

## **Giornata mondiale del libro. Si torna a leggere: il mercato dell'editoria segna +26,6%**

*Ottimi dati per il primo trimestre del 2021. I motivi? Sono aumentati i lettori e il tempo destinato alla lettura, ma hanno funzionato anche le politiche di sostegno. Molto bene le librerie fisiche*

Non si poteva festeggiare meglio la Giornata mondiale del libro e del diritto d'autore che con le notizie rassicuranti che vedono l'editoria italiana in decisa ripresa nei primi tre mesi del 2021 (+26,6%). Non solo per il forte incremento delle vendite attraverso le librerie online, quasi scontato in tempi di reclusione forzata in casa, ma non in misura così consistente (+45% nel primo trimestre di quest'anno, secondi i dati AIE), ma anche per il significativo aumento nelle librerie fisiche (+18,6% come documentato dal servizio Arianna).

Se oggi si registra una buona tenuta complessiva per i grandi, parallelamente a una maggiore presenza nel mercato dei medi e dei piccoli editori, ciò vuol dire che sono aumentati i lettori e il tempo destinato alla lettura, ma anche che le politiche di sostegno attuate dal governo e dal parlamento (18 App, Carta famiglia, acquisto di libri presso le librerie da parte delle biblioteche) hanno funzionato, come non si era mai visto prima.

Va da sé che l'impegno per la promozione del libro e la qualità della lettura non deve conoscere sosta, così come non viene meno lo sforzo imprenditoriale per migliorare, rinnovare, rendere sempre più funzionale l'organizzazione interna, la logistica, la strategia editoriale e commerciale. In particolare, il pensiero va soprattutto alle piccole librerie indipendenti, che hanno una concorrenza agguerrita su diversi fronti e che devono fronteggiare con nuovi tipi di servizio, come hanno fatto, ad esempio, le edicole più avanzate, che hanno affiancato alla vendita di giornali e riviste libri, articoli di uso comune (agende, cartoleria, giochi, prodotti di sanificazione, ecc.), pagamenti e servizi vari, anche digitali (Spid).

Sono del parere che per una libreria il problema numero uno rispetto alla clientela sia, da un lato, quello di una specializzazione mirata in settori di grande interesse commerciale (tipo i classici o i tascabili) e, dall'altro, quello di far sapere ai clienti reali o potenziali, attraverso una propria base dati costantemente aggiornata o una base dati comune a un gruppo di librerie

consorziate, la reale disponibilità dei libri in quel determinato momento. Così il cliente si muove a colpo sicuro, senza fare invano il giro delle sette chiese nella speranza di trovare i libri che cerca.

Di passi avanti se ne stanno già facendo, ma altri ne occorrono per chi produce, comunica e vende libri. Sta a ciascuno ridurre i punti di debolezza e sfruttare al meglio i punti di forza.

Giuliano Vigni

21 aprile 2021

<https://www.avvenire.it/agora/pagine/il-mercato-del-libro-riparte-piu-26-per-cento-nel-primo-trimestre-del-2021>