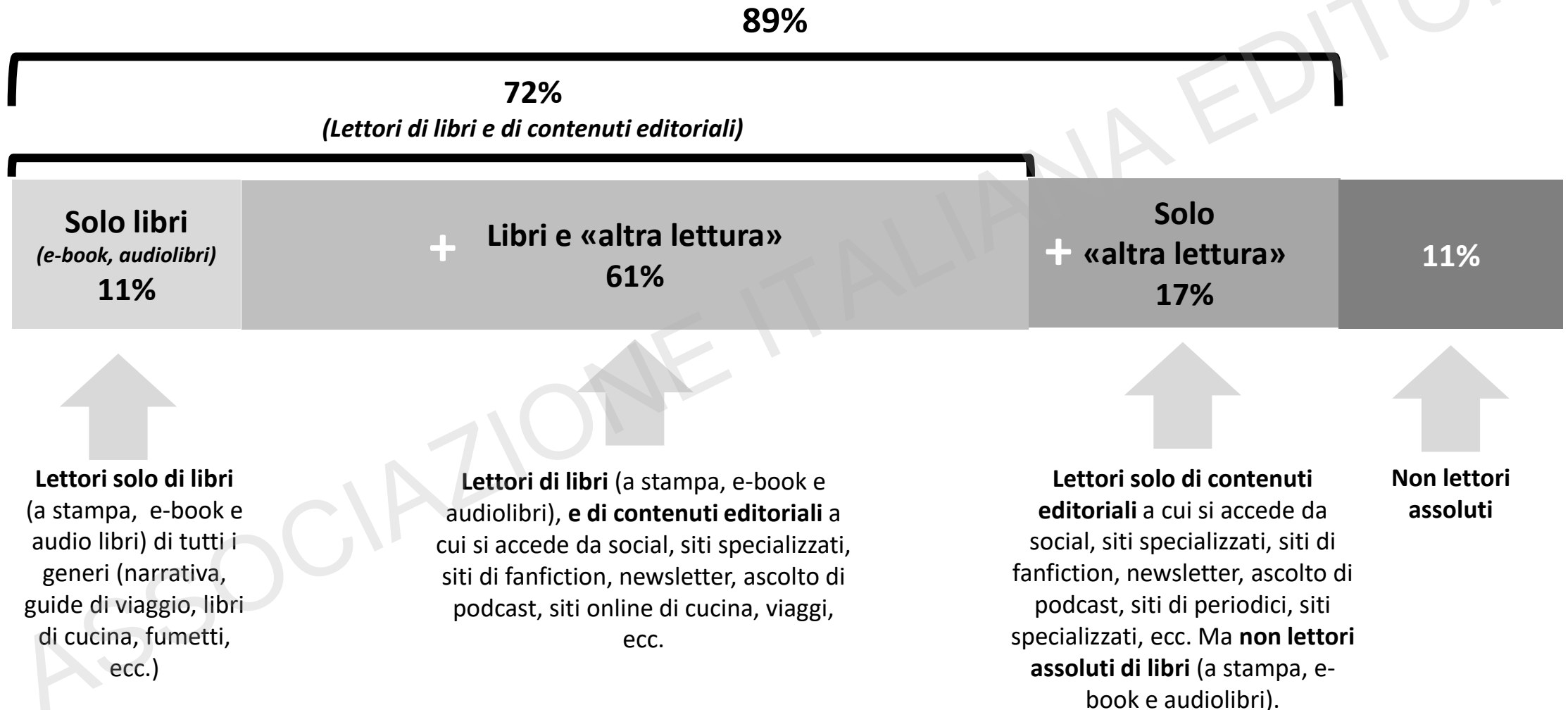
Valori in %, popolazione 15-74 anni



* Gli item indicati si riferiscono a tutti quelli considerati per singoli mondi

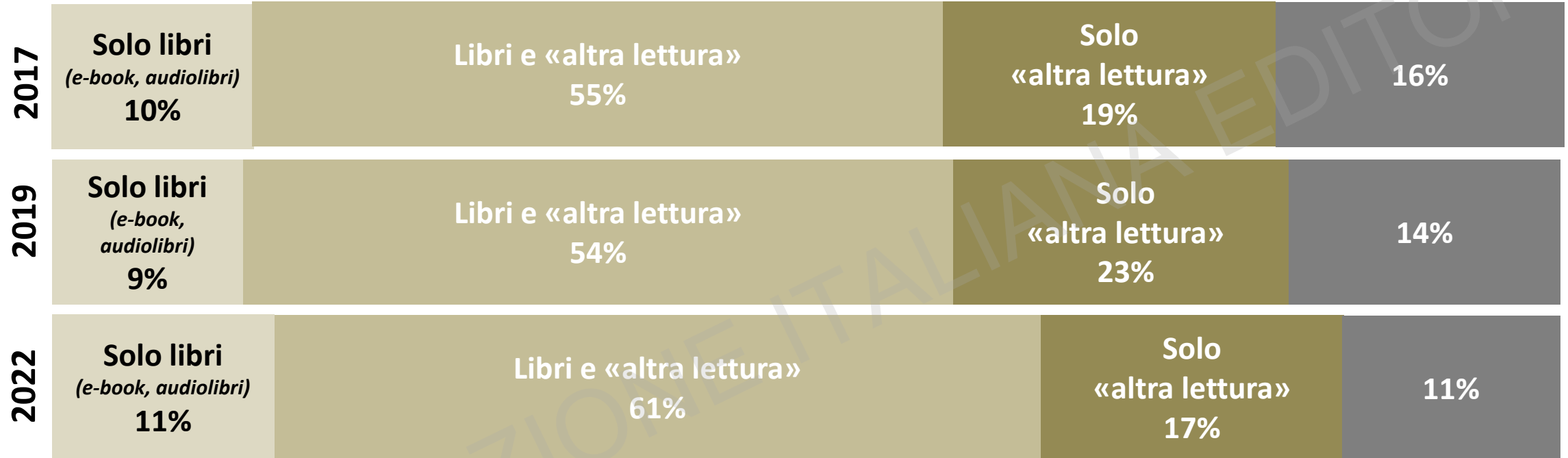
La lettura di libri, e-book, ascolto di audiolibri e gli altri modi di accedere a mondi e contenuti negli ultimi 3 mesi: 2022

Valori in % sulla popolazione 15-74



La lettura di libri, e-book, ascolto di audiolibri e gli altri modi di accedere a mondi e contenuti negli ultimi 3 mesi: 2017-2022

Valori in % sulla popolazione 15-74



Lettori solo di libri (a stampa, e-book e audio libri) di tutti i generi (narrativa, guide di viaggio, libri di cucina, fumetti, ecc.)

Lettori di libri (a stampa, e-book e audiolibri), **e di contenuti editoriali** a cui si accede da social, siti specializzati, siti di fanfiction, newsletter, ascolto di podcast, autori di riviste cartacee, siti online di cucina, viaggi, ecc.

Lettori solo di contenuti editoriali a cui si accede da social, siti specializzati, siti di fanfiction, newsletter, ascolto di podcast, siti di periodici, siti specializzati, ecc. Ma **non lettori assoluti di libri** (a stampa, e-book e audiolibri).

Non lettori assoluti

Cosa può significare?

Quanti sono?

Solo libri
10%-11%
[=]

Chi sono?

Lettori solo di libri (a stampa, e-book e audio libri) di tutti i generi (narrativa, guide di viaggio, libri di cucina, fumetti, ecc.)

Cosa posso fare?

Conservarli e fidelizzarli
