

Focus editoria per ragazzi: tutte le cifre

A cura dell'Ufficio studi AIE; speciale Giornale della Libreria

Bambini e ragazzi leggono più dei loro genitori e libri e lettura tengono il passo rispetto all'uso delle nuove tecnologie, se entriamo nella quotidianità dei consumi di quella che è definita «Net generation». Rispetto a questo quadro della lettura infantile – ma anche dei cambiamenti nei comportamenti d'acquisto di bambini e famiglie – come è cambiata allora la produzione editoriale?

Le case editrici italiane si rivolgono alle fasce dei giovani lettori oltre che con l'aumento del numero di titoli pubblicati – che porta anche ad un aumento del fatturato – sempre più anche attraverso la ricerca e il lancio di nuovi autori, illustratori, generi, materiali, tecniche e nuove politiche di marketing e di distribuzione. A tutto ciò si accompagna l'incremento progressivo che le case editrici italiane registrano nella vendita di autori e illustratori a case editrici straniere. E' questo il vero dato nuovo per l'editoria di settore, che ne dimostra la vivacità, oltre che la qualità.

Le politiche d'offerta non bastano

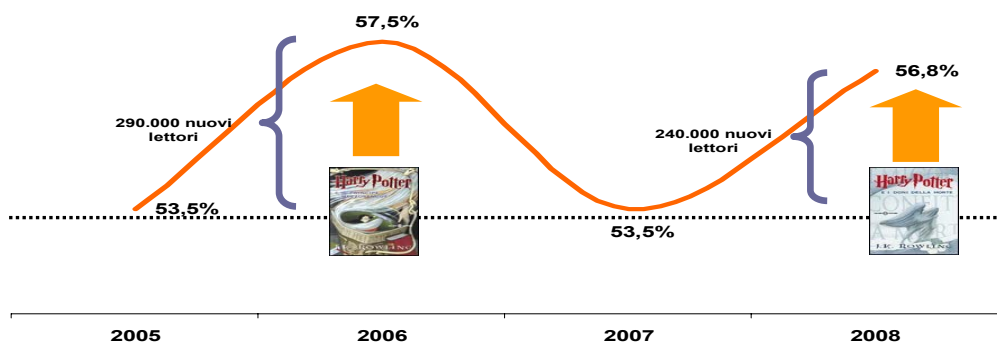
La fascia di popolazione dei 6-17enni legge ben di più rispetto alla media della popolazione italiana: cioè rispetto ai suoi stessi genitori. Questo il dato da cui partire; infatti **se nel 2008 è il 44,0% della popolazione italiana che dichiara di leggere almeno un libro, tra i 6-17enni questo valore è più alto di ben 13 punti percentuali!** Una distanza che si allarga ulteriormente tra gli 11-14enni: qui legge il 63,6% e si raggiunge il picco di diffusione della lettura tra le fasce di età del nostro Paese. Ma è alta anche tra i 15-17enni: 55,8%.

Questi numeri dicono una cosa molto semplice: **l'atto del leggere, di prendere un libro in mano, di entrare in libreria o in biblioteca si inserisce tra i comportamenti quotidiani di bambini e ragazzi accanto al chattare, mandarsi sms, svolgere attività sportive, ecc.**

Il numero di bambini e ragazzi che dichiarano di aver letto almeno un libro è cresciuto, e non di poco, **tra 2005 e 2008: il saldo positivo dell'allargamento del bacino di mercato è stato del 7,3%, con circa 264.000 lettori in più.** Anche se tra bambini e ragazzi che frequentano la scuola dell'obbligo c'è un 43%-47% che afferma di non leggere alcun libro diverso da quelli di testo. Libri scolastici che, quindi, per quasi tre milioni di bambini sarebbero gli «unici» libri presenti nel loro orizzonte domestico.

