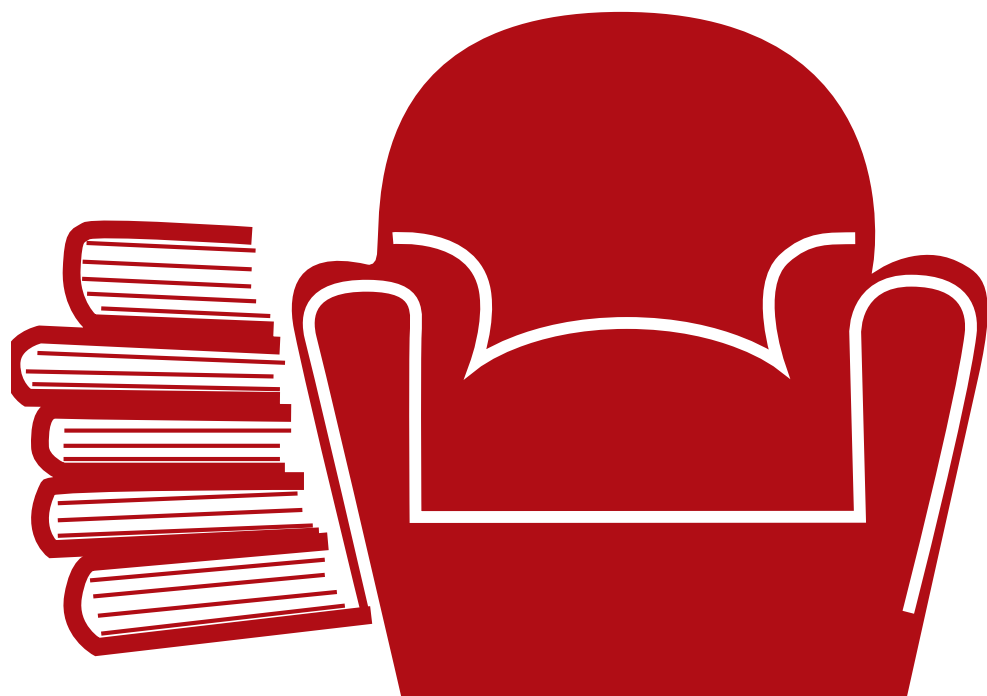


Periodico di cultura editoriale e promozione della lettura

MINISTERO DEI BENI
E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI
E DEL TURISMO
CENTRO PER IL LIBRO
E LA LETTURA

LIBRI **E** RIVISTE D'ITALIA



1-4/2015

Anno XI n.s., gennaio-dicembre

Periodico di cultura editoriale e promozione della lettura

MINISTERO DEI BENI
E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E DEL TURISMO
CENTRO PER IL LIBRO
E LA LETTURA

LIBRI E RIVISTE D'ITALIA



1-4/2015

Anno XI n.s., gennaio-dicembre



LIBRI E RIVISTE D'ITALIA

Periodico di cultura
editoriale e promozione
della lettura

ISSN 0024-2683

1-4/2015

Anno XI n.s., gennaio-dicembre

DIRETTORE RESPONSABILE

Rossana Rummo

VICEDIRETTORE

Flavia Cristiano

REDATTORE CAPO

Assunta Di Febo

COMITATO DI REDAZIONE

Rita Carrarini

Umberto D'Angelo

Fabio Del Giudice

Fiorella De Simone

Miria Savioli

Francesca Vannucchi

REDAZIONE

Vito Manfreda

Pamela Nicosia

Laura Elia (Segreteria)

Redazione

Via Pasquale Stanislao Mancini, 20 – 00196 Roma

Sito internet:

www.cepell.it

E-mail:

assunta.difebo@beniculturali.it

Impaginazione

IPZS Spa

Iscritto al n. 481/90

del Registro della Stampa

presso il Tribunale di Roma



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



EDITORIALE

Il Piano nazionale di promozione della lettura	5
di Romano Montroni	



FOCUS

Piano nazionale di promozione della lettura	7
---	---



INDAGINI

Riflessioni critiche a partire dalle indagini su acquisto e lettura di libri svolte da Nielsen Company (ottobre 2010 - giugno 2014)

Presentazione	25
di Carmela Morabito	
La metodologia dell'indagine	27
di Francesca Vannucchi	
Lettura e acquisto di libri in Italia: i risultati dell'indagine Nielsen	33
di Miria Savioli	
La crisi del mercato editoriale italiano: uno specchio della crisi culturale	61
di Luisa Capelli	
Educare per leggere. Una riflessione sulla lettura	101
di Francesca Vannucchi	

Diventare un paese di lettori	109
di Tiziana Mascia	



ESPERIENZE

La biblioteca di pubblica lettura: un valore per la comunità	125
di Laura Cavagnini e Alberto Bettinazzi	



INTERVENTI

APPasseggio nella Letteratura	137
di Maria Teresa Natale e Giuliana Zagra	



LIBRI

Recensioni	143
------------------	-----



Il Piano nazionale di promozione della lettura

Romano Montroni

L'Italia è il paese dei festival culturali e degli appuntamenti letterari, abbiamo quasi cinquemila musei e la più alta concentrazione di opere d'arte al mondo. Se dunque si parla di territori in grado di declinare il concetto di cultura in tutte le sue diverse sfaccettature e "mostrare" la bellezza, sicuramente all'Italia spetterebbe il gradino più alto del podio. E invece no, non è così. La cultura è infatti una struttura dinamica, un organismo vivente che ha bisogno di essere costantemente alimentato e innovato: con nuove idee e nuovi spunti, con un pensiero che ha bisogno di definirsi critico per cristallizzare il noto e arrivare al nuovo. Sostenere la cultura significa credere nella lettura, perché più libri leggiamo e più aumenta la nostra curiosità nei confronti del mondo. Un lettore forte è una persona appassionata, non solo di libri, ma anche di cinema, teatro, musica, sport. Una persona, insomma, appassionata della vita. Purtroppo, però, l'Italia è storicamente uno dei paesi con il più basso indice di lettori in Europa: mai al di sopra del 50% della popolazione, e negli ultimi anni la crisi economica ha dato una sferzata ulteriore al già fragile comparto editoriale, facendo calare i lettori fino al 41,4% del 2014.

Il Piano nazionale di promozione della lettura (PNL) nasce dall'esigenza di trovare soluzioni concrete al problema della scarsa familiarità degli italiani con la lettura e di creare un ambiente in grado di accrescere l'attenzione nei confronti della parola scritta e della carta stampata.

La scarsità di lettori che ha caratterizzato il contesto italiano in tutti questi anni non è dovuta alla mancanza di iniziative e buone pratiche legate alla promozione della lettura; molte e diffuse, queste pratiche hanno semmai patito l'assenza di una politica organica e unitaria in grado di spezzare la frammentarietà che per troppo tempo le ha contraddistinte. Qualsiasi campagna di promozione della lettura dev'essere infatti abbinata a un preciso impegno politico, che dia conto di interventi strutturali e normativi, investimenti nei luoghi del sapere e identificazione di linee guida precise e valide per tutti i soggetti impegnati nella cura e nello sviluppo della lettura.

Partendo dall'analisi dei dati relativi alla situazione italiana – e individuando così punti deboli e punti forti del

sistema – il PNL distingue due ambienti definiti essenziali per la promozione della lettura, la scuola e le biblioteche, e procede delineando alcune priorità su cui concentrare l'attenzione: la creazione di progetti innovativi per i giovani lettori, i patti per la lettura, la valorizzazione delle buone pratiche, la formazione, il sostegno alle biblioteche pubbliche e scolastiche e alle librerie indipendenti, sempre più in difficoltà rispetto a grandi gruppi ed e-commerce.

Il Centro per il libro e la lettura ha pensato e realizzato una serie di progetti di promozione che vedono come protagonisti bambini e adolescenti, da quando nascono, fino alla maturità. "In Vitro" e "Libriamoci", infatti, prendono per mano il bambino ancora nella culla e lo accompagnano lungo tutto il percorso scolastico. A completare il quadro, altri due progetti fondamentali: il "Maggio dei Libri", campagna nazionale di promozione della lettura per valorizzare il ruolo sociale e affettivo del libro, e "Le Città del libro", una banca dati dove trovano posto le città che ospitano i migliori festival letterari italiani e che nel corso di tutto l'anno applicano le buone pratiche per promuovere la lettura.

Una particolare attenzione è dedicata alle biblioteche di pubblica lettura, fortemente penalizzate negli ultimi anni, attraverso lo strumento dell'Art bonus e la richiesta di sblocco del turn-over, la modernizzazione delle strutture e nuovi fondi per i libri e le collezioni.

Gli ultimi dati Istat presentati evidenziano per il 2015 una leggera ripresa nella percentuale di lettori. Certo, siamo passati dal 41,4 ad appena il 42% (meno di un punto percentuale), ma questo dato esprime innanzitutto un'inversione rispetto alla tendenza negativa degli ultimi anni e potrebbe rappresentare un punto di risalita per gli indici di lettura.

Per la prima volta nel panorama culturale italiano, il PNL definisce una politica e un programma precisi per sostenere il valore sociale del libro e della lettura; questo processo darà i suoi frutti di qui a dieci anni, ma ne sarà valsa la pena, perché le buone politiche hanno bisogno di tempo per produrre risultati apprezzabili e duraturi.



PIANO NAZIONALE DI PROMOZIONE DELLA LETTURA (D.M. 23.10.2013 e D.M. 8.8.2014)

Premessa

In Italia esiste una “**emergenza lettura**” – questo è solo un aspetto di una generale situazione di emergenza che tocca i temi degli scarsi livelli di partecipazione culturale, dei ritardi e soprattutto dei divari nei livelli di istruzione, della disomogenea distribuzione delle competenze della popolazione adulta, le quali non ci consentono di affrontare le sfide di una società *knowledge based* – il che non rappresenta una novità.

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.

E non è neppure una novità la carenza, da tempo, di politiche pubbliche che affrontino in una visione di sistema questi complessi nodi.

Si rende necessario **un intervento forte, portato avanti con sistematicità e continuità**, che fronteggi i differenti aspetti del problema e che mobiliti le energie di quanti hanno a cuore le sorti del libro e della cultura, per molti versi coincidenti con i destini del nostro Paese, se si vuole intraprendere una nuova fase di crescita economica e civile.

È necessario un raccordo tra i diversi livelli istituzionali e le diverse amministrazioni, centrali e locali, titolari di competenze nel settore, arricchito dal coinvolgimento di altri partner, come ad esempio le associazioni di categoria, il servizio pubblico radiotelevisivo, il mondo dell'associazionismo e del volontariato.

A queste finalità intende rispondere la costituzione – con **D.M. 23.10.2013** – di un **tavolo interistituzionale per la realizzazione del Piano nazionale di promozione della lettura**, cui l'art. 1 comma 2 affida «funzioni di indirizzo, di approfondimento e valutazione delle principali questioni riguardanti la promozione della lettura sul territorio nazionale e di formulazione delle proposte per la definizione dei contenuti» del Piano stesso.

Il successivo **D.M. 8.8.2014** ha assegnato al **Centro per il libro e la lettura** gli adempimenti connessi al Piano nazionale di promozione della lettura con piena “facoltà di costituire sottogruppi di lavoro” e di “avvalersi dell'apporto dei propri Organi”.

Il Piano viene quindi elaborato dal Tavolo interistituzionale per il Piano nazionale di promozione della lettura nel quale il Consiglio Scientifico ha inserito alcune proposte progettuali senza modificare la sostanza del documento.

Il Piano che qui si presenta individua le priorità operative emerse sulla base dell'analisi della specifica situazione italiana e propone una serie di obiettivi, attività e progetti da considerare fondamentali e cantierabili, segnala inoltre l'esigenza di azioni di sistema.

Un'azione pubblica di promozione della lettura presupporrebbe a monte interventi strutturali non più rinviabili, **interventi che investano il livello normativo, le infrastrutture (sia edilizie che tecnologiche) e le politiche del personale.**

Una politica per la lettura ha bisogno di azioni di sistema, senza le quali le attività promozionali previste dal Piano rischiano di cadere nel vuoto.

Dall'analisi dei dati alla individuazione delle priorità

L'individuazione degli obiettivi, delle priorità e delle modalità di intervento prende le mosse da un'analisi dello stato della lettura in Italia.

Gli elementi centrali di questa analisi possono essere così sintetizzati.