Aumentare la loro intensità di lettura / acquisto / abbonamento

Rischi potenziali?

Quota di «lettori» potenzialmente destinata a restringersi progressivamente?

Libri e «altra lettura»
55%-61%
[+ +]

Lettori di libri (a stampa, e-book e audiolibri), **e di contenuti editoriali** a cui si accede da social, siti specializzati, siti di fanfiction, newsletter, ascolto di podcast, autori di riviste cartacee, siti online di cucina, viaggi, ecc.

Aumentare nella loro dieta la quota di libri o e-book letti / acquistati.
Pensare a prodotti / servizi editoriali innovativi a valore aggiunto per loro.
Non mi posso permettere che nella loro dieta diminuisca la quota di lettura di libri / e-book.

Abbandono progressivo (ulteriore) del libro a favore di altri contenuti editoriali a cui già accede con soddisfazione?

Solo «altra lettura»
19%-17%
[+]

Lettori solo di contenuti editoriali a cui si accede da social, siti specializzati, siti di fanfiction, newsletter, ascolto di podcast, siti specializzati, ecc. Ma **non lettori assoluti di libri** (a stampa, e-book e audiolibri).

Pur non leggendo libri, e-book, ascolto di audiolibri, esprimono una domanda di evasione, informazione, aggiornamento attraverso la lettura di contenuti editoriali da altri dispositivi. Li devo intercettare e conquistare.

«Inerzia» verso un cambiamento a un approccio più articolato e completo di «lettura». Bassi indici di competenze alfabetiche.

Grazie

ufficiostudi@aie.it