1. Andamento della lettura tra bambini e ragazzi tra 6 e 17 anni e alcuni macrofenomeni editoriali

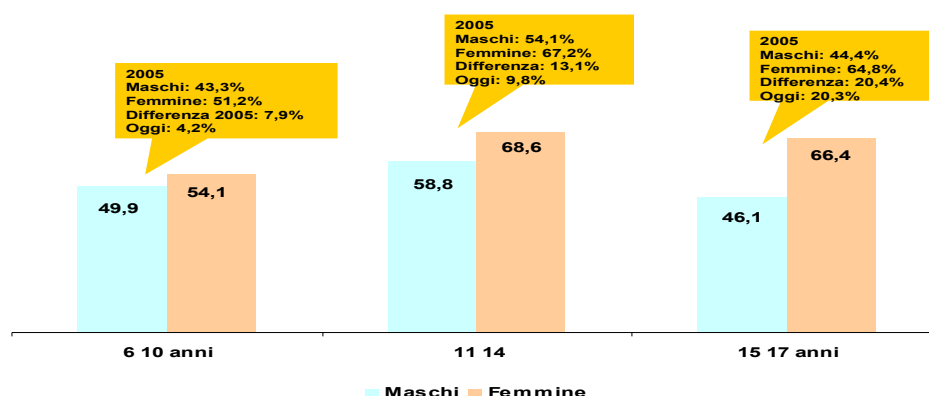
Valori in percentuale



Come non cambia il rapporto della lettura per genere (Tab. 2). La forbice che separa la lettura tra bambini e bambine, tra ragazzi e ragazze cresce con l'età: «quasi» coincide tra i bambini più piccoli, si discosta di ben venti punti percentuali tra i 15-17enni. Curiosamente vediamo che tra 2005 e oggi questa forbice si restringe tra i bambini di 6-10 anni, e tra i loro fratelli e sorelle appena maggiori. Resta invece immutata, tra 2005 e oggi, tra le fasce adolescenziali.

2. Lettura per genere

Valori in percentuale



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

3. Lettura per fascia di età

Valori in percentuale e stima dei lettori sulla popolazione nella stessa fascia di età

	2005		2006		2007		2008	
	%	Lettori	%	Lettori	%	Lettori	%	Lettori
6-10 anni	47,1%	1.266.202	48,9%	1.325.431	46,8%	1.284.206	51,9%	1.439.495
11-14	60,5%	1.387.776	63,6%	1.446.895	59,5%	1.339.942	63,6%	1.418.969
15-17	54,3%	935.748	62,7%	1.102.144	56,5%	997.926	55,8%	994.793
		3.589.726		3.874.470		3.622.074		3.853.257
		53,5%		57,5%		53,5%		56,8%

Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Così che il mercato della lettura (Tab. 3) non solo per appena un quarto della popolazione infantile complessiva è composto dai 15-17enni, ma per un valore che sostanzialmente si colloca attorno (o poco più sopra) alla metà è composto da bambini e ragazzi che non leggono più di tre libri all'anno. Se la lettura dei libri, le loro pagine fanno parte a pieno titolo della modernità delle giovani generazioni, questa presenza resta «debole» e occasionale.

I fattori maggiori di cambiamento di questa situazione, ma che non possono più di tanto incidere sugli assetti strutturali del mercato, li vediamo rappresentati nella prima Tabella. Incrociando l'andamento discontinuo che presenta la diffusione della lettura tra i 6-17enni con il macrofenomeno editoriale che in questi anni ha caratterizzato il mercato editoriale: i «picchi» di lettura coincidono proprio con l'uscita delle vari titoli della saga di Harry Potter.

4. Lettura per fascia di età e numero di libri letti

Valori in percentuale

	2005		2006		2007		2008	
	1-3 libri	> 12 libri	1-3 libri	> 12	1-3 libri	> 12	1-3 libri	> 12
6-10 anni	55,4%	12,0%	51,4%	11,0%	52,9%	12,2%	54,6%	11,9%
11-14	54,5%	12,1%	52,2%	11,4%	48,7%	11,2%	53,8%	10,2%
15-17	51,5%	10,2%	48,3%	10,1%	49,0%	9,7%	51,1%	8,7%

Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Cosa potrebbe voler dire?