Sono molto preoccupanti gli ultimi dati sulla lettura diffusi dall'Istat nel 2015: rispetto all'anno precedente, **la quota di lettori di libri è scesa nel 2014 dal 43% al 41,4%.** Un calo di due punti in un solo anno non si era mai visto ed è legato a una serie di fattori diversi. In particolare, si segnalano:

- il calo nelle **fasce d'età più giovani** (-4,7 punti percentuale nella fascia 6-10 anni, -3,7 nella fascia 11-14 anni e -4,2 nella fascia di 20-24 anni, non più in età di obbligo di istruzione);
- la tenuta sostanziale dei **lettori forti** (coloro che leggono 12 o più libri all'anno): nel 2012 erano il 14,5% dei lettori, nel 2013 sono scesi al 13,9%, nel 2014 la tendenza si è invertita arrivando al 14,3%;
- la diminuzione del -6,8% dei **lettori deboli** (coloro che leggono da uno a tre libri al massimo in un anno), i quali, passando da 11,5 milioni del 2013 a 10,7 del 2014, si sono evidentemente convertiti in larga parte in "non lettori", a conferma dell'esigenza di interventi di "manutenzione" e fidelizzazione dei lettori meno assidui per evitare che abbandonino completamente lo sporadico contatto con i libri;
- la permanenza di **forti squilibri territoriali**: i lettori sono il 48,1% della popolazione nel Nord-Ovest; il 49,0% nel Nord-Est; il 44,9% al Centro; il 29,4% al Sud; il 31,1% nelle Isole. Nelle aree metropolitane la percentuale dei lettori supera di poco il 50% della popolazione, per scendere al 37,2% nei comuni fino a 2.000 abitanti, al 38,4% nei comuni fra i 2.000 e i 10.000 abitanti, al 38,7% nei comuni da 10.000 a 50.000 abitanti e al 42,2% nelle periferie urbane;

- **l'influenza della scuola, ma anche dell'ambiente familiare:** leggono libri il 66,9% dei ragazzi tra i 6 e i 14 anni con entrambi i genitori lettori, contro il 32,7% di quelli con genitori che non leggono. A titolo esemplificativo, una ricerca compiuta negli Stati Uniti da Bradford Wiles (Kansas State University) – pubblicata nel 2013 da *Science Daily* – ha evidenziato l'importanza di leggere con i figli ad alta voce sin dai tre anni di età (*Read with your children, not to them*). Pertanto, appare necessario favorire il collegamento tra scuola e famiglia, attraverso progetti che coinvolgano anche i genitori, affinché l'educazione alla lettura rappresenti un fattore comune e sia adeguatamente sostenuta;
- **la tendenza alla chiusura delle librerie indipendenti e il progressivo calo delle vendite librerie:** il mercato, nonostante il lieve incremento delle opere pubblicate, rimane sostanzialmente stabile. Il mercato del libro elettronico non risulta abbastanza dinamico e in grado di compensare le perdite di quello cartaceo.

Queste difficoltà vanno a innestarsi su una situazione di per sé già difficile, come è testimoniato dal divario che accusiamo rispetto ad altri paesi paragonabili all'Italia, che fanno registrare percentuali di lettori ben più elevate: si pensi al 61,4% degli spagnoli, al 70% dei francesi, al 72% degli statunitensi, all'82% dei tedeschi.

L'emergenza lettura non è data dal numero modesto di libri letti o venduti, ma anche dal grado e dalla qualità delle competenze legate alla lettura che si riscontrano nel nostro Paese.

A tale proposito, la rilevazione internazionale OCSE PISA 2012 (*Programme for International Student Assessment*) ha testato in 65 paesi la literacy degli studenti quindicenni, intesa come "capacità di comprendere e utilizzare testi scritti, riflettere su di essi e impegnarsi nella loro lettura al fine di raggiungere i propri obiettivi, sviluppare le proprie conoscenze e le proprie potenzialità ed essere parte attiva nella società" (OECD, 2009). È essenziale ricordare che questa definizione "eccede il concetto tradizionale di mera decodifica delle informazioni e di interpretazione letterale della parola scritta e include attività più applicative, considerando la gamma di situazioni in cui le persone leggono, le diverse modalità in cui i testi scritti sono presentati attraverso diversi mezzi di comunicazione e la varietà di modi in cui i lettori si avvicinano ai testi e li utilizzano, da uno scopo funzionale e limitato, come trovare una particolare informazione pratica, a motivazioni profonde e di vasta portata, come la comprensione di differenti modi di fare, di pensare e di essere". Il Rapporto nazionale OCSE PISA 2012 a cura dell'Invalsi (Istituto nazionale per la valutazione del sistema di istruzione) evidenzia alcuni elementi critici strutturali da tenere in attenta considerazione:

- **L'Italia nel contesto internazionale.** Il nostro Paese si colloca lievemente, ma significativamente, sotto la media OCSE: tra il 26° e il 34° posto nel ranking

complessivo dei 65 paesi partecipanti e tra il 19° e il 25° posto circoscrivendo il confronto ai 34 paesi OCSE.

- **I livelli di competenza in lettura.** In Italia quasi un quinto degli studenti di 15 anni si trova sotto la soglia critica delle competenze minime necessarie per poter fare della lettura un'attività funzionale. A fronte di una quota media nazionale di low performer in lettura pari al 19,5% del totale degli studenti, i Licei ne hanno solo il 5,6% e gli Istituti tecnici il 20,3%, ma l'incidenza sale al 41,7% per i Centri di formazione Professionale e al 44,9% negli Istituti Professionali.

Inoltre, solo gli studenti dei Licei, con una media di 537 punti, ottengono risultati in lettura significativamente superiori sia alla media nazionale che alla media OCSE. Gli studenti degli Istituti tecnici (476), degli Istituti professionali (415) e dei Centri di Formazione Professionale (421) sono tutti al di sotto sia della media nazionale sia della media OCSE.

- **I divari territoriali.** Gli studenti del Nord Ovest (514) e del Nord Est (511) si collocano al di sopra sia della media nazionale (490) sia della media OCSE (496), con una differenza statisticamente significativa; il Centro (486) e il Sud (475) ottengono un risultato in linea con la media italiana, ma mentre il Centro è in linea anche con il *benchmark* internazionale, il Sud si colloca sotto questo valore; il Sud Isole (453) si colloca significativamente sotto entrambe le medie di riferimento, così come le regioni dell'Area convergenza (Campania, Calabria, Puglia e Sicilia) che, complessivamente, ottengono un punteggio medio di 465.
- **Lo status di cittadinanza.** In Italia gli studenti quindicenni immigrati (di I e II generazione) conseguono in lettura un punteggio medio di 432 punti, statisticamente inferiore a quello dei loro coetanei nativi (497) e inferiore anche alla media nazionale (490). Il punteggio medio degli studenti nativi, invece, non si discosta da quello medio nazionale. Analoga situazione si riscontra in tutte le macroaree geografiche dove gli studenti immigrati conseguono un punteggio medio inferiore a quello dei loro coetanei nativi e a quello medio nazionale. Nel Nord Est si registra il maggior divario tra i due gruppi, con -100 punti di differenza degli studenti immigrati (426) rispetto ai coetanei nativi (526).
- **Le differenze di genere.** In Italia la media in lettura delle femmine (510) è superiore a quella dei maschi (471) di 39 punti, una differenza statisticamente significativa.
- **Il background degli studenti.** Una componente decisiva nello spiegare la variabilità dei risultati tra gli studenti è il background (ESCS: Economic Social and

Cultural Status), considerando principalmente il titolo di studio dei genitori, la loro condizione occupazionale e la disponibilità di risorse economiche.

- **L'inerzia.** Se si confronta il trend italiano con quello medio OCSE, l'Italia non ha registrato un incremento statisticamente significativo rispetto al 2009 e la percentuale di studenti con basse performance in lettura è rimasta sostanzialmente stabile. Anche confrontando i risultati 2012 con quelli 2000, non emergono differenze significative sia per macroarea geografica che per tipologia di istruzione.

Quindi, le prime indicazioni che emergono dai dati consentono di individuare come prioritari gli interventi che si rivolgano:

- al **pubblico giovanile**, per rispondere alla tendenza in atto, che mostra un allontanamento dalla lettura da parte delle fasce di pubblico che finora hanno fatto registrare le percentuali più elevate;
- ai residenti nelle **regioni meridionali**, nelle **città medio-piccole** e nelle **periferie urbane**, dove peraltro è più debole il tessuto delle librerie e delle biblioteche.

Per quanto riguarda il **pubblico giovanile**, dobbiamo chiederci verso quali altre occupazioni stanno migrando i ragazzi. Il boom degli *smartphone* è sufficiente a spiegare questo fenomeno? Si stanno manifestando forse modificazioni più profonde e radicali nei comportamenti e nella qualità delle pratiche culturali e comunicative?

Per questi motivi si ritiene che, rispetto a questo segmento di pubblico, un piano di promozione della lettura debba intendersi anche come **promozione della lettura di libri elettronici**, degli strumenti che la supportano e delle nuove tecnologie che la veicolano, prevedendo un'alfabetizzazione al corretto uso dei mezzi e progetti innovativi per i giovani da sviluppare attraverso la rete. All'interno di questa ampia fascia d'età sono presenti enormi differenze, per cui l'approccio delle attività di promozione dovrà essere ugualmente differenziato. Certamente la **scuola costituisce un punto di riferimento imprescindibile e fondamentale**, attraverso il quale è possibile raggiungere gran parte di questi ragazzi, ma bisognerà **agire anche attraverso altri luoghi di aggregazione e altri canali per intercettare i loro interessi** (la pratica sportiva, l'uso delle tecnologie, la rete, i social, ecc.).

Il fenomeno più generalizzato della non lettura o della lettura debole nella **popolazione adulta**, particolarmente accentuato al Sud e nelle aree socialmente più deboli (periferie e piccoli comuni), va analizzato anche alla luce di altri dati.

In particolare, desta preoccupazione un forte **tasso di analfabetismo funzionale**, che affligge circa il **70% degli italiani adulti**, e che ci colloca all'ultimo posto tra i paesi OCSE per le competenze alfabetiche e al penultimo posto per le competenze matematiche.

Appare strategico tentare di **consolidare il rapporto con il libro di queste persone**, che hanno **pratiche di lettura occasionali e talvolta intermittenti**, ma che non sono **totalmente estranee a esse**.

Dai dati finora analizzati emergono alcuni obiettivi e alcune priorità verso cui è possibile indirizzare le azioni del Piano nazionale di promozione della lettura.

Sia le attività promozionali che gli interventi infrastrutturali dovranno dedicare particolare attenzione al **Sud**, dove nemmeno un terzo dei residenti legge un libro all'anno e i livelli di partecipazione alla vita culturale sono molto inferiori alla media nazionale.

Un divario così pesante e generalizzato fra le regioni meridionali e il resto del Paese non può più essere ignorato e richiede l'adozione di misure specifiche.

Il Piano Nazionale privilegia **due ambienti essenziali** per la diffusione della lettura:

LA SCUOLA - Dare centralità alle pratiche di lettura nella **scuola**, come momento di sviluppo di autonome capacità di ricerca, di apprendimento e di riflessione critica, e quindi come attività particolarmente utile per favorire il processo di maturazione degli studenti, a partire dalla scuola dell'infanzia, con la lettura ad alta voce, e nei cicli successivi, con azioni mirate e correttamente calibrate secondo il target di riferimento.

LE BIBLIOTECHE - Valorizzare la funzione culturale e interculturale delle **biblioteche di pubblica lettura e scolastiche**, che attualmente occupano uno spazio marginale nelle politiche pubbliche e sono fortemente penalizzate dalla crisi economica e dall'inadeguatezza degli organici, reinserendole nel vivo delle dinamiche culturali e sociali in quanto portali d'accesso all'informazione e alla conoscenza, approfittando anche delle possibilità offerte dalle tecnologie digitali che consentono di agevolarne il funzionamento, offrendo servizi alternativi e/o aggiuntivi.

Priorità

Per migliorare la situazione italiana della lettura sono stati individuati sei priorità:

1. Avviare, in collaborazione con le istituzioni scolastiche, una **politica organica di sostegno all'educazione alla lettura** rivolta alle fasce più giovani della popolazione, a cominciare dalle fasce di età 6 mesi-6 anni e 6-11 anni, per poi proseguire nei successivi percorsi di istruzione e formazione.
Si tratta inoltre di realizzare progetti innovativi per i giovani lettori, sfruttando le risorse messe a disposizione dalla rete e attraverso le nuove tecnologie.
2. Sviluppare la **creazione di reti** in grado di mettere in rapporto fra loro tutte le componenti sociali presenti sul territorio al fine di promuovere e diffondere l'abitudine alla lettura. Favorire la cooperazione tra scuole, biblioteche, librerie, università ed enti di ricerca per l'attivazione di iniziative di promozione della lettura nei territori.
3. Valorizzare e promuovere le **buone pratiche** di promozione della lettura realizzate dalle istituzioni scolastiche, dalle biblioteche, da associazioni e da librerie, prestando attenzione alle fasce deboli della popolazione.
4. Sostenere e favorire iniziative di **formazione**, sia per creare specialisti in grado di promuovere il piacere della lettura tra i professionisti del settore (insegnanti, librai, bibliotecari), sia per valorizzare le pratiche formative esistenti.
5. Potenziare le **biblioteche di pubblica lettura e scolastiche**.
6. Sviluppare un **ecosistema favorevole alla lettura**, in quanto contesto indispensabile per la crescita culturale ed economica del paese, garantendo a ogni cittadino un accesso il più ampio possibile al libro. In una prospettiva di diffusa delocalizzazione, di messaggio che è iconico, trasmissione, socializzazione, globalità fuori dai generi, l'impegno verso un ecosistema favorevole alla lettura deve guardare con forza anche alla lettura come puro processo esperienziale di relazione e di dialogo di parità: al di qua di qualsiasi idea di "crescita" in quanto gerarchia di canone culturale, fra chi sa e chi non sa.

