



Che in Italia esista una “emergenza lettura” – che è solo un aspetto di una più generale situazione di emergenza che tocca i temi degli scarsi livelli di partecipazione culturale, degli inadeguati livelli di istruzione, delle troppo deboli competenze della popolazione adulta, che non ci consentono di affrontare le sfide di una società knowledge based – non è una novità.

E non è neppure una novità l’assenza di politiche pubbliche che affronti questi complessi nodi che da troppo tempo vengono elusi ma, anzi, vittime di retaggi di un passato buio, il nostro Paese spesso si distingue per frasi infelici degli stessi politici come.....”Con la cultura non si magia” .

Così oggi, il nostro Paese condivide con Grecia e Portogallo un triste primato europeo: il più basso indice di consumi culturali. Dai musei ai teatri, dai giornali ai libri, gli italiani – stregati dalla televisione e dal cellulare – si distinguono per difetto. Non c’è da stupirsi che il Paese sia risucchiato da un alto tasso di analfabetismo di ritorno. Non ci si può neanche meravigliare che ne risenta lo sviluppo sociale ed economico del Paese, la qualità della vita, e si sviluppi un progressivo deterioramento del senso civico e delle relazioni collettive, con il rifiuto delle più semplici regole di convivenza.

È evidente, quindi, che affrontare i temi della diffusione della lettura in tutte le sue forme, compresa quella che si realizza in ambiente digitale, investe questioni essenziali per la coesione sociale e culturale della società italiana, con ricadute importanti sulle potenzialità di crescita economica e sulla vita della comunità nazionale.

Per fotografare bene la situazione bastano pochi numeri.

Il numero di lettori è sceso nel 2014, rispetto al 2010, di 5,4 punti percentuali (persone sopra i 6 anni che hanno letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti): dal 46,8% al 41,4%.La fascia di età in cui si legge di più continua ad essere quella tra gli 11 ed i 14 anni, ma tutte le fasce di lettori sono in diminuzione. Continuano a leggere di più le donne (48%) rispetto agli uomini (34,5%).L’8,7% dei lettori ha dichiarato di aver scaricato e letto anche libri digitali (5 mln di persone, in maggioranza giovani).I lettori di libri sono anche lettori di quotidiani, nel senso che c’è una correlazione, crescente, al crescere dei lettori di quotidiani (e viceversa).

Non abbiamo trovato dati più recenti per fare un confronto europeo, l’ultimo dato Eurostat risale al 2007 (pubblicato nel 2011) e rilevava la scarsa propensione alla lettura degli italiani: su 20 Paesi, ci collocavamo al penultimo posto, prima del solo Portogallo, con il 48% circa di lettori (sempre nella definizione precedente), contro l’82% della Svezia.

Le vendite di libri (librerie, GDO ed online) sono diminuite in 4 anni, tra il 2010 ed il 2014, del 17,7%: il valore del venduto cartaceo è arrivato a 1,2 miliardi di €, dagli 1,5 del 2010 (se si include l'editoria scolastica, il valore sale a 1,9 mld di € circa).

La spesa delle famiglie è quindi di 52€ l'anno che, se si aggiunge lo scolastico, diventa circa 76€ (lo scolastico-educativo pesa per circa il 30% sul totale).

Tra i canali di vendita, in termini di fatturato, aumenta solo l'online (oggi al 12%) a scapito degli altri (librerie, 73%, e Gdo, 15%).

L'editoria digitale, cresce ma pesa ancora molto poco. Considerando solo la produzione "culturale" (sia narrativa che saggistica, ma non professionale o banche dati), tra il 2013 ed il 2014 il fatturato è salito del 25% (addirittura del 95% sul 2012), sul totale (escluso scolastico educativo): è passato dal 2,5 al 3,4% circa (40mln €). Sta aumentando, però, la disponibilità di titoli in formato digitale: 1 libro su quattro ha anche l'edizione digitale; l'88% dei libri cartacei che hanno anche la versione digitale sono pubblicati da grandi editori.