Sicuramente che, in un mercato come quello domestico contraddistinto da deboli e occasionali rapporti con il libro sembrano essere più le politiche di offerta delle case editrici – di autori, collane, storie, argomenti, ecc – a determinare allargamenti del mercato. Ma anche che queste da sole non possono bastare in assenza di risorse per l'incremento delle collezioni da parte delle biblioteche per ragazzi, di campagne di promozione della lettura rivolte a bambini e ragazzi. Curiosamente, tra i tanti festival – letteratura, creatività, filosofia, matematica, arte, ecc. – non ce n'è uno dedicato a questo argomento.

La forza dell'export

Come è cambiata – rispetto a questo quadro – la produzione editoriale rivolta a bambini e ragazzi?

Dare una risposta a questo, considerando che tradizionalmente si considera come produzione per bambini e ragazzi quella rivolta fino a fasce d'età di 13-14 anni, implica escludere quei titoli che, destinati a un pubblico genericamente adulto, hanno però la capacità di proporsi come libri per lettori di età progressivamente più grande (Tab. 5).

5. Andamento della produzione di libri per bambini e ragazzi

Valori in numero di titoli e in migliaia di copie di tiratura

	1987	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Novità	953	1.271	2.057	2.268	2.150	2.176	2.237	2.305	2.322	2.297
Copie (.000)*	11.849	17.722	30.984	28.719	34.710	32.430	21.391	25.469	33.798	

Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Liber (per i titoli) e Istat (statistiche culturali) su dichiarazioni degli editori per le copie
*I dati del 2007 non sono ancora stati resi disponibili da Istat

Questa sovrapposizione tra fasce di età e di titoli e generi non pensati per quel pubblico che tradizionalmente compone il mercato ragazzi, è tutt'altro che marginale e trascurabile; infatti già a partire dalla seconda metà degli anni Novanta in poi, libri, titoli, collane, personaggi e character pensati dall'editore come rivolti a un pubblico infantile di una certa età, venivano ad essere scelti e acquistati (o presi in prestito in biblioteca) da bambini di età progressivamente decrescenti e precoci.

6. Andamento delle vendite a prezzo di copertina di libri per ragazzi nei canali trade

Valori in .000 di euro e in percentuale

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libreria¹	906.400	945.400	958.600	980.000	1.026.000	1.034.000	1.043.300	1.048.000
Supermercati, e grande distribuzione²	191.100	185.500	186.300	195.000	202.500	226.800	246.100	258.400
Edicola³	41.300	39.000	36.700	34.700	25.300	20.500	16.500	18.500
Altre forme di vendita al dettaglio⁴	15.500	16.000	15.900	16.000	17.500	18.380	19.350	19.756
Internet⁵	5.200	7.500	12.300	20.500	31.400	40.110	52.062	71.300
Totale	1.159.500	1.193.400	1.209.800	1.246.200	1.302.700	1.339.790	1.377.312	1.415.956
Δ%		+2,9%	+1,4%	+3,0%	+3,0%	+2,8%	+5,7%	+2,8%
Di cui libri per ragazzi (0-14)	108.200	113.500	109.500	115.300	120.400	125.200	133.900	137.200
Δ%		+3,9%	-3,5%	+5,3%	+4,4%	+4,0	+6,9%	+2,5%
% sui canali trade	9,3%	9,5%	9,1%	9,3%	9,2%	9,3%	9,7%	9,7%

¹ Esclusi libri scolastici di adozione

² Banco libri di supermercati e grandi magazzini

³ Escluse le vendite di libri come prodotti collaterali e di collezionabili

⁴ Comprese vendite in occasione di fiere e saloni

⁵ Vendite da parte delle librerie on line italiane. Non si considera la spesa di clienti italiani per acquisto di libri da librerie on line straniere