Obiettivi

Per poter realizzare gli obiettivi sotto individuati è indispensabile dotare il Centro per il libro e la lettura di risorse finanziarie adeguate.

PUNTO 1 – Per una politica organica di sostegno all'educazione alla lettura:

- **IN VITRO, UN PROGETTO SPERIMENTALE DI PROMOZIONE DELLA LETTURA**

In vitro è nato allo scopo di definire un modello nazionale di promozione della lettura (a partire dal progetto Nati per Leggere, la buona pratica più importante in Italia dedicata alla promozione della lettura in età prescolare) e ha prodotto alcuni risultati già utilizzabili a livello nazionale (la banca dati delle buone pratiche, le bibliografie consigliate, la formazione, il modello del Patto locale per la lettura). L'intenzione del progetto era anche quella di definire le risorse necessarie per un programma organico a livello nazionale, quantificabili in non meno di 10 milioni annui, per un progetto assimilabile ai principali modelli stranieri.

Sarebbe auspicabile proseguire la sperimentazione su base regionale, coinvolgendo da una a tre regioni (distribuite tra nord, centro e sud del Paese). I territori interessati, ove intendano proseguire nelle attività/azioni avviate, potranno essere destinatari di sperimentazioni di fase due, cioè di iniziative finalizzate alla realizzazione di Piani regionali per la lettura. Per quanto riguarda la **formazione** e i **patti locali per la lettura**, punti focali del progetto, questi possono essere promossi su tutto il territorio nazionale.

- **LIBRIAMOCI**

Affinché le pratiche di lettura si diffondano nei diversi contesti sociali e nelle differenti aree geografiche, è sempre più necessario che la scuola, oltre a farsi carico dell'alfabetizzazione dei cittadini, agisca affinché i bambini, i giovani e gli adulti abbiano la possibilità di sperimentare in prima persona le molteplici potenzialità della lettura. Si propone pertanto di rendere sistematica la positiva esperienza della lettura ad alta voce nelle scuole.

L'ultima settimana di ottobre sarà dedicata al progetto "Libriamoci" nelle scuole (dove la lettura viene vista come fine a se stessa e svincolata da connotati di studio), dando spazio alla libera iniziativa degli istituti scolastici che, nella loro autonomia, vorranno proporre manifestazioni di lettura ad alta voce coinvolgendo associazioni culturali e "lettori volontari". Il progetto è promosso dal Centro per il libro e la lettura con il MIUR e chiederà la collaborazione di soggetti pubblici e privati (Associazioni di promozione della lettura). A conclusione di "Libriamoci" sarà realizzato il premio "Scriviamoci".

• PROGETTI INNOVATIVI

Si potrebbero avviare progetti e laboratori sperimentali indirizzati ai giovani e alla scuole, basati sui nuovi strumenti di comunicazione digitale e sulle grandi potenzialità del web:

Archivio dell'Immaginario. Il Progetto "Archivio dell'Immaginario" è un laboratorio sperimentale in cui affrontare il problema centrale del patrimonio e della memoria, che necessita di essere preservato e di essere parte della legacy culturale di un paese. Conservare il patrimonio del "leggere" e dello "scrivere" porta alla riappropriazione del patrimonio da parte dei cittadini.

Il progetto "Archivio dell'Immaginario", in sostanza vuol immaginare un modello semantico di conservazione archivistica, nella prospettiva dell'"esplorazione" attiva di grandi masse di testi (in fieri e già esistenti, di carattere fortemente identitario come gli Archivi della memoria territoriali o l'Archivio dei diari di Pieve Santo Stefano), attraverso LOD (Linked open data) web semantic (bottom-up, decentrato e regionale, sostenibile).

- a) Una cloud raccoglie tutti i materiali narrativi e saggistici che provengono da fonti anonime di selfpublisher. I materiali vengono archiviati per categorie.
- b) La cloud si offre come una piattaforma statistica che permette reinvenzioni offerte su grandi numeri, in modo da permettere un'analisi in divenire del pensiero contemporaneo e delle sue ossessioni/priorità.

Italian selfie. L'Italia è il paese del Grand Tour: ovvero è il paese che è stato più raccontato dalla letteratura di fantasia e di viaggio. Si tratta di immaginare un dinamico storytelling in un metodo di co-working collettivo (emittente e destinatario: scuole e associazioni) che permetta la ri-scrittura di tutti quei luoghi narrati dai grandi letterati europei, che partendo dalle loro pagine dia vita a una nuova visione del "proprio spazio".

Domestic revolution. È nei salotti, è nei piccoli gruppi che le rivoluzioni sono nate. Il confronto informale ma anche domestico tra persone reali permette la creazione di un pensiero innovativo. Si tratta di sperimentare un numero ampio di laboratori di "lettura", secondo una metodologia di partecipazione, creatività e residenze.

Si potrebbero individuare diversi centri italiani capaci di fornire una residenza stabile di 20 giorni per un gruppo di giovani "pensatori" (artisti, filosofi, scienziati, scrittori), chiamati a leggere collettivamente e a riflettere su temi specifici. Ciascuno di loro riceverà un tool kit, in cui saranno indicati piani, temi e metodologia della discussione, insieme a tablet e a strumenti di registrazione. L'obiettivo è quello di generare un nuovo pensiero collettivo e una nuova mappa dell'Atlas culturale italiano. Il progetto potrebbe essere legato alla rete *Le Città del libro* (pag. 16).

PUNTO 2 – Sviluppare la creazione di reti a partire da realtà già esistenti, come il Maggio dei libri e Le Città del Libro:

• IL MAGGIO DEI LIBRI

Si propone di proseguire, sotto il coordinamento del Centro per il libro e la lettura, la **campagna nazionale di promozione della lettura "Maggio dei Libri"** che parte il 23 aprile, in coincidenza con la **Giornata mondiale del libro e del diritto d'autore promossa dall'UNESCO**. Il mese di maggio potrà identificarsi con il mese della lettura. Il Centro manterrà il coordinamento dell'iniziativa coinvolgendo attivamente tutti i principali attori della filiera del libro. Si cercherà di dare grande visibilità alla giornata di avvio della campagna, con un evento di particolare richiamo possibilmente incentrato sulle scuole (sul modello di #ioleggoperché, promosso dall'AIE nel 2015). Nel corso del mese si **organizzeranno eventi di lettura condivisa che vedano fianco a fianco autori e lettori in luoghi legati alla quotidianità delle persone** – quindi non solo le librerie, le biblioteche, i luoghi istituzionali, ma anche gli spazi aperti: le piazze in prima istanza, ma anche locali pubblici, dai cinema ai negozi di alimentari, dai mezzi di trasporto pubblico alle palestre, dagli uffici postali ai bar, fino naturalmente alle scuole. L'intento è quello di coinvolgere tutta la società civile, sottolineando il valore sociale della lettura e l'importanza del libro.

• LE CITTÀ DEL LIBRO

In un Paese dove più di una persona su due non ha mai preso un libro in mano è necessario, per invertire la rotta, ripartire dalla cultura e dalla conoscenza come modello costitutivo di sviluppo. Puntando sulla condivisione delle esperienze, sull'innovazione, sul fare sistema, con uno sguardo aperto oltre i confini nazionali.

Questo è l'obiettivo de **Le Città del libro**, realtà locali – grandi e piccole – che organizzano festival o eventi legati al libro e alla cultura editoriale ma che, soprattutto, lavorano con continuità per lo sviluppo culturale del proprio territorio.

Per iniziativa del Centro per il libro e la lettura, della Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura e dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) nel 2013 si è avviato un processo mirato a individuare forme organiche di promozione e di collaborazione. È emersa l'esigenza di creare uno strumento che documenti l'ampiezza e l'articolazione di questa realtà culturale nel nostro Paese, fondamentale per favorire la diffusione del libro e della lettura; uno strumento che fornisca al pubblico tutte le informazioni relative agli eventi e la possibilità di interagire con gli organizzatori e che, al tempo stesso, costituisca il primo tassello di quel coordinamento tra Le Città del libro, indispensabile per valorizzare e far crescere queste iniziative.

È prevista ogni anno la nomina di una o più **Capitali della lettura** (dislocate ad esempio tra nord, centro e sud), secondo criteri e canoni da stabilire: alla città scelta verrà assegnato un premio per sviluppare azioni di promozione della lettura durante tutto l'arco dell'anno in collaborazione con tutti i soggetti interessati e presenti sul territorio (scuole, biblioteche, librerie, ecc.).

È inoltre auspicabile un'azione di sostegno alle grandi fiere del libro presenti in Italia (Salone Internazionale del Libro di Torino, Bologna Children's Book Fair e Fiera Nazionale della piccola e media editoria - Più Libri Più Liberi), poiché rappresentano strumenti essenziali per promuovere e far conoscere l'editoria italiana sia grande che piccola.

• I PATTI LOCALI PER LA LETTURA

Le Reti di promozione della lettura possono essere avviate e sviluppate anche attraverso **I Patti locali per la lettura** nati nell'ambito del progetto In vitro, al fine di riunire tutti gli stakeholder presenti in un dato territorio per promuovere la lettura. Il Patto rappresenta un vero e proprio contratto, in cui tutti i soggetti si impegnano a organizzare, prendere parte e monitorare iniziative di promozione della lettura.

Il Patto non ha un modello standard di sviluppo, ma viene plasmato a seconda delle esigenze e peculiarità del territorio di riferimento. La firma del Patto dovrà prevedere un evento mediatico che dia risalto all'azione intrapresa e coinvolga la cittadinanza. Il tutto dovrà essere supervisionato dal Centro per il libro e la lettura.

PUNTO 3 – Valorizzare e promuovere le buone pratiche:

• SOSTEGNO DELLE BUONE PRATICHE E DELLE LIBRERIE

Si suggerisce l'emanazione di un bando pubblico per finanziare la replica di **buone pratiche** consolidate, in zone particolarmente deboli e disagiate, legate alla promozione della lettura da parte di associazioni culturali, attraverso una sorta di gemellaggio tra chi queste pratiche le ha già realizzate e chi intende svilupparle (associazioni, librerie, biblioteche, scuole), secondo rigorosi criteri e coerenti con le priorità e gli obiettivi individuati nel bando; particolare attenzione dovrà essere dedicata a quei progetti volti a diffondere tra i più giovani l'abitudine a leggere, a scambiarsi informazioni e confrontarsi sulle letture fatte, a inserire la lettura all'interno di un percorso di confronto interculturale, a riflettere sulle nuove forme di lettura che emergono dal web e dal mondo digitale.

Riconoscere il ruolo delle **librerie** sul territorio come presidio culturale e strumento essenziale per la diffusione del libro e per far conoscere la produzione editoriale.

PUNTO 4 – Formazione

- LA FORMAZIONE

Occorre sostenere la formazione iniziale e in servizio dei docenti sulla promozione della lettura come aspetto qualificante del curriculum scolastico: è essenziale che la promozione della lettura sia progettata in un'ottica di trasversalità tra i diversi saperi, interagendo con le tecnologie digitali e la realizzazione di nuovi ambienti di apprendimento.

In occasione della seconda edizione di **"Libriamoci"** il Centro per il libro e la lettura ha promosso, tramite il **Coordinamento associazioni educazione e promozione della lettura**, venti progetti di educazione alla lettura in altrettante città italiane al fine di **sensibilizzare sul tema della lettura ad alta voce tutti i professionisti del settore educazione** (insegnanti, educatori, bibliotecari, ecc.).

Nell'ambito del progetto In vitro sono stati strutturati corsi di formazione per i lettori volontari ad alta voce (promossi dal CSB – Centro salute bambino) e per la formazione di una nuova figura professionale, il promotore della lettura (realizzati dall'AIB – Associazione italiana biblioteche per conto del Centro per il libro e la lettura): è necessario sviluppare queste azioni formative a livello nazionale.

