

COMUNICATO STAMPA

“Cosa leggeremo l’anno prossimo?”: L’Osservatorio sul Futuro dell’Editoria di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli presenta il primo rapporto annuale sui fenomeni del mercato

Milano, 18 novembre 2022 – L’**Osservatorio sul Futuro dell’Editoria** - il progetto ideato da Fondazione Giangiacomo Feltrinelli in collaborazione con il Gruppo Feltrinelli, nato dalla volontà di intercettare e analizzare le trasformazioni del settore nel perimetro della transizione digitale - presenta oggi, **venerdì 18 novembre alle ore 18.30**, nell’ambito di Bookcity Milano, “**Cosa leggeremo l’anno prossimo?**”, il primo rapporto annuale sui fenomeni che guideranno il mercato dell’editoria nel 2023.

Grazie al **contributo di professionisti ed esperti** del mondo accademico, editoriale, tecnologico e manageriale, lo studio – che si pone come punto di avvio di ulteriori indagini future – propone le evidenze raccolte dall’Osservatorio sul Futuro dell’Editoria nei suoi diversi ambiti di studio: dall’evoluzione dell’**oggetto libro** nel tempo alla recente diffusione di **nuove modalità di lettura** e, ancora, dall’impatto della **multimedialità** e del **digitale** sulla produzione, distribuzione e fruizione dei contenuti fino alle **risposte del settore** alle nuove esigenze del pubblico.

Highlights del Rapporto

La lettura e le giovani generazioni: cosa e come leggono i ragazzi?

- Determinanti nel guidare i fenomeni che oggi influenzano il settore sono le **giovani generazioni**, che trovano nei generi del **fantasy**, del **giallo**, dell’**horror** e dei **fumetti** le forme di linguaggio maggiormente in linea con le loro passioni. *(dal contributo di Lodovica Cima)*
- Le **ragazze** leggono di più dei ragazzi e, in una classe di studenti, la percentuale media di lettori forti si attesta al di sotto del 15%. Questi ultimi prediligono il **libro cartaceo**, mentre meno del 12% del campione totale preferisce l’**e-book**. Inoltre, la fascia d’età 11 - 14 anni si distingue per la ricerca di un’esperienza di lettura che punta a essere sempre meno individuale e sempre più **condivisa** – come dimostra la recente ascesa di Booktoker, Book Club e di piattaforme di narrazione online – oltre che **multimediale**. *(dal contributo di Lodovica Cima)*
- Tra le piattaforme di condivisione, **Wattpad** è quella di maggior successo: qui la community italiana conta 1.5 milioni di utenti con 14 milioni di storie scritte in italiano. *(dal contributo di Paola Dubini)*

- Tra gli adolescenti emerge un fenomeno di “**doppio ingresso nella lettura**”: durante il giorno – in alternanza allo studio – i ragazzi leggono i titoli consigliati dagli adulti; la sera e durante il week-end leggono invece libri scelti in autonomia. Si incrociano quindi due tipi di lettura: una più *emozionale* e autonoma; una *cognitiva* e guidata. *(dal contributo di Lodovica Cima)*

Lo slancio dei prodotti audio

- Un fenomeno rivoluzionario per l’editoria, in una società in cui l’enfasi viene comunemente posta sulla prevalenza delle immagini, è quello della crescita dei **prodotti audio**. I **podcast** sono ascoltati da poco più di 11 milioni di lettori; gli **audiolibri** contano invece un milione di utilizzatori. *(dai contributi di Paola Dubini e Marco Ferrario)*
- A livello europeo, nel **Nord Europa**, la media di ascolto degli audiolibri copre tra le 25 e le 30 ore al mese – l’equivalente di quasi tre libri; al **Sud** la media si attesta tra le 14 e le 22 ore, che equivalgono a meno di due libri. *(dati Ipsos, dal contributo di Marco Ferrario)*
- Quale il **profilo attuale dell’ascoltatore** di prodotti audio? Prevalgono persone di età inferiore ai 35 anni (41%), donne (58%) e ascoltatori con un elevato grado di istruzione (laurea per il 30% del campione analizzato). *(dati Ipsos, dal contributo di Marco Ferrario)*
- La grande maggioranza degli ascolti avviene in **casa** (73%) e, a seguire, in auto (28%), sui mezzi di trasporto (22%) e camminando (21%). Se esiste una base di appassionati che durante l’ascolto si concentra solo su questo, la maggioranza dei fruitori “**ascolta mentre fa altro**”, una delle principali ragioni di apprezzamento di questi prodotti. *(dati Ipsos Digital Audio Survey, dal contributo di Marco Ferrario)*