Da qui tutta la complessità della filiera della Editoria libraria che, in un permanente stato di difficoltà, dal nostro punto di vista non ha affrontato, in una logica di sistema, come far partire la voglia di leggere nel nostro Paese.

Oggi i dati per il primo trimestre del 2015 diffusi in occasione della 28° edizione del Salone del Libro mostrano uno spiraglio di sereno dopo anni di tempesta, fanno sperare di aver superato il punto più basso della crisi e, con sorpresa gradita si rilancia anche il ruolo delle librerie indipendenti.

In questi primi mesi del 2015 la rete delle librerie indipendenti registra una crescita del + 2,3% a volume e dell'1,9 a valore, mentre la Grande Distribuzione organizzata crolla con un - 14,8% a volume -12,2 % a valore. Un dato, questo, che dimostra come siano mutati i comportamenti dei compratori dei libri nei tempi di crisi, affidandosi di più a chi sa consigliare, piuttosto dello sconto, preferendo entrare in un luogo altamente specializzato con personale competente come una libreria, piuttosto che aggirarsi in cataste di libri abbandonati tra gli scaffali di marmellate o mozzarelle.

La legge Levi che fissa uno sconto al 15%, il più alto nei Paesi dove lo sconto per il libro è regolamentato da una normativa, che permette una serie di promozioni portando la media sconto sul libro ben al di sopra del 15%, che permette l'integrazione verticale della libreria con l'editore. Se sarà rivista lo si dovrà fare in chiave restrittiva, dallo sconto alle promozioni, con una norma che eviti la concentrazione del mercato a favore delle librerie degli editori.

Crediamo che non sia sfuggito che nei Paesi dove lo sconto è veramente bloccato, o non previsto come in Germania, la norma abbia protetto i lettori, i librai e persino gli stessi Editori soprattutto in un momento di crisi.

Ecco perché per il Sil- Confesercenti oggi è importante rilanciare un progetto di prospettiva, un progetto di legge di settore, che parte dalla promozione della lettura per arrivare ad una maggior tutela e maggior

sviluppo delle librerie indipendenti attraverso un sostegno agli investimenti delle infrastrutture di vendita, l'informatizzazione, la formazione professionale del personale, la creazione della libreria di qualità attraverso il riconoscimento pubblico della libreria indipendente come luogo ideale per la valorizzazione del patrimonio culturale librario.

Libreria come luogo ideale per l'incontro tra i lettori con gli autori, libreria come punto di connessione tra la scuola, i libri, le famiglie.

Ma soprattutto il primo passo deve essere una vera promozione alla lettura che deve essere iniziata dalla scuola e dalla scuola dell'infanzia in particolare. In questo quadro la collaborazione tra istituto scolastico e libreria indipendente non dovrà esaurirsi solo con la consegna dei testi scolastici agli alunni ma dovrà proseguire con attraverso un vero supporto alle biblioteche ed alle varie iniziative che la scuola assume sul tema di propensione alla lettura.

Gli stessi dati del 2015 dimostrano una forte vitalità nel mercato del libro per bambini e per ragazzi; in particolare, l'editoria per ragazzi (+18,6% di titoli in più in un anno) e quella educativo-scolastica (+23,1% di titoli). Un segnale inaspettato specie se associato alle evoluzioni della tecnologia ed alla confidenza che dimostrano i cosiddetti nativi digitali nei confronti di internet in generale. A questo proposito, penso che a nessuno sia sfuggito, in un angolo del Salone del Libro, nel padiglione dedicato ai ragazzi, un laboratorio interamente riservato all' "app- generation", neologismo che segna un'ulteriore distinzione nella classificazione dell'uomo rispetto all'evoluzione tecnologica. Sono i figli dei nativi digitali. Piccoli ed a volte piccolissimi bambini che imparano a leggere sui tablet. Non leggeranno Cenerentola o cappuccetto rosso sui famosi libri di raccolta di favole posseduti dai loro nonni, non sfoglieranno le pagine accarezzate dai loro genitori, ma con un semplice tocco del pollice si apriranno pirotecniche applicazioni che corredano la favola in formato digitale. Animazione, musica, filmati che interagiscono con la scrittura. Così il piccolo lettore potrà aiutare Cenerentola a riassetare la cucina o farle scalare il fagiolo magico interagendo con un'altra favola. Oppure un lettore in età adatta a leggere Edgar Allan Poe potrà accompagnare la lettura creando una colonna sonora ad hoc da film horror aumentando i brividi se ce ne fosse bisogno.