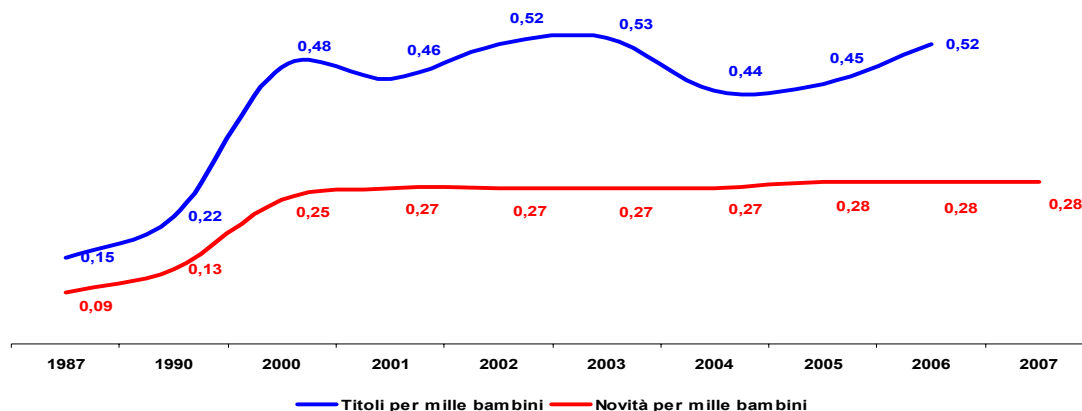
Fonte: Ufficio studi Aie

Si può immaginare che questo comportamento si sia oggi ulteriormente diffuso portando all'interno del tradizionale mercato ragazzi (quello 0/3 – 14 anni), parte della produzione di romanzi o di narrativa più o meno di genere, ma anche di manualistica o di libri illustrati, guide di viaggio, ecc., pensate per un pubblico di lettori / clienti adulti. Questa presenza di una parte di mercato «improprio» valeva tra 2003 e 2004 un 8-10% del mercato tradizionale ragazzi. E tendeva a concentrarsi in famiglie con figli di 13-14 anni.

Comunque, anche in una definizione tradizionale di produzione per ragazzi (0-14) in questi anni (Tab. 6) il numero di titoli pubblicati e di copie immesse nei canali di vendita è cresciuto: nel 1987 le case editrici italiane pubblicavano 951 novità, nel 1997 erano già diventate 1.740 (+8,2% in media annua), nel 2007 si sfiorano i 2.300 titoli (2.297; Fonte: Liber, Biblioteca Gianni Rodari di Campi Bisenzio).

7. Andamento del numero di titoli per mille bambini 0-14 anni

Valori in numeri indice



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Liber (per le novità) e Istat (statistiche culturali) su dichiarazioni degli editori per il totale della produzione. I dati del 2007 non sono ancora stati resi disponibili da Istat

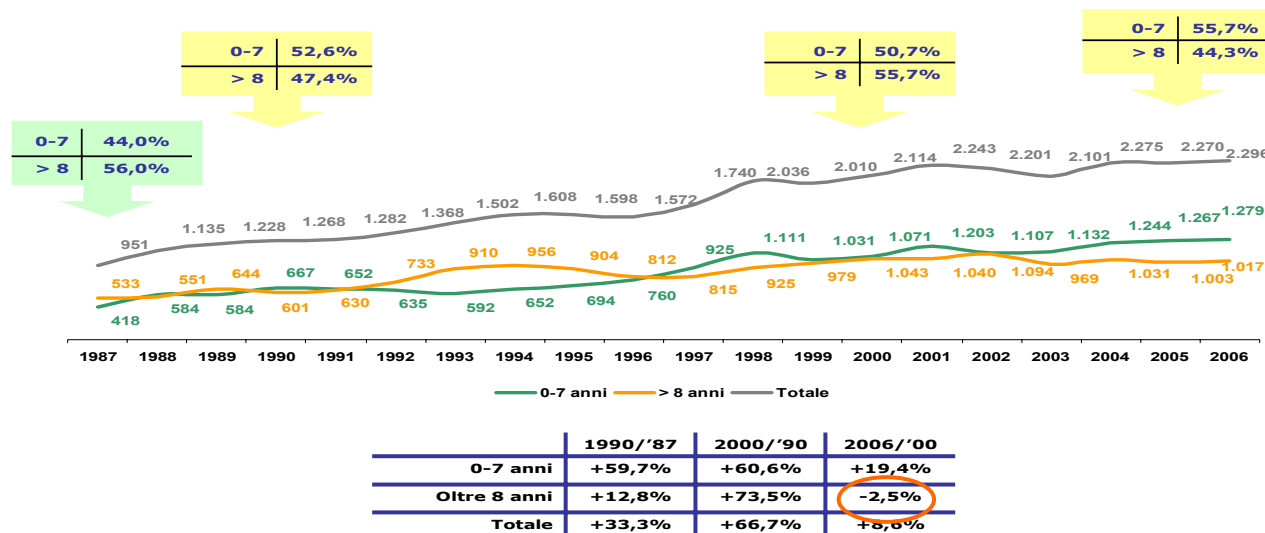
Questo valore presenta una crescita particolarmente accentuata (+8,2% in media annua) fino alla fine degli anni Novanta in cui si raggiungono (1997) le 1.740 opere pubblicate. Il periodo successivo si contraddistingue sì per una crescita dei cataloghi, un loro arricchimento in termini di autori, generi, fasce di età presidiate, prezzi, formati (l'ingresso anche nel mercato italiano del «tascabile» per ragazzi), ma più modesta. Dai 2.036 titoli del 1998 ai 2.296 del 2006: +1,6% di crescita media annua.