Una panoramica dell’offerta nell’editoria

- A una **crescita dell’offerta** in termini di titoli (85.000 novità nel 2021) si sta sempre più contrapponendo una **riduzione della tiratura** (5.730 copie di editoria varia tra le categorie adulti e ragazzi). *(dati AIE, dal contributo di Paola Dubini)*
- I **lettori over 65** crescono più di quelli giovani: rispetto ai 7 milioni degli anni ’70, oggi sono il doppio. Il **libro cartaceo** si conferma il principale strumento di lettura: **3 persone su 4** (73,6%) leggono esclusivamente su carta; il 9,4% solo e-book. *(dati AIE, dal contributo di Paola Dubini)*
- Emerge in maniera sempre più evidente una **polarizzazione** tra bestseller di grande successo e titoli che raggiungono una tiratura contenuta (meno di 10.000 copie), mentre sono in progressiva riduzione i titoli di successo medio. *(dati AIE, dal contributo di Paola Dubini)*
- Il **43%** dei libri venduti viene acquistato online, canale di vendita privilegiato soprattutto per gli **editori di piccole dimensioni** *(dati AIE, dal contributo di Paola Dubini)*
- I **generi più acquistati nel 2021**, in crescita rispetto al 2020, sono i fumetti (+134%), la narrativa di genere straniera (+15%), i libri per bambini 0-5 anni (+23%), la narrativa di genere

italiana (+13%), biografie e autobiografie (+22%), politica e attualità (+32%) e famiglia e benessere (+25%) (*dati AIE*). Al contempo, si assiste alla “rivincita” di **alcuni generi** un tempo considerati **paraletterari**, come il Rosa, l’avventuroso, l’erotico, il fantastico, l’esotico e il poliziesco-noir. (*dal contributo di Bruno Pischedda*)

“Quando si parla di futuro dell’editoria si pensa spesso ai suoi prodotti: a come possono evolvere, cambiare nel tempo. Questa è sicuramente una sfida, ma non è la sola.” ha commentato **Alessandra Carra, Amministratrice Delegata di Gruppo Feltrinelli**. *“La vera sfida dell’editoria sarà la capacità di comprendere il contesto, di ascoltare e anticipare interessi, abitudini, gusti dei lettori. E di creare comunità. È nelle comunità di lettori, infatti, che si trova oggi il vero motore del cambiamento, come dimostra, solo per citare un esempio, l’inaspettato ritorno dei BookClub, che oggi prendono vita e un nuovo slancio tra le generazioni più giovani.”*

“In un contesto editoriale affollato che oggi conta una pluralità di forme e contenuti e che si muove al ritmo incalzante di rivoluzioni tecnologiche continue, l’Osservatorio che presentiamo oggi nasce con l’intento di indagare con precisione il contesto in cui ci troviamo, per aiutare l’editoria a muoversi in sintonia con il presente.” ha dichiarato **Massimiliano Tarantino, Direttore di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli**. *“La sfida per l’editoria è duplice: da una parte farsi spazio in questo scenario restando fedele a sé stessa; dall’altra comprendere e raccontare la tecnologia e il digitale in modo tale da accogliere anche le nuove generazioni, in veste di autori e di lettori”.*

Intervengono all’evento di presentazione **Massimiliano Tarantino** (Direttore di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli) – moderatore dell’evento – insieme a **Carlo Antonelli** (Direttore Business International Fiera Milano), **Paola Dubini** (Curatrice del rapporto, Università Bocconi), **Paolo Costa** (Università di Pavia) e **Alessandra Carra** (Amministratrice Delegata del Gruppo Feltrinelli).