Nella logica di ottimizzazione delle risorse e sostegno alle attività di eccellenza già avviate, si propone inoltre di consolidare la collaborazione del Centro per il libro e la lettura con i luoghi della formazione già attivi, quali ad esempio le scuole per librai.

PUNTO 5 – Biblioteche

- POTENZIAMENTO DELLE BIBLIOTECHE DI PUBBLICA LETTURA E SCOLASTICHE

Potenziamento della **rete delle biblioteche**, attraverso l'attivazione di una politica nazionale di rafforzamento e modernizzazione della rete delle biblioteche pubbliche e scolastiche, che preveda fondi statali specifici destinati a co-finanziare gli interventi dei Comuni, con un'attenzione particolare al tema delle nuove tecnologie. In questo ambito, visti i dati drammatici rivelati dalle recenti indagini statistiche sui livelli di lettura e sulla condizione delle infrastrutture nel Sud, segnaliamo la necessità di interventi specifici rivolti alle regioni meridionali:

- la progettazione di alcuni interventi pilota (di biblioteche "sociali", da realizzare in collaborazione con il tessuto associativo locale e con il metodo della progettazione partecipata) nelle regioni meridionali, mediante accordi fra il Mibact e i Comuni (utilizzando le risorse messe a disposizione dalla nuova programma-

zione dei fondi comunitari, dei fondi specifici, ma anche alcune delle risorse stanziare con il decreto "Art bonus", tipo ad esempio il Piano strategico Grandi Progetti Beni culturali (Art. 7 comma 1:), su cui sono previsti 30 mln per il 2015 e 50 mln per il 2016);

- l'attivazione da parte dell'Istituto per il Credito Sportivo (mediante una convenzione con Cepell e Anci, sul modello del recente intervento sulle palestre scolastiche) di una linea di finanziamenti a tasso zero per gli interventi sulle biblioteche;
- la possibilità di finanziare gli interventi sulle biblioteche scolastiche attraverso le erogazioni liberali in denaro destinate agli investimenti in favore di tutti gli istituti del sistema nazionale di istruzione, come previsto dalla legge n. 107/2015 sulla "Buona Scuola";
- il sostegno a progetti di integrazione delle scuole (e delle biblioteche scolastiche) con i sistemi bibliotecari comunali, per fare in modo che i servizi di questi ultimi (dal prestito all'accesso ai cataloghi, ai servizi di consulenza e ai progetti di promozione della lettura: ci sono già delle sperimentazioni molto interessanti in atto), possano essere, anche usando le nuove tecnologie, accessibili e fruibili direttamente dalle sedi scolastiche;
- la diffusione dell'uso dell'"Art Bonus" per il sostegno alle biblioteche pubbliche e la sua estensione ai progetti di promozione della lettura.

• **SETTIMANA DELLE BIBLIOTECHE**

È prevista ogni anno una settimana delle biblioteche.

La settimana delle biblioteche si propone di agire sull'immaginario dei cittadini per modificare la rappresentazione stereotipata delle biblioteche e concentrarsi sul valore del ruolo che esse svolgono nella comunicazione della cultura e nell'accesso alla conoscenza.

Tutte le biblioteche italiane potranno offrire: iniziative speciali, visite guidate, aperture e animazioni a sorpresa. Eventi ed elementi ricorrenti saranno: il Bibliopride, organizzato dall'AIB e che ogni anno farà capo a una città diversa, e la notte bianca delle biblioteche.

• **RILEVAZIONI STATISTICHE**

Potenziare le attività di rilevazione statistica, di osservazione e di analisi per promuovere un monitoraggio sistematico dei fenomeni legati alla lettura.

PUNTO 6 - Comunicazione

• LA COMUNICAZIONE

Il Piano nazionale per la lettura può configurarsi nel suo insieme come una grande e armonica iniziativa di comunicazione finalizzata alla valorizzazione del leggere e che si declina con modalità differenti a seconda degli obiettivi intermedi e dei target di riferimento. La comunicazione dovrà prevedere un'unica regia affidata a professionisti del settore al fine di: rafforzare l'immagine e il ruolo sociale del libro e della lettura attraverso iniziative di comunicazione coordinate e rivolte in primo luogo a non lettori e lettori deboli. Dovrà inoltre prevedere, quali strumenti indispensabili: loghi, materiali promozionali, chioschi informativi da allestire durante le principali manifestazioni dedicate al libro e la presenza all'interno dei maggiori social network.

Gli interventi di comunicazione dovranno essere così declinati: campagna generale di valorizzazione del libro e della lettura, campagna di promozione su target specifici, campagna sulle iniziative intraprese dal Piano nazionale per la lettura.

Sarà altresì indispensabile prendere in considerazione il numero più ampio possibile di mezzi, strumenti e modalità di comunicazione: ai media tradizionali (tv nazionali e locali, radio, giornali, affissioni) dovranno essere affiancati i nuovi media (siti web, blog, social network). Di assoluta importanza è anche la scelta dei luoghi: stazioni, aeroporti, centri commerciali, cinema, teatri, spazi museali. A questi vanno uniti luoghi come scuole, università, centri sportivi, ma anche bar, discoteche, librerie e biblioteche, cioè luoghi frequentati da determinati segmenti di pubblico e per i quali dovranno essere predisposte strategie comunicative ad hoc.

Azioni di sistema

Sulla base delle indicazioni ricavate dall'analisi dei dati sopra citati, è possibile articolare e organizzare una serie di azioni finalizzate all'aumento del numero dei lettori e alla diffusione del piacere della lettura. A tal fine è necessario prevedere una serie di **azioni di accompagnamento** (finanziarie e normative) a sostegno del piano.

1. Interventi finanziari

- Assegnare alle scuole risorse da destinare in maniera esclusiva ad azioni di promozione della lettura in favore degli studenti e delle loro famiglie (MIUR).
- Assicurare sostegno all'innovazione tecnologica di filiera; individuare forme di

agevolazione fiscale per le donazioni fatte a favore di soggetti che realizzano iniziative di promozione della lettura (MEF).

- Nell'ambito del protocollo MIUR-MIBACT e delle misure attuative della legge n. 107/2015 sulla "Buona Scuola", si intende implementare l'alternanza di scuola/lavoro favorendo, più che una generica esperienza, la messa a sistema di soggetti diversi (enti, imprenditori, associazioni, scuole) per creare una reciprocità di competenze e il rilancio della scuola quale agenzia del territorio e soggetto formativo capace di fornire attivamente beni e servizi. La "lettura" sarà un ponte e una metodologia utile per poter incentivare e insieme intercettare molti progetti e bandi di "alternanza scuola/lavoro", specie per quanto riguarda la rigenerazione del patrimonio culturale materiale e immateriale come della memoria identitaria.
- Azione: **100 scuole produttrici di storie**. In collaborazione con il MIUR e le Teche RAI. In cento scuole italiane, diffuse sul territorio, si realizzano laboratori autonomi digitali in stretto rapporto con la piattaforma avanzata delle Teche RAI. I ragazzi accedono al patrimonio; contestualizzano, decontestualizzano; variano, mutano e inventano il loro storytelling di lettori e narratori della storia italiana. La cultura digitale è una narrazione/lettura che, implementata dall'educazione artistica (la storia dell'arte e le sue infinite variazioni), si trasforma in formazione iconica e digitale della memoria collettiva. Con corollario di prodotti concreti per la definizione di patrimonio territoriale e identitario.

2. Interventi normativi

- Riconoscimento del ruolo essenziale di presidio e servizio culturale delle biblioteche scolastiche e delle biblioteche di pubblica lettura, quali strumenti di alfabetizzazione permanente e di inclusione sociale, specie nelle realtà più deboli e disagiate.
- Maggiore protezione del libro, che deve essere trattato come risorsa culturale e non come una merce qualsiasi, attraverso la rigorosa applicazione della legge Levi e mediante una più rigida regolamentazione delle sanzioni.
- Azioni di sostegno per l'elaborazione di leggi regionali sulla promozione del libro e della lettura e per l'adeguamento della normativa regionale in tema di biblioteche e sistemi bibliotecari di enti locali.
- Uno dei problemi più importanti per le biblioteche riguarda la difficoltà di sostituire il personale che va in pensione, per effetto dei vincoli sul turn-over dei dipendenti pubblici. Questo vale sia per le strutture più importanti e complesse,

dove la diminuzione drammatica del personale – e la relativa perdita di preziose competenze – mette a rischio il livello dei servizi, sia per le strutture dei comuni medio-piccoli, dove la stessa esistenza del servizio è messa in discussione. Per queste ragioni, si propone di prevedere una deroga specifica alle regole sul turn-over e ai vincoli sulle nuove assunzioni, per il personale dedicato alle biblioteche e ai servizi culturali.

- Sostegno alle librerie indipendenti e potenziamento delle loro attività: abolizione del diritto Siae per le letture effettuate nelle librerie e per gli eventi di promozione della lettura.
- Al fine di favorire una maggiore diffusione della lettura, prevedere forme di detrazione fiscale per l'acquisto di libri muniti di codice ISBN, con esclusione dei libri di testo scolastici, effettuato in esercizi commerciali di vendita di libri al dettaglio e non coperto da contributi o sostegni pubblici di altra natura, fino all'importo annuo di spesa di 850 euro e limitatamente alla parte eccedente 50 euro.
- Attivare azioni di sostegno alla piccola editoria al fine di salvaguardare il pluralismo culturale.

**Tavolo interistituzionale per il Piano nazionale di promozione della lettura
D.M. 23.10.2013 e D.M. 8.8.2014
Componenti**

Paolo Molinari	PDCM
Carlo Rubinacci	MIUR
Fabrizio Maria Arosio	ISTAT
Olimpia Bartolucci	Conferenza Regioni
Vincenzo Santoro	ANCI
Corrado Di Tillio	AIB
Fabio Del Giudice	AIE
Paolo Ambrosini	ALI
Cristina Giussani	SIL
Teresa Porcella	ALIR
Marino Sinibaldi	RAI
Silvia Calandrelli	RAI
Giovanni Solimine	Forum del libro
Francesca Vannucchi	Tor Vergata
Filippo La Porta	Esperto
Romano Montroni	Cepell
Flavia Cristiano	Cepell
Vito Manfreda	Segreteria e redazione

Successivamente, essendosi costituito il Consiglio scientifico del Centro (nominato con D.M. 19.03.15), gli è stato sottoposto il Piano:

Consiglio scientifico

Presidente	Arnaldo Colasanti
Componente Conferenza Stato-regioni	Olimpia Bartolucci Regione Umbria
Componente Conferenza Stato-città e a.l.	Rolando Picchioni
Componente designato dal Ministro BACT	Ricardo Franco Levi
Componente designato dal MIBACT d'intesa con il MIUR	Armando Masserenti
Componente associazioni di categoria	Paolo Ambrosini - ALI





RIFLESSIONI CRITICHE A PARTIRE DALLE INDAGINI SU ACQUISTO E LETTURA DI LIBRI SVOLTE DA NIELSEN COMPANY (ottobre 2010 - giugno 2014)

Presentazione

Carmela Morabito

Se – con le parole di Wittgenstein – “immaginare un linguaggio significa immaginare una forma di vita”, allora studiare il modo in cui leggendo si immaginano forme di vita acquista una rilevanza particolare per chi voglia analizzare, comprendere, interpretare e orientare le profonde trasformazioni in corso nella diffusione della lettura e nel mercato editoriale.

Sulla base di questo assunto, dalle profonde implicazioni e ricadute sociali, economiche e di politica culturale, questo numero monografico di «Libri e riviste d'Italia» si pone come momento di sintesi e di riflessione critica sui risultati dell'indagine commissionata alla società Nielsen dal Centro per il libro e la lettura, Direzione Generale Biblioteche e Istituti culturali, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, condotta fra ottobre 2010 e giugno 2014. Un'indagine sulle dinamiche profonde del mercato editoriale (già più volte commentate in altra sede), i cui risultati in questo fascicolo vengono proficuamente integrati con riflessioni critiche sulla lettura come fenomeno cognitivo e sociale, e sulla attuale profonda articolazione di essa anche nei nuovi formati digitali.

Proprio su questi temi di ricerca si innesta la collaborazione fra il Centro per il Libro e la Lettura e il Corso di Laurea Magistrale in Scienze dell'Informazione, della Comunicazione e dell'Editoria dell'Università di Roma Tor Vergata, che con il Cepell lavora ormai da tempo e che ha fra le direttrici teoriche della sua intrinseca 'missione' culturale e educativa proprio la lettura, lo sviluppo cognitivo e culturale dei lettori, lo specifico elemento propulsivo nella formazione e nella proposta di contenuti editoriali, così come il loro articolarsi e modificarsi in prodotti editoriali di natura digitale.