Ma quali conseguenze avrà sul piano cognitivo questa inondazione di "creatività" tecnologica?

Ad oggi non ci sono, e non ci saranno mai, risposte certe ma, come al solito, ci sono pareri di studiosi che vanno in direzioni diametralmente opposte. Personalmente, prendo in seria considerazione i suggerimenti che arrivano dagli Stati Uniti dove la ricerca su questo aspetto è ancora in fase embrionale, ma che rivelano che in una fascia di età compresa tra i 3 ai 5 anni i cui genitori leggono fiabe da libri elettronici hanno minori capacità di lettura rispetto ai coetanei con mamma e papà legati al libro tradizionale.

Per noi un libro è un libro. Sia che sia in formato digitale che su carta. Siamo però convinti che difficilmente il libro di carta scomparirà del tutto, almeno nel nostro Paese, per essere completamente sostituito da un tablet o uno smartphon. I dati delle vendite di e-book, pur in crescita, rappresentano un 3,4 % del totale; sono dati che non dobbiamo sottovalutare e con i quali ci dobbiamo confrontare, ma data la dimensione del fenomeno in Italia, ci permette di attrezzarci per tempo individuando strategie ed essere partecipi anche nella diffusione del digitale che sicuramente crescerà significativamente nel tempo.

Credo che il vero problema dell'evoluzione tecnologica, oltre agli aspetti sulla capacità cognitiva, sia la disintermediazione dei ruoli nella filiera commerciale del libro, ed il loro riposizionamento in un mercato in continua evoluzione.

Partiamo dalle piattaforme di self publishing e, in particolare, la piattaforma di Amazon. Come non ricordare la "guerra" tra gli editori, soprattutto europei, ed Amazon la scorsa estate. Nata da una battaglia tra Amazon e la casa editrice Hachette come un litigio banale sui prezzi degli e-book, è divenuta uno scontro ideologico sull'editoria e il destino del libro in cui sono stati coinvolti autori e lettori, petizioni e lettere aperte.

La più grande libreria del mondo ha esteso la contesa dai prezzi degli ebook agli autori dei libri, dagli autori ai lettori, infine allo scontro epocale per la sopravvivenza del libro di carta. Gli editori hanno mobilitato le loro forze, hanno coinvolto gli autori e respinto i corteggiamenti di Amazon che, a un certo punto ha proposto di devolvere tutti i guadagni delle vendite degli e-book agli autori finché la battaglia fosse durata.

Oggi si vive un periodo di tregua armata e la assenza dei dati sulle vendite di Amazon dai dati forniti dall'Aie forse è un segnale. Come si organizzeranno gli Editori di fronte all'ultima proposta di Amazon fatta agli Autori? E come, soprattutto, riusciranno ad impedire che il prezzo del libro non venga fatto da Amazon, ammesso che riescano a trattenerne sotto contratto gli autori.

Non sarà che mentre noi sosteniamo giustamente la regolamentazione dello sconto, la forza di mercato di Amazon farà in modo di far scendere drasticamente i prezzi copertina fino ad un livello che sarà inutile parlare di sconto?

Per noi, che viviamo con forte contrarietà la politica della Newton, è inaccettabile continuare a far scendere i prezzi dei libri e non è per un bieco interesse di parte. Semplicemente non funziona così, anzi questa continua corsa alla convenienza del prezzo squalifica sempre più il prodotto assimilandolo ad un semplice bene di consumo. Non funziona neppure la bulimia nella produzione di Titoli circa 60.000 nuovi titoli l'anno, quasi 5000 titoli al mese di libri, cui la maggior parte di autori di lingua italiana, adatti solamente al mercato interno e, pertanto con poche possibilità di una vendita significativa.