Si individuano dunque due distinti periodi, che coincidono con l'andamento stesso della crescita della lettura infantile: un forte sviluppo (+8,2% in media annua) tra anni Ottanta e Novanta e recupero dei gravi ritardi rispetto ai Paesi stranieri, un drastico rallentamento tra '98 e oggi (+1,6% di media).

I dati relativi al numero di opere pubblicate indicano poi anche un'altra cosa: bambini e ragazzi (oltre che rispettivi genitori) hanno oggi, rispetto al passato, una ben maggior possibilità di scegliere tra autori, generi, fasce di prezzo, letterature, ecc. di quanto avrebbero potuto avere in un passato anche recente e segnalano anche lo sforzo degli editori di arricchire e articolare il proprio catalogo. **Nel 1987 l'editoria italiana pubblicava 0,15 titoli all'anno ogni mille bambini (o 0,09 / 1.000 di sole novità). Oggi questo valore è di 0,52 titoli per mille bambini (0-14 anni).** La difficoltà del settore – che riflette l'attuale profilo della domanda – si vede nell'appiattirsi della curva che rappresenta il rapporto novità / 1.000 0-14enni; dal 2001 questa curva è sostanzialmente ferma a un rapporto di 0,27.

La crescita della produzione è avvenuta sia nella narrativa (fiabe e favole, romanzi e racconti, libri con personaggi a fumetti o di storie di animali, ecc.) sia nella non fiction per l'infanzia (libri per imparare, albi illustrati di storia o sugli animali, ecc.). Anche qui due dati generali e di tendenza: **nel 1987 si pubblicavano 725 titoli di fiction e 226 di non fiction. Nel 2006 questi valori sono rispettivamente passati a 1.744 e a 578; e nel 2007 a 1.747 e 550.** Se circoscriviamo il campo di osservazione ad anni più recenti vediamo che tra fiabe, narrativa, filastrocche, ecc. venivano pubblicati 1.576 titoli. Vi è stato dunque, a oggi, una crescita del 9,3% nella fiction, decisamente più marcata rispetto all'area della manualistica che da 538 titoli passa a 573 (+6,5%). Un dato che dice qualcosa sulla dimensione narrativo-dipendente che assume l'abitudine di lettura, con una minore propensione all'uso del libro come strumento per recuperare e affrontare temi e argomenti pratici.