L'obiettivo di questa sezione del fascicolo, con i tre contributi nei quali si articola, è dunque quello di integrare le analisi di mercato con una valutazione dei dati statistici sulla lettura e di produrre una riflessione di carattere più generale sulla crisi attuale del mercato editoriale e sulla sua contestuale differenziazione e specializzazione nelle forme dell'editoria digitale.

I saggi dei quali il lavoro si compone, sono collegati tra loro ma in realtà anche autonomi, vertendo tutti sullo stesso tema dell'indagine svolta dalla Nielsen Company sull'acquisto e la lettura di libri, e da angolature diverse convergono nell'analisi complessiva. Il contributo di Francesca Vannucchi, da un lato, in “La metodologia

dell'indagine" introduce la riflessione sui dati di acquisto e lettura di libri derivati dalla ricerca, attraverso una dettagliata descrizione dell'architettura della rilevazione statistica; dall'altro, in "Educare per leggere" propone una riflessione sull'importanza dell'educazione alla lettura, di cui si parla sempre poco, giacché il termine preferito è promozione alla lettura. La questione teorica 'forte' che Vannucchi sottolinea è proprio la necessità di educare, come condizione preliminare e costitutiva di un'autentica diffusione che non sia, o non sia solo, esclusivamente promozione (in alcuni paesi come la Svezia, dove i tassi di lettura sono alti, l'attività di promozione si innesta in un contesto che valorizza fortemente il ruolo della scuola e delle biblioteche: leggere è qualcosa che fa parte della cultura del Paese).

Il saggio di Miria Savioli, "Letture e acquisto di libri in Italia: i risultati dell'indagine Nielsen", offre un'ampia panoramica sulla lettura e sull'acquisto di libri, soffermandosi in particolare sulla distinzione tra libri cartacei e ebook. Un valore aggiunto allo snodarsi dell'argomentazione è senz'altro rivestito dai confronti con altri dati statistici (fonti Istat e Aie) che consentono in modo estremamente efficace di visualizzare le criticità della domanda e dell'offerta di libri in Italia.

Nel saggio conclusivo, "La crisi del mercato editoriale italiano: uno specchio della crisi culturale", Luisa Capelli ha concentrato l'attenzione sugli acquisti del libro e sul mercato in generale, contestualizzando la riflessione in uno scenario internazionale. E anche questo contributo evidenzia la forte valenza euristica di un'analisi che allarghi il suo focus dai meccanismi del mercato editoriale alle dinamiche socioculturali, economiche e politiche che sottendono la diffusione (o non diffusione) della lettura e le diverse forme nelle quali essa viene fruita. È dunque un altro pregio del lavoro nel suo complesso proprio la riflessione sull'editoria digitale, la lettura e l'acquisto di ebook.

Tornando alla fisionomia complessiva della sezione, ciò che emerge con chiarezza è la necessità di sviluppare e approfondire sempre più l'analisi dei risultati emersi dall'indagine, con un orientamento metodologico volto alla fertile produzione di incroci tra i dati che consentano di formulare ragionamenti nuovi sul presente e soprattutto sul futuro del libro in tutte le sue forme e in tutte le fasi della sua 'filiera'.

Carmela Morabito
*Presidente del Corso di Laurea Magistrale
in Scienze dell'Informazione, della Comunicazione e dell'Editoria
Università di Tor Vergata*

La metodologia dell'indagine

Francesca Vannucchi

1. Le ragioni della ricerca

Il Centro per il libro e la lettura, che ha strutturato il compimento della sua missione attraverso una programmazione di attività e progetti, ha commissionato a Nielsen Company¹ un'indagine sugli acquisti e sulla lettura di libri, avviata a ottobre 2010 e conclusa a giugno 2014. L'obiettivo è stato quello di ricostruire e monitorare lo scenario del mondo del libro e la sua evoluzione nel breve periodo, puntando l'attenzione, per la prima volta in un'indagine nazionale, non soltanto sul libro inteso in maniera tradizionale, ma anche sul suo corrispettivo digitale, l'ebook. La rilevazione è stata progettata con cadenza trimestrale e ha mostrato i comportamenti degli individui nei quattro diversi periodi dell'anno².

Le ragioni di questa ricerca si rintracciano nell'esigenza di comprendere a fondo gli atteggiamenti legati all'acquisto e alla lettura di libri, anche digitali: una premessa necessaria per un istituto nato con lo scopo di promuoverne la cultura³. La storia del Centro per il libro e la lettura si sviluppa attraverso differenti passaggi che lo hanno portato a essere l'ente in attività attualmente. Nel 2005 è avvenuta la prima grande trasformazione, da servizio amministrativo (Servizio IV), che si occupava di promozione del libro e della lettura, in Istituto per il libro⁴. In seguito, si è arrivati alla costituzione di ente autonomo, che oggi afferisce alla Direzione Generale Biblioteche e Istituti culturali, il cui regolamento di organizzazione e funzionamento è approvato a gennaio 2010⁵.

Il suo compito consiste nell'attuare politiche di diffusione del libro e della lettura in Italia, insieme ad attività in favore del libro, della cultura e degli autori italiani all'estero. In tale contesto, indagini su lettura e acquisto di libri appaiono necessarie per fotografare le caratteristiche del mercato e adottare linee progettuali di promozione adeguate. Tuttavia, a fronte di tale investimento in termini di risorse economiche e di tempo dedicato, sia per ricerca in questione che per tutte le attività portate

1. Nielsen Company è una società di mercato che studia i consumatori in Europa e nel mondo con lo scopo di offrire un quadro sulle tendenze di acquisto e sulle abitudini concernenti i mezzi di comunicazione. Circa i dettagli che riguardano il comparto Italia della Società, si veda: <http://www.nielsen.com/it/it.html>.

2. A questo proposito, cfr. le presentazioni ufficiali dell'indagine: Cepell-Nielsen, *Libri: tre mesi in Italia. Acquisto e lettura da ottobre a dicembre 2010*, Roma, Biblioteca Casanatense, 23 marzo 2011; Cepell-Nielsen, *L'Italia dei libri. Un anno, le stagioni, due trimestri a confronto*, Roma, Biblioteca Casanatense, 23 marzo 2012; Cepell-Nielsen, *L'Italia dei libri 2011-2013*, Roma, Biblioteca Angelica, 20 marzo 2014.

3. Cepell, *Libri: tre mesi in Italia. Acquisto e lettura da ottobre a dicembre 2010*, in «Libri e Riviste d'Italia», a. VII, nn. 1-2, 2011, pp. 25-41, <http://195.78.208.98:8080/WebDoc/>.

4. Decreto Ministeriale 28 ottobre 2005, *Istituzione dell'Istituto per il libro*, http://www.cepell.it/risorse/documenti/4_-_decreto_istituto_libro_1243777472015.pdf.

5. Decreto del Presidente della Repubblica 25 gennaio 2010, n. 34, *Regolamento recante organizzazione e funzionamento del Centro per il Libro e la Lettura, a norma dell'articolo 2, comma 1, del decreto del Presidente della Repubblica 2 luglio 2009, n. 91*, «Gazzetta Ufficiale», n. 57, 10 marzo 2010, Serie Generale, http://www.cepell.it/risorse/documenti/decreto_25-01-2010_cepell_gu_57-2010_1271147818855.pdf.

avanti dal Cepell, ciò che sembra ancora deficitario è un coerente re-indirizzamento delle politiche culturali del Governo, dirette verso la progettazione di soluzioni concrete in vista di un risanamento delle criticità messe in luce, così esplicitamente, dagli esiti di questa e di altre indagini nazionali sul tema.

2. L'architettura della rilevazione statistica

Il metodo di ricerca utilizzato da Nielsen è differente rispetto ad altre indagini nazionali, pertanto i risultati non possono essere comparati con ulteriori studi e la loro analisi è necessariamente circoscritta a quelli prodotti nell'arco di tempo considerato. Tali quantità offrono comunque la possibilità di compiere alcuni ragionamenti.

Nel presente lavoro collettaneo sono stati analizzati i dati sulla lettura e sugli acquisti di libri nell'arco di tempo compreso tra ottobre 2010 e marzo 2014⁶. Entrando nel dettaglio, per ragioni di correttezza metodologica, la riflessione in serie storica è stata condotta sul periodo dicembre 2011-dicembre 2013, il ragionamento sul dato più recente ha considerato, invece, le quantità aggiornate a marzo 2014.

L'indagine Nielsen ha osservato un campione di individui composto da persone di 14 anni e più. Tale scelta esclude dall'analisi una porzione significativa di persone che, pur non essendo con ogni probabilità acquirenti autonomi di libri (né di altro, forse), sono certamente in buona parte lettori e verosimilmente influenzano in maniera diretta o indiretta i consumi degli adulti del nucleo familiare di cui fanno parte. Si tratta di bambini e ragazzi appartenenti a una fascia di età scolare, ma anche prescolare, che non di rado hanno un rapporto con i libri appassionato.

La ricerca ha introdotto due criteri utili applicati ai libri. Si tratta dell'*affluency* e del *lifestage*. Il primo è un indicatore che tiene conto e pondera il peso dei componenti della famiglia e degli eventuali figli per determinare il reddito. È costituito da quattro gruppi di famiglie, definiti tramite una curva di concentrazione sul reddito netto procapite:

- *low affluency* (20%),
- *below-average affluency* (30%),
- *above-average affluency* (30%),
- *high affluency* (20%).

Il secondo indicatore è quello del *lifestage* che considera lo sviluppo dell'indivi-

6. Cfr. *infra*, Miria Savioli e Luisa Capelli. A partire dalla ricerca Nielsen, nell'ambito di un ragionamento più ampio, i saggi di Miria Savioli e di Luisa Capelli analizzano, rispettivamente, i dati sulla lettura e quelli relativi agli acquisti. Il presente contributo, invece, si sofferma in maniera specifica sulla metodologia dell'indagine e sull'analisi del contesto entro il quale operare ai fini di una corretta promozione – o meglio educazione – alla lettura.

duo in base al tipo di famiglia in cui è inserito. Esso intende mettere in evidenza il nucleo in cui i libri sono maggiormente inseriti. A tale proposito, sono identificate sette tipologie:

- *pre-families*, monocomponenti sotto i 35 anni o coppie con responsabilità di acquisti sotto i 35 anni, senza figli;
- *new families*, famiglie con bambini di 6 anni o meno;
- *maturing families*, famiglie con figli di età inferiore a 17 anni, non tutti piccoli (6 anni o meno) o tutti grandi (11-17 anni);
- *established families*, famiglie con figli grandi (11-17 anni);
- *post families*, monocomponente di età compresa tra 35 e 54 anni o famiglie con responsabilità di acquisti tra 35 e 54 anni, senza figli di età inferiore a 18 anni;
- *older couplet*, famiglie con responsabilità di acquisti di età maggiore di 55 anni, senza figli di età inferiore a 18 anni;
- *older singles*, monocomponente di età maggiore di 55 anni.

La rilevazione su acquisto e lettura di libri utilizza il Panel Consumer Nielsen, normalmente indagato per monitorare proprio i consumi. Esso è composto di 9.000 famiglie, per un totale di circa 24.000 individui. Sono nuclei ben conosciuti dalla Società, rigorosamente controllati dal punto di vista socio-demografico, stratificati e post-stratificati, affinché sia garantita una corretta uniformità del campione.

Per procedere a tale estrazione, la popolazione è suddivisa in livelli basati sul fattore che influenza il carattere da studiare, in questo caso gli acquisti delle famiglie. Tale schema di campionamento stratificato, rispetto a quello casuale semplice, è utilizzato perché ha il vantaggio di aumentare l'efficienza delle stime: il campione è allocato in modo proporzionale rispetto alle variabili di stratificazione.

In seguito, per ottemperare alle esigenze di rappresentatività di segmenti importanti e per una corretta pesatura sul totale, avviene la post-stratificazione rispetto a determinate variabili, che nell'indagine condotta per il Cepell sono:

- il numero dei componenti della famiglia (1-2-3-4-5 e più),
- il tipo di comune (auto rappresentativi - le 12 grandi municipalità italiane - e non auto rappresentativi),
- l'*affluency*,
- l'età del capofamiglia (0-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, 65 e più),
- l'età del responsabile degli acquisti (0-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, 65 e più),
- la presenza di bambini nel nucleo familiare (0-6 anni),
- il *lifestage*,
- la regione geografica.

Le famiglie collaboranti sono reclutate tramite il metodo del mailing postale ed

elettronico, che si ripete periodicamente su indirizzi della lista completa dell'universo delle famiglie. Tale selezione è basata su criteri di casualità, nel rispetto proporzionale delle variabili di stratificazione di primo livello gerarchico, conosciute a priori.