In un Mercato, che purtroppo, è al di sotto delle proprie potenzialità, immettere una mole così enorme di libri nuovi equivale a far indebitare la filiera.

Oggi le librerie indipendenti per aggiornare l'offerta sono costrette ad un bivio: aumentare i propri cataloghi e garantire gli Editori ed i fornitori per cifre sempre più considerevoli, oppure tenere il minimo indispensabile e rinunciare agli acquisti d'impulso di chi non è lettore abituale, ma che potrebbe acquistare un libro solo perché la copertina è accattivante.

Occorrerà al più presto che si inizi con gli editori un confronto serio e costruttivo su come adeguare l'offerta prodotta con gli attuali metodi di commercializzazione del prodotto editoriale.

Non dimentichiamoci che il nostro principale competitor si chiama Amazon, e non possiamo pensare che la sua forza sia solo merito dello sconto.

Per essere competitivi senza la leva dello sconto dovremo essere in grado di fornire ai clienti lettori una serie di servizi aggiuntivi: come la consulenza, la possibilità di far acquistare attraverso i siti web delle nostre librerie.

Essere direttamente connessi con gli editori per poter fornire tutto quello che il cliente cerca nelle nostre librerie anche con la possibilità di recapitare il libro a casa dei nostri clienti in tempi strettissimi.

Ma riprendendo il tema della tecnologia, e sull'esperienza innovativa e straordinaria di Spotify che permette di accedere alla musica senza doverla neanche scaricare, abbiamo assistito al nuovo progetto Lea - Libri promosso dalla casa editrice la Terza e presentato al Salone del libro di Torino.

Ripercorrendo la strada dei contenuti in abbonamento già intrapresa nel nostro Paese da Amazon con il suo Kindle Unlimited, Lea si configura come una vera e propria biblioteca digitale dalla quale è possibile scegliere e leggere 500 libri in streaming, con un abbonamento che ricalca quello delle piattaforme che offrono musica o film, a 7,90 euro al mese o 79,00 euro all'anno.

Come tradizione vuole nel nostro Paese immaginiamo che il progetto sarà replicato da altri editori, magari dopo aver analizzato i risultati ottenuti dal progetto di La Terza. Se non altro nel presentare il progetto Antonia La Terza ha dichiarato di voler coinvolgere attivamente le librerie su Lea sia per alcuni servizi utilizzabili all'interno della piattaforma – come i gruppi di lettura specifici della stessa libreria – sia attraverso la vendita di abbonamenti presso i punti vendita stessi, con una percentuale prevista per la libreria per ogni abbonamento venduto.

Appreziamo la proposta dell'editore soprattutto perché, al di là delle condizioni economiche che saranno pattuite c'è una idea di fondo che è quella di non allontanare i lettori che si appassionano alla lettura sul digitale dalla libreria ma, anzi, condurre in libreria anche quelli, sicuramente più giovani, che non avrebbero motivo di entrare nei nostri negozi per leggere un e-book.

Poter vendere abbonamenti agli e-book essere punto di riferimento per tutto ciò che propone la editoria on line, dall'hardware ai software, ai contenuti, ai servizi collegati ai vari brand editoriali, ad entrare in uno spirito nuovo e più sinergico con gli editori per cercare soluzioni d'avanguardia che possano assicurare un nuovo legame con le nostre librerie e quindi con tutti i lettori, tradizionali e non, potrebbe essere la soluzione per far convivere un futuro sempre più tecnologico con un prodotto nato il 23 febbraio 1455: il libro.

Vorrei concludere con una citazione:

“ Talvolta penso che il paradiso sia leggere continuamente, senza fine.” Virginia Woolf

SINDACATO ITALIANO LIBRAI E CARTOLIBRAI
Via Nazionale,60-Roma-tel 06/47251-fax 06/4746556
www.confesercenti.it/sil.htm