Il Rapporto integrale “Cosa leggeremo l’anno prossimo?” è scaricabile al seguente [link](#).

Abstract

Estratti dai contributi del Report

“Filiere convergenti” di Paola Dubini

“Il libro mantiene un’importanza rilevante, ma nella media perde progressivamente di centralità nel plasmare gli immaginari collettivi. [...] Se accettiamo l’ipotesi che il libro non sia più il prodotto culturale di riferimento che attraversa i generi e le generazioni, così come la televisione non è più il medium che tutti guardano, allora è anche possibile che ci siano persone che leggono, e leggono anche tanto, ma che non si riconoscano come lettori di libri. [...] Non sappiamo se nelle statistiche di lettura rientrino i lettori di Wattpad. Sarebbe interessante capirlo, perché la community italiana della principale piattaforma social di storie inedite conta 1.5 milioni di utenti.”

“Come sta cambiando il nostro modo di leggere?” di Paolo Costa

“Le tecnologie dell’informazione [...] stanno modificando il modo in cui il nostro cervello per secoli ha affrontato la complessa missione di decodificare un testo scritto. [...] La lettura è essa stessa una tecnologia. E, come ogni tecnologia, anche la lettura è una manifestazione della cultura umana e una pratica sociale. [...] Il supporto influenza il modo in cui leggiamo [...]. Il dispositivo [...] ha il potenziale per far accadere le cose e orientare il comportamento dei soggetti.”

“Il libro di carta tra nuove tecnologie e resilienza” di Jeffrey Schnapp

“Per quanto riguarda il ruolo del metaverso, degli NFT e delle criptovalute, io sono agnostico. [...] Sono convinto che al centro delle riflessioni ci sono invece questioni riguardanti l’oggetto-libro e nuove forme di ibridismo. [...] Se guardiamo verso i piccoli editori, le nicchie e le nuove collane, lì ci sono grandi fermenti e proliferazioni di modelli; basti pensare al mondo della graphic novel e a certi ibridi tra libro-fumetto, i comic book. Sono formule che si riversano su canali social, in spazi ludici online e in comunità non dei lettori tradizionali come si concepivano cinquant’anni fa.”

“La rete come «intorno» alla lettura: problemi e prospettive” di Gino Roncaglia

“Finora e-reader, tablet, telefonino e computer non sono diventati il nostro ambiente primario per la lettura della forma-libro se non in casi limitati. [...] Quello che nel mondo del cinema e delle serie televisive si chiama second screen, ossia il considerare il telefonino o il tablet come una sorta di secondo schermo utilizzato prima, durante e dopo la visione per la ricerca di informazioni integrative e la discussione con altri, vale infatti anche per la lettura dei libri. [...] Questo aspetto è anche interessante dal punto di vista delle case editrici. Si tratta appunto di capire come prevedere, in forma non invasiva, suggerimenti di lettura aumentata che permettano di integrare o approfondire le



informazioni che traiamo da un testo.”

“Cosa leggono gli adolescenti?” di Lodovica Cima

“Per le giovani generazioni la contaminazione dei linguaggi è un fatto naturale e molto apprezzato. [...] Gli adolescenti hanno un comportamento di lettura fluido, si spostano con disinvoltura tra i vari media e apprezzano la contaminazione di linguaggi.”

Per ulteriori informazioni:

Gruppo Feltrinelli

Barabino & Partners

Francesca Manco

f.manco@barabino.it

Tel. Cell. +39 328 53 39 884

Martina Mazza

m.mazza@barabino.it

Tel. Cell. +39 342 76 33 081

Fondazione Giangiacomo Feltrinelli

Laura Valetti

laura.valetti@fondazionefeltrinelli.it

Tel. +39 346 664 3729