Il materiale inviato contiene una prima descrizione delle finalità e del sistema di rilevazione, insieme a una spiegazione sintetica della tipologia di collaborazione richiesta e di alcune informazioni sul tipo di incentivazione prevista. La famiglia interessata completa un modulo di adesione che rappresenta anche una scheda informativa dettagliata relativa al suddetto nucleo. Tutte le adesioni sono valutate da un Ufficio preposto, che controlla le caratteristiche dei potenziali collaboranti: la scelta avviene rispetto alle variabili di stratificazione di primo e di secondo livello, queste ultime ricavabili dal modulo di adesione.

I nuclei che superano la prima selezione sono valutati nuovamente tramite contatto telefonico. In questa fase ricevono anche maggiori informazioni rispetto all'attività da svolgere. E, qualora confermino la propria disponibilità a far parte del campione, è spedito loro il materiale di rilevazione, completo di manuale e dvd esplicativo dell'impiego e delle sue procedure (un numero verde è a disposizione in caso di necessità).

Le famiglie al cui interno sono presenti individui che svolgono ricerche di mercato e sono attivi in settori limitrofi, come il marketing, la pubblicità, le promozioni, le vendite, o che fanno parte di altri campioni di ricerca non possono andare a comporre il Panel Consumer Nielsen. Una volta costruito il campione, esso diventa oggetto di indagine nei vari progetti sviluppati. La partecipazione è sempre facoltativa, ma il sistema di incentivi previsto garantisce normalmente una risposta positiva⁷. Gli universi delle famiglie e degli individui sono aggiornati da Nielsen annualmente. Le fonti utilizzate sono principalmente Istat, Banca d'Italia, Caritas⁸.

Dunque, in questo contesto già esistente e in attività, le famiglie sono periodicamente intervistate su determinati comportamenti. In particolare, nel corso dell'indagine condotta per il Cepell è stato chiesto loro di fornire indicazioni su lettura e acquisto di libri. A tale campione è stato somministrato un questionario, composto di 20 domande a risposta chiusa (alle quali se ne aggiunge una, la prima, finalizzata alla registrazione dell'individuo rispondente), auto-compilato attraverso la tecnologia Home-Scanning, una metodologia scanner che guida il percorso di rilevazione. Si tratta di un mini-computer, dotato di lettore ottico, che consente alle famiglie del Panel Consumer Nielsen di rilevare ogni atto di acquisto nella sua interezza (data, membro della famiglia che lo effettua, codice a barre del prodotto, negozio, prezzo, eventuale promozione, totale dell'importo speso). È una rilevazione di tipo continuo, che restituisce l'esatta sequenza degli atti di acquisto. In seguito, i dati sono trasmessi

7. La risposta ai tre questionari previsti lungo l'arco di un trimestre dell'indagine permette l'acquisizione di 100 punti. In seguito, essi saranno spesi, insieme agli altri punti accumulati, scegliendo il proprio articolo, tra i 160 disponibili, in un Catalogo Premi.

8. Si ringrazia la Dott.ssa Tiziana Fumagalli di Nielsen per alcune precisazioni in merito alla metodologia di rilevazione utilizzata nell'ambito della presente indagine.

alla Società tramite linea telefonica (modem)⁹.

In linea con il metodo esplicitato, la ricerca in questione si è articolata attraverso interviste svolte a 3.000 famiglie ogni mese – circa 8.000 individui – per un totale di 9.000 famiglie a trimestre – circa 24.000 individui. L'unica eccezione è costituita dalla rilevazione condotta nei primi sei mesi del 2014, in cui il campione è stato ridotto a 3.000 famiglie a trimestre. Questo panel rappresenta 23.393.000 famiglie, l'universo delle "famiglie di fatto", cioè un gruppo di persone residenti che convivono in modo stabile (60.795.612 individui)¹⁰. Sono esclusi i consumi non familiari (ospedali, caserme, turisti, stranieri, etc.) e quelli extradomestici (fuori casa e nella seconda abitazione).

Tramite il dispositivo apposito, denominato Pitagora, i rispondenti scansionano i codici presenti nel questionario, che identificano innanzitutto il singolo individuo, poi le sue abitudini di acquisto e di lettura di libri. Tutti i componenti del nucleo familiare con un'età di almeno 14 anni effettuano il processo di auto-compilazione. L'intervista inizia appunto con la registrazione personale, alla quale seguono le risposte a tutte le domande. Al termine, Pitagora torna al quesito iniziale, cosicché un altro familiare possa procedere. Quando tutti i componenti del nucleo in questione hanno completato il questionario, è inserito il codice finale (il n. 99), che determina la conclusione dell'indagine. A quel punto, i dati sono trasmessi a Nielsen, che li acquisisce e poi li elabora. Non è detto che ogni componente della famiglia risponda a tutte le domande. È probabile, per esempio, che quanti abbiano acquistato i libri non siano lettori, perché i testi sono destinati a un differente componente del nucleo oppure sono stati comprati per essere regalati.

Per ogni trimestre il numero di invii del questionario è pari a tre, moltiplicati per i quattro periodi dell'anno in oggetto. Unicamente nei primi tre mesi dell'indagine, tra ottobre e dicembre 2010, gli invii sono complessivamente dieci. I dati rilevati sono poi aggregati su base trimestrale, semestrale e annuale.

Le informazioni quantitative individuate sui comportamenti di lettura riguardano:

- la tipologia di libro letto (cartaceo e/o ebook),
- il genere,
- il canale di provenienza (già in casa, acquistato, in abbonamento, prestato, ricevuto in regalo, preso in biblioteca, a scuola o altro).

In merito ai comportamenti di acquisto, è monitorata:

- la tipologia del libro comprato nel periodo indagato,
- il genere,
- il canale di acquisto,

9. La rilevazione del prezzo non è richiesta se gli acquisti sono effettuati in supermercati o ipermercati. In questo caso, il costo è stimato utilizzando i dati del panel negozi. I prodotti non dotati di codice a barre, come frutta, verdura, carne, salumi, sono rilevati attraverso un Booklet rilasciato alla famiglia, contenente i codici interni Nielsen.

10. Demostat, *Popolazione residente. Anno 2015*, Roma 2015, <http://demo.istat.it/pop2015/index.html>.

- la destinazione (se il libro è acquistato per la famiglia o come regalo),
- il prezzo.

In vista di una potenziale visione integrata dei risultati, la lista dei generi e il canale di provenienza rispecchiano la classificazione Nielsen Bookscan, uno strumento utilizzato per misurare la performance della lettura nelle librerie indipendenti e di catena, nella grande distribuzione e in internet¹¹. Tuttavia, in questa circostanza, non è possibile svolgere un'analisi comparativa tra i dati di acquisto e di lettura da parte degli individui e le uscite dai punti vendita - che sarebbe stata di grande utilità e interesse -, poiché questo genere di informazioni è al di fuori degli accordi pattuiti con il Cepell.

Di ogni quantità rilevata nell'indagine su lettura e acquisto di libri sono fornite le seguenti variabili:

- il sesso,
- l'età (14-19 anni, 20-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, 65 anni e più),
- l'area geografica,
- il livello di istruzione (licenza elementare, licenza media, diploma, laurea),
- l'*affluency*,
- il *lifestage*.

Anche in merito all'area geografica, la classificazione avviene secondo una suddivisione Nielsen già pianificata, che prevede quattro aree comprendenti le 20 regioni italiane.

- Area 1: Piemonte, Liguria, Valle D'Aosta e Lombardia;
- Area 2: Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto ed Emilia Romagna;
- Area 3: Toscana, Marche, Umbria, Lazio e Sardegna;
- Area 4: Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia.

Le quantità acquisite sono espanse in modo da rappresentare la totalità della popolazione italiana. Non è stato possibile avere i dati grezzi, perché Nielsen non li rilascia. Ciò ha determinato l'impossibilità di incrociare gli indicatori ed estrarre informazioni nuove rispetto a quelle già presentate nelle sedi ufficiali. Pertanto, l'obiettivo del presente lavoro è stato quello di partire da quantità ormai note per compiere un ragionamento più ampio sulla lettura e sul mercato di libri.

11. Bookscan consente di dimensionare il mercato dei libri in pezzi e in valore al pubblico, monitorare l'andamento dei diversi titoli, consultare le classifiche, effettuare valutazioni per autore, editore, collana. Il campione è composto di circa 815 librerie, quasi 5.000 negozi della Gdo e 3 catene internet. In virtù della presenza di Nielsen in diversi Paesi, le informazioni rilevate potrebbero essere comparate anche a livello internazionale, laddove evidentemente il servizio è attivo.

Lettura e acquisto di libri in Italia: i risultati dell'indagine Nielsen

Miria Savioli

In Italia la quota di lettori è molto contenuta: meno della metà della popolazione infatti dichiara di aver letto almeno un libro in un anno. A partire dal 2011, inoltre, si è registrato un calo generalizzato e diffuso dei lettori in tutti gli strati della popolazione, dopo anni in cui, pur con lievi oscillazioni, il trend era stato tendenzialmente positivo.

I dati rilevati da Nielsen nell'indagine su Acquisto e lettura di libri registrano, infatti, il crollo verticale della quota dei lettori di libri di 14 anni e più (dal 49% del 2011 al 43% del 2013), con una accentuazione preoccupante tra gli adolescenti. Parallelamente al calo dei lettori, diminuiscono anche gli acquirenti di libri (dal 44% al 37%), in particolare tra gli adulti di 35-44¹.

Per capire cosa sta succedendo è importante tendere lo sguardo anche al settore dell'editoria, attraversato in questi ultimi anni da una profonda crisi economica. Dal 2007 il fatturato complessivo del mercato del libro ha visto precipitare il suo valore da 3,7 a 2,5 miliardi, con una perdita di oltre il 30%².

Risulta in calo anche il numero degli editori: nel 2013 l'Istat ha censito 2.248 tra case editrici e altri enti dediti alla pubblicazione di opere librarie, 371 in meno rispetto all'anno precedente. Nel 2013 si conferma anche il saldo negativo tra nuove imprese e cessazioni, iniziato nel 2007: a fronte della comparsa di 62 nuovi editori, 102 hanno cessato l'attività editoriale.

Accanto a ciò si consideri che l'offerta di opere librarie appare sproporzionata rispetto alla capacità di assorbimento della domanda: nel 2013 i circa 1.600 editori attivi censiti dall'Istat³ hanno pubblicato 61.966 titoli e hanno stampato oltre 181 milioni di copie, circa tre copie per ogni abitante.

Continua a diminuire il numero medio di copie stampate per ciascun titolo pubblicato, attestandosi nel 2013 a 2.900, ovvero il 3,4% in meno rispetto al 2012 e il 26% in meno rispetto al 2007 quando il numero medio sfiorava le 4.000 copie⁴.

Un segnale positivo arriva invece dal mercato digitale. Nel 2013 sono stati pubblicati 30.382 titoli in formato e-book per un totale di 40.800 manifestazioni (ossia i diversi formati di pubblicazione), facendo registrare un +43% rispetto al 2012 quando il numero delle manifestazioni era 28.500. Nel 2013 lo stock dei libri digitali in commercio (in qualsiasi tipo di formato) ha superato la soglia delle 100 mila manifestazioni, nonostante indici di lettura di libri e di acquisto in calo⁵.

1. Cepell-Nielsen, *L'Italia dei libri 2011-2013*, Roma, Biblioteca Angelica, 20 marzo 2014.

2. Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2008*, a cura di Giovanni Peresson, Milano, Ediser, 2008. Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2015*, a cura di Giovanni Peresson, Milano, Ediser, 2015.

3. Editori che hanno pubblicato almeno un'opera libraria nel 2013 sul totale dei 2.248 censiti dall'Istat.

4. Istat, *La produzione e la lettura di libri in Italia*, Roma, 2015, <http://www.istat.it/it/archivio/145294>.

5. Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, a cura di Giovanni Peresson e Lorenza Biava, Milano, Ediser, 2014, p. 35.