8. Andamento della produzione per fasce di età. Valori in percentuale



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Liber (2008)

È cresciuto contemporaneamente a questi processi anche il numero di editori che sono entrati in questo mercato e che hanno arricchito l'offerta del loro catalogo con linee rivolte al pubblico di bambini e ragazzi: nel 1987 Liber ne censiva 90; nel 1997 erano diventati 125, e 155 nel 2000, per raggiungere quota 197 nel 2006 (ma lo scorso anno scendono a 179). Larga parte di essi ha un catalogo e una produzione specializzati per formato / genere / fascia di età, ecc. Un processo che ingloba anche la propensione alla diversificazione dei cataloghi di editori grandi e piccoli, talvolta nati come non «specializzati» in questo settore, ma che hanno portato al suo interno un modo diverso di vedere questa produzione, di ricerca di nuovi autori, grafici, illustratori, disegnatori, modi e linguaggi del racconto ecc.

Non a caso, una direzione che ha preso in questi ultimi anni l'offerta di novità è stata quella di andare verso le fasce pre-scolari o della prima infanzia (0-7 anni) con un +19,4% tra 2000 e 2006. Con una flessione verso quelle più grandicelle dove vediamo un segno negativo (-2,5%). Ma un segno negativo dovuto soprattutto alla forte riduzione che si è registrata nell'offerta di «non fiction» (-12,5%).

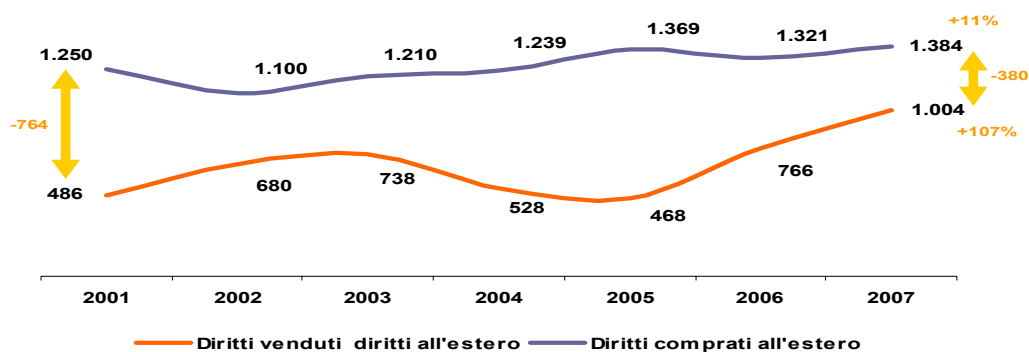
Le ragioni vanno individuate sia nella crescente consapevolezza delle case editrici che l'abitudine alla lettura si forma nella primissima infanzia, e che questo segmento (soprattutto quello 3-5 anni) rispetto ad altre grandi editorie europee era quello maggiormente sguarnito di un'offerta ampia, di qualità, ricca, articolata per generi, prodotti, linguaggi, materiali con cui sono fatti i libri, ecc.

Sia nel fatto che la primissima infanzia presenta ancora minori fattori concorrenziali rispetto ad altri modi in cui il bambino e il ragazzo (la Net-generation) si trova oggi a organizzare la socializzazione del proprio tempo e delle relazioni, oppure a utilizzare tecnologie per accedere con un approccio multi-tasking a contenuti informativi e di svago.

Questo insieme di processi – ma anche lo sviluppo di professionalità autoriali sul versante della scrittura, dell'illustrazione e della grafica – ha portato anche ad una crescita della capacità dell'editoria per bambini e ragazzi ad esportare e vendere sui mercati stranieri i propri diritti di edizione e ciò rappresenta uno dei fattori più nuovi e importanti dell'attuale panorama del settore. Se per i cataloghi editoriali continuiamo a essere tributari di libri in edizione straniera per la loro alimentazione (1.28 titoli nel 2006), la forbice tra import ed export (Tab. 9) si è ridotta in misura significativa.

9. Andamento dell'import export di diritti di edizioni di libri per ragazzi

Valori in numero di titoli



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Doxa-Ice

Anzi il trend sembra proprio quello di una imminente inversione di ruoli. Da un'editoria che per costruire i propri cataloghi ed alimentarli ha acquisito tra anni Settanta e Novanta soprattutto all'estero licenze e contratti di edizione, a un'editoria che pur continuando a comprare diritti (nessuna editoria oggi può autoalimentarsi) sa anche venderli.