I molteplici cambiamenti che stanno caratterizzando sia il settore della domanda sia quello dell'offerta suggeriscono due interrogativi:

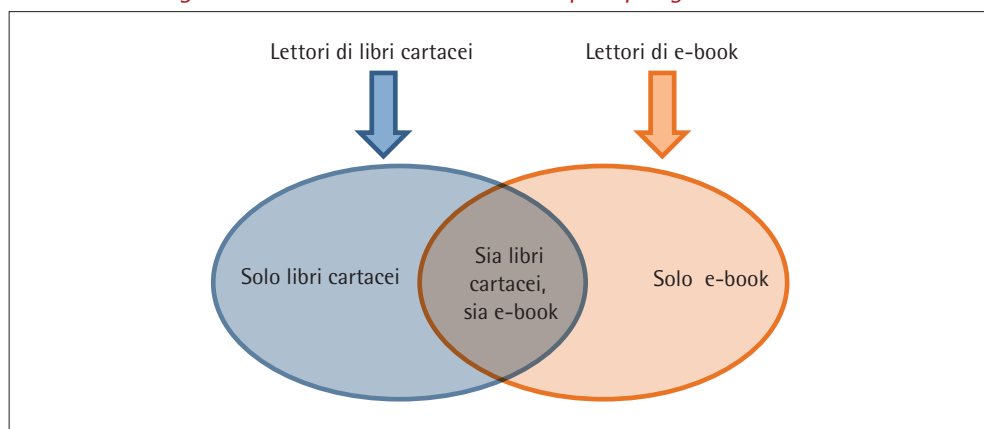
- la diffusione degli e-book può compensare il calo registrato fra i lettori e gli acquirenti di libri?
- la lettura di e-book influisce sul modo in cui gli intervistati si definiscono lettori e rispondono alle domande di un questionario? Ad esempio, ci sono persone che alla domanda: "Ha letto libri negli ultimi 12 mesi?" rispondono "no" ma poi alla domanda: "Che tipologia di libro ha letto?" dichiarano di aver letto e-book?

Per rispondere a queste domande è indispensabile disporre di dati in serie storica sui comportamenti di lettura e di acquisto che permettano di distinguere tra libri cartacei ed e-book. Nelle indagini sulla lettura e acquisto di libri quindi dovrebbe essere inserita una domanda con la quale si chiede agli intervistati la tipologia del libro letto o acquistato. Ciò consentirebbe di analizzare separatamente le tendenze e capire se il calo dei lettori (ma lo stesso discorso vale per gli acquirenti) è generalizzato o riguarda solo una parte di essi e se la lettura digitale nel medio-lungo periodo può costituire un traino per la lettura in generale.

Inoltre nelle indagini sulla lettura la domanda sulla tipologia di libro letto (cartaceo o e-book) dovrebbe essere rivolta a tutta la popolazione e non ai soli lettori. In tal modo sarebbe possibile verificare se esistono persone che inizialmente non si definiscono lettori ma poi dichiarano di aver letto e-book.

La domanda sulla tipologia di libro letto consentirebbe anche di suddividere i lettori di libri cartacei e i lettori di e-book nei tre sottogruppi individuati nella Fig. 1: lettori che leggono solo libri cartacei, lettori che leggono solo e-book, lettori che leggono sia libri cartacei sia e-book. Ciò permetterebbe di capire se e come stanno cambiando le abitudini di lettura della popolazione: ad esempio se ci sono persone che leggono solo e-book oppure se la modalità di lettura verso la quale i lettori si stanno orientando è quella di associare i libri cartacei agli e-book.

Fig. 1 – Schema teorico: lettori distinti per tipologia di libro letto



L'unica indagine statistica che attualmente consente di distinguere i lettori di libri cartacei dai lettori di e-book è l'indagine che il Centro per il libro e la lettura (Cepell) ha commissionato nel 2010 alla Nielsen Company su Acquisto e lettura di libri⁶. In questa indagine si chiede ai lettori di libri di 14 anni e più di indicare la tipologia di libro letto, distinguendo tra libro fisico o e-book. Nel questionario si specifica che per libro fisico si intende un libro stampato su carta e per e-book un libro in formato elettronico/digitale consultabile su computer, telefonini di ultima generazione, palmari e appositi lettori digitali.

Grazie a questa indagine è possibile individuare i due macro gruppi illustrati nella Fig. 1 (lettori di libri cartacei e lettori di e-book), mentre non è possibile distinguere i lettori nei tre sottogruppi (lettori solo di libri cartacei, lettori solo di e-book, lettori sia di libri cartacei sia di e-book)⁷. Inoltre non è possibile sapere se ci sono persone che in prima battuta non si definiscono lettori ma poi dichiarano di aver letto e-book, poiché la domanda sul genere di libro letto è stata sottoposta solo ai lettori.

L'Istat, che rileva ogni anno informazioni sulla lettura di libri⁸, non ha diffuso fino a oggi dati sulla tipologia di libro letto. Nel 2015, però, ha inserito per la prima volta nell'indagine Aspetti della vita quotidiana e nell'indagine di approfondimento tematico I cittadini e il tempo libero una domanda sulla tipologia di libro letto con la quale ha chiesto a tutti gli individui di 6 anni e più, quindi indipendentemente dal fatto che si siano definiti lettori di libri, se

6. L'indagine è di tipo campionario ed è stata effettuata da ottobre 2010 a giugno 2014 con cadenza mensile.

Ogni mese sono state intervistate 3.000 famiglie (per un totale di 9.000 famiglie a trimestre) appartenenti al Panel Consumer Nielsen normalmente utilizzato da Nielsen per monitorare i comportamenti di acquisto della popolazione nell'ambito dei mercati di largo consumo. Tutti i componenti della famiglia di 14 anni e più hanno autocompilato un questionario composto da 20 domande a risposta chiusa (12 relative all'acquisto di libri e 8 relative alla lettura). Per maggiori approfondimenti sulla metodologia dell'indagine Nielsen cfr. *infra* Francesca Vannucchi, pag. 38

7. Nielsen ha rilasciato al Cepell i dati solo sotto forma di tabelle con valori percentuali; ciò ha impedito di poter effettuare incroci diversi da quelli presenti nei file. Le elaborazioni che consentirebbero di individuare anche i tre sottogruppi sono possibili solo a pagamento.

8. La prima indagine Istat sulla lettura risale al 1957. Successive rilevazioni sono state effettuate nel 1965, 1973, 1984, 1987/1988. Dal 1993 l'Istat conduce ogni anno l'indagine multiscopo Aspetti della vita quotidiana in cui raccoglie le informazioni di base sulla lettura di libri. Nel questionario sono presenti due domande rivolte alla popolazione di 6 anni e più: 1. Ha letto libri negli ultimi 12 mesi? 2. Quanti libri ha letto negli ultimi 12 mesi? Nel questionario si specifica che devono essere considerati solo i libri letti per motivi non strettamente scolastici o professionali. Questa indagine consente da 22 anni di monitorare la quota e il profilo dei lettori rispetto alle classiche variabili socio-demografiche (sesso, età, titolo di studio, condizione professionale, zona di residenza). Inoltre nel 1995, 2000, 2006 e 2015 l'Istat ha realizzato l'indagine di approfondimento tematico I cittadini e il tempo libero nella quale ha dedicato ampio spazio alla lettura di libri. Nel questionario del 2015 sono presenti 13 domande sulla lettura di libri rivolte alla popolazione di 6 anni e più e 2 domande sulla lettura prescolare rivolte ai bambini di 3-5 anni. Sia l'indagine Aspetti della vita quotidiana sia l'indagine I cittadini e il tempo libero si basano su un campione di circa 20 mila famiglie distribuite in circa 850 comuni italiani di diversa ampiezza demografica. Le interviste sono effettuate da rilevatori comunali presso l'abitazione della famiglia campione, estratta casualmente dalle liste anagrafiche del comune. Per maggiori approfondimenti sulla storia delle indagini Istat sulla lettura si veda M. Savioli, *Il lettore di libri questo (s)conosciuto*, «Libri e riviste d'Italia» anno V, n. 1-5, 2009.

hanno letto e-book o libri online.

Si tratta di una innovazione importante che fornirà dati preziosi per capire se gli e-book influenzano il modo in cui un individuo si percepisce come lettore e risponde alle domande di un questionario. Queste informazioni, inoltre, consentiranno di individuare tutte le tipologie di lettori riportate nella Fig. 1.

In attesa dei risultati di queste indagini, i dati Nielsen sono gli unici in grado di tratteggiare un primo quadro su come sta cambiando il rapporto della popolazione con la lettura dopo l'avvento degli e-book.

Accanto a questi dati se ne possono considerare anche alcuni diffusi dall'Istat che non si riferiscono in modo specifico ai comportamenti di lettura ma che possono essere utili alla riflessione. Dal 2012, infatti, l'Istat ha inserito nel questionario dell'indagine Aspetti della vita quotidiana una domanda con la quale chiede agli utenti di internet di 6 anni e più se negli ultimi 3 mesi hanno letto o scaricato libri online o e-book.

La domanda nasce con l'obiettivo di rilevare le attività che la popolazione svolge su internet e non le nuove forme di lettura digitale. Questo spiega perché insieme alla lettura di libri (online o e-book) viene rilevato anche il download e perché la domanda non è rivolta ai lettori di libri ma agli utenti di internet.

Anche per quanto riguarda l'acquisto di libri, l'indagine Nielsen è l'unica che attualmente consente di distinguere tra acquirenti di libri cartacei e acquirenti di e-book. Nielsen, infatti, ha chiesto agli acquirenti di 14 anni e più di specificare la tipologia di libro acquistato. Nel questionario sono state inserite le stesse modalità di risposta (libro fisico o e-book) usate per le domande sulla lettura (Fig. 2).

L'Istat, invece, nell'indagine Aspetti della vita quotidiana non indaga la dimensione dell'acquisto. Nel questionario però è presente dal 2010 una domanda con la quale si chiede agli utenti di internet di 6 anni e più se negli ultimi 12 mesi hanno ordinato o comprato online varie tipologie di merci, tra cui anche i libri (inclusi gli e-book).

Questa domanda nasce con l'obiettivo di conoscere quali sono i prodotti che la popolazione ordina o acquista su internet suddivisi in macro categorie (articoli per la casa, abiti, attrezzature elettroniche, film, musica, libri, ecc.) senza entrare nel dettaglio delle caratteristiche specifiche degli oggetti acquistati. Per le finalità della domanda, quindi, non è importante distinguere tra libri cartacei ed e-book.

Nei paragrafi successivi analizzerò nel dettaglio i risultati dell'indagine Nielsen su Acquisto e lettura di libri⁹ e affiancherò l'analisi di questi dati con quelli tratti

9. Nielsen nell'indagine su Acquisto e lettura di libri ha raccolto informazioni sui comportamenti di acquisto e lettura riferiti al mese precedente l'intervista e poi ha diffuso sia i dati riferiti al trimestre sia quelli riferiti ai 12 mesi; in questo articolo ho commentato i dati annuali relativi ai periodi: gennaio-dicembre 2011, gennaio-dicembre 2012, gennaio-dicembre 2013 e i dati trimestrali dal IV trimestre 2010 al II trimestre 2014. Questi dati sono stati presentati dal Cepell in tre occasioni ufficiali: *Libri: tre mesi in Italia. Acquisto e lettura da ottobre a dicembre 2010*; relazione presentata a Roma presso la Biblioteca Casanatense il 23 marzo 2011. *L'Italia dei libri. Un anno, le stagioni, due trimestri a confronto*; relazione presentata a Roma presso la Biblioteca Casanatense il 23 marzo 2012. *L'Italia dei libri 2011-2013*; relazione presentata a Roma presso la Biblioteca Angelica il 20 marzo 2014. Inoltre ho analizzato anche i dati annuali riferiti al periodo marzo 2013-marzo 2014 contenuti nei file xls che Nielsen ha messo a disposizione del Cepell.

dall'indagine Istat Aspetti della vita quotidiana. Non farò mai confronti diretti tra le due indagini perché la diversa metodologia (tecnica di campionamento, dimensione del campione e modalità di formulazione delle domande) non rende i dati confrontabili.

Fig. 2 – Domande presenti nel questionario dell'indagine Nielsen su Acquisto e lettura di libri

LETTURA	ACQUISTO
Quanti libri ha letto nel mese di? (Se ha letto almeno un libro) Che tipologia di libro ha letto? Libro fisico E-book	Quanti libri ha acquistato nel mese di? (Se ha acquistato almeno un libro) Che tipologia di libro ha acquistato? Libro fisico E-book
Libro fisico = libro stampato su carta. E-book = libro in formato elettronico/digitale consultabile su computer , telefonini di ultima generazione, palmari ed appositi lettori digitali.	
Ai fini di una corretta compilazione pensi a tutti i libri, romanzi, manuali, testi, opere, dizionari, guide turistiche, fumetti, testi religiosi, ecc. letti nel mese di per fini non scolastici o universitari.	

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

1. Lettura e acquisto le tendenze in atto

Secondo i dati Nielsen nel 2013 il 43% della popolazione di 14 anni e più¹⁰ dichiara di aver letto almeno un libro nei dodici mesi precedenti l'intervista. In valore assoluto di tratta di 22 milioni e 400 mila lettori per un totale di 153 milioni di libri letti¹¹.

10. Le domande sulla lettura di libri sono state inserite in un questionario che nasce con l'obiettivo di indagare i comportamenti di acquisto e non i consumi culturali. Per questo motivo il campione è formato da individui di 14 anni e più. Se ciò ha senso quando si indagano comportamenti di acquisto ha molto meno senso quando si indaga la lettura di libri. Avere informazioni sui comportamenti di lettura della popolazione in età prescolare e scolare fino ai 13 anni è indispensabile, poiché è in questa fase della vita che si gettano le basi per un rapporto stabile e duraturo con i libri e le politiche di promozione della lettura dovrebbero avere come target privilegiato proprio le fasce più giovani di popolazione.

11. La domanda presente nel questionario è: "Quanti libri ha completato di leggere nel corso del mese di? Ai fini di una corretta compilazione di questa sezione pensi a tutti i libri, romanzi, manuali, testi, opere, dizionari, guide turistiche, fumetti, testi religiosi, ecc. letti nel mese di per fini non scolastici o universitari".

Più bassa risulta invece la quota di popolazione che nel 2013 dichiara di aver comprato almeno un libro¹²: il 37% sul totale della popolazione di 14 anni e più per un totale di 19 milioni e 500 mila acquirenti e 112 milioni di copie acquistate (Tab. 1).

L'analisi dei dati riferiti al triennio 2011-2013 mostra un calo significativo sia dei lettori sia degli acquirenti. I primi registrano un segno negativo pari all'11,4% per un totale di 2 milioni e 900 mila di lettori in meno. Più consistente, invece, il calo degli acquirenti: -15,3% pari a 3 milioni e 300 mila acquirenti in meno. Nei 3 anni si sono persi 16 milioni di copie lette e 23 milioni di copie acquistate (Tab. 2).

I lettori calano in tutti gli strati della popolazione ma con alcune accentuazioni. Diminuiscono sia tra le donne sia tra gli uomini, ma tra i secondi il calo è più marcato. La diminuzione tocca tutte le fasce di età e in modo particolare i giovani di 14-19 anni, ovvero un segmento di popolazione che nella quasi totalità dei casi è ancora pienamente inserito nel sistema scolastico. L'unica eccezione è rappresentata dalla popolazione di 65 anni e più che invece registra una lieve crescita.

Il calo è più accentuato nelle regioni del Centro-Sud, dove già i livelli erano più bassi e tra le persone con titoli di studio medio-alti.

Infine, la lettura cala tra i lettori forti, che hanno letto 12 o più libri nel corso dell'anno, ovvero tra coloro che hanno con i libri un rapporto stabile e consolidato e che per questo venivano considerati come la categoria più protetta rispetto ai cambiamenti¹³. Tra il 2011 e il 2013 si perdono 800 mila lettori forti (-12,2%) (Tab.3).

**Tab. 1 - Lettori e acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più.
Anni 2011, 2012, 2013 e variazione percentuale 2011-2013
(valori assoluti in migliaia e per 100 persone di 14 anni e più)**

LETTORI E ACQUIRENTI	2011		2012		2013		Variazione % 2011-2013
	V.a	%	V.a	%	V.a	%	
Lettori di libri	25.300	48,5	24.400	46,4	22.400	43,0	-11,4
Acquirenti di libri	22.800	43,7	21.300	40,6	19.500	37,0	-15,3

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

12. La domanda presente nel questionario è: "Quanti libri ha acquistato nel corso del mese di? Ai fini di una corretta compilazione di questa sezione pensi a tutti i libri, romanzi, manuali, testi, opere, dizionari, guide turistiche, fumetti, testi religiosi, ecc. acquistati nel mese di per fini non scolastici o universitari".

13. Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, a cura di Giovanni Peresson e Lorenza Biava, Milano, Ediser, 2014, p. 43.

Tab. 2 – Numero di libri letti (cartacei+e-book) e numero di libri acquistati (cartacei+e-book) dalla popolazione di 14 anni e più. Anni 2011, 2012, 2013 e variazione percentuale 2011-2013 (valori assoluti in migliaia)

LIBRI LETTI E ACQUISTATI	2011	2012	2013	Variazione %
	V.a	V.a	V.a	2011-2013
Libri letti	168.800	157.800	153.000	-9,4
Libri acquistati	135.000	122.000	112.000	-17,0

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

Così come i lettori anche gli acquirenti calano di più tra gli uomini, tra le persone con titoli di studio medio-alti e nelle regioni del Centro-Sud.

La diminuzione è trasversale in tutte le fasce di età con una accentuazione nella fascia 35-44 anni. Anche in questo caso l'unica eccezione è rappresentata dalla popolazione di 65 anni che mostra invece un trend positivo. La diminuzione si concentra tra i forti acquirenti che hanno acquistato 12 o più libri nel corso dell'anno (-6,5% per un totale di 500 mila acquirenti forti in meno).

Tab. 3 – Lettori di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più per numero di libri letti. Anni 2011, 2012, 2013 e variazione percentuale 2011-2013 (valori assoluti in migliaia e per 100 lettori di 14 anni e più)

NUMERO DI LIBRI LETTI	2011		2012		2013		Variazione %
	V.a	%	V.a	%	V.a	%	2011-2013
1-2 libri	9.300	36,8	9.600	39,3	8.300	37,1	0,8
3-11 libri	12.400	49,0	11.900	48,8	11.300	50,4	2,9
12 libri o più	3.600	14,2	2.900	11,9	2.800	12,5	-12,2
Totale	25.300	100,0	24.400	100,0	22.400	100,0	

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

Tab. 4 – Acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più per numero di libri acquistati. Anni 2011, 2012, 2013 e variazione percentuale 2011-2013 (valori assoluti in migliaia e per 100 acquirenti di 14 anni e più)

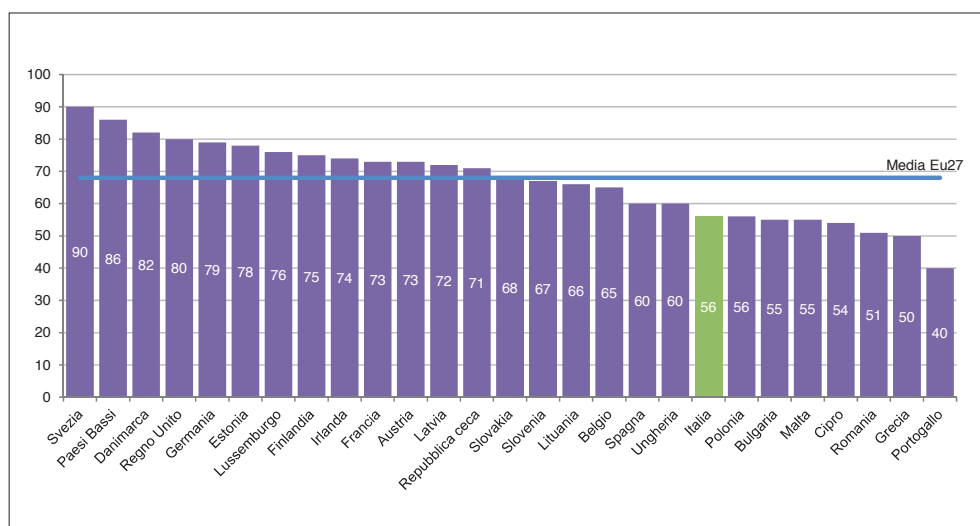
NUMERO DI LIBRI ACQUISTATI	2011		2012		2013		Variazione %
	V.a	%	V.a	%	V.a	%	2011-2013
1-2 libri	9.900	43,4	9.600	45,1	8.400	43,1	-0,8
3-11 libri	10.400	45,6	9.700	45,5	9.100	46,7	2,3
12 libri o più	2.500	11,0	2.000	9,4	2.000	10,3	-6,5
Totale	22.800	100,0	21.300	100,0	19.500	100,0	

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

La tendenza a ribasso dei lettori risulta ancora più preoccupante se si tiene conto che, secondo l'indagine Eurobarometro, in Italia la quota di lettori di libri è tra le più basse d'Europa. L'Italia, infatti, si colloca al ventesimo posto nella graduatoria Eu27 con una quota di lettori che si attesta al 56% rispetto al 68% della media europea (Fig.3).

In fondo alla graduatoria, insieme all'Italia, si collocano i paesi del mediterraneo (Cipro, Portogallo, Grecia e Malta) e dell'Est Europa (Bulgaria, Romania e Polonia). Mentre ai primi posti troviamo i paesi dell'Europa del Nord: Svezia, Paesi Bassi, Danimarca e Regno Unito che registrano quote di lettori molto più alte della media europea¹⁴.

*Fig. 3 - Persone di 15 anni e più che hanno letto libri nei paesi Eu27
- Anno 2013 (per 100 persone di 15 anni e più della stessa zona)*



Fonte: Commissione Europea, Eurobarometro

14. L'unico studio armonizzato disponibile a livello europeo sulla lettura di libri è quello realizzato da Eurobarometro su richiesta della Commissione Europea. L'indagine è stata effettuata dalla società TNS Opinion & Social network nei 27 paesi membri della Comunità Europea tra il 26 aprile e il 14 maggio 2013. Sono state intervistate 26.563 persone di 15 anni e più con tecnica *face to face* e le interviste si sono svolte presso l'abitazione della persona intervistata. In Italia sono state intervistate 1.016 persone. La domanda presente nel questionario è: Quante volte negli ultimi 12 mesi ha letto libri? Mai, 1-2 volte, 3-5 volte, più di 5. L'esiguità del campione, la tecnica di indagine e la formulazione della domanda inserita nel questionario rende i dati non confrontabili con quelli Istat né con quelli rilevati dalla Nielsen. Ciò nonostante, ritengo che questi dati siano utili per collocare l'Italia nel contesto europeo. Commissione Europea, *Special Eurobarometer 399, Cultural access and participation*, Commissione Europea, 2014, p. t9, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

Tra il 2007 e il 2013, la quota di lettori nei paesi Eu27 diminuisce di 3 punti percentuali. In totale 20 paesi registrano una diminuzione, tra questi troviamo anche l'Italia che con 7 punti percentuali in meno si colloca tra i paesi che registrano la perdita maggiore.

Per spiegare la contrazione dei lettori e degli acquirenti è stata chiamata in causa la crisi economica¹⁵. Personalmente ritengo che la crisi economica potrebbe influire sul "non poter acquistare" un libro, ma non sul "non poter leggere" un libro. Anche perché la lettura di libri è, tra tutti i consumi culturali, l'unico che si può compiere anche a costo zero, grazie alle biblioteche presenti sul territorio¹⁶.

Inoltre, rispetto alla lettura di libri se il calo fosse legato alla crisi economica dovrebbe risultare maggiore nelle categorie sociali più svantaggiate, mentre la lettura cala di più tra gli uomini, gli adolescenti e le persone con titoli di studio medio-alti. In particolare la forte contrazione dei lettori tra gli adolescenti solleva molti dubbi sul ruolo della crisi economica. Infatti, non si vede perché la crisi economica dovrebbe colpire in maniera così forte le abitudini di lettura di un segmento di popolazione che nella quasi totalità dei casi è ancora inserito nel sistema scolastico e quindi, in teoria, più stimolato alla lettura e più protetto rispetto a possibili allontanamenti dal libro¹⁷.

Per spiegare il calo dei lettori più plausibile sembra l'ipotesi che individua la causa nell'uso sempre più diffuso dei media digitali. Gli studi Censis mostrano un cambiamento profondo nella dieta mediatica della popolazione: aumenta, in particolare tra i giovani, il tempo dedicato all'uso di media digitali e mobili connessi in rete (computer, smartphone, tablet) e diminuisce il tempo impiegato nell'uso di media tradizionali, in particolare televisione ed editoria cartacea¹⁸.

Anche i dati Istat confermano che le nuove tecnologie occupano un posto sempre più importante nei tempi di vita della popolazione, in particolare di quella più giovane. Nella fascia 15-24 anni oltre il 70% dei giovani usa internet tutti i giorni e oltre il 74% usa social network (Fig. 4).

Sempre in base ai dati Istat, tra il 2012 e il 2014 la quota di lettori è diminuita di 4,6 punti percentuali, passando dal 46% al 41,4%, mentre gli utenti giornalieri di internet sono aumentati di 7,4 punti percentuali (dal 29,5% al 36,9%) e la quota di coloro che partecipano a social network è aumentata di quasi 6 punti percentuali (dal 25,8% al 31,6%). Le perdite maggiori di lettori si riscontrano tra gli adolescenti di 15-17 anni (-8,7 punti percentuali), tra quali però si registrano i maggiori incrementi nell'uso quotidiano di internet (+ 13,9 punti) e nell'uso di social network (+7,7 punti) (Fig. 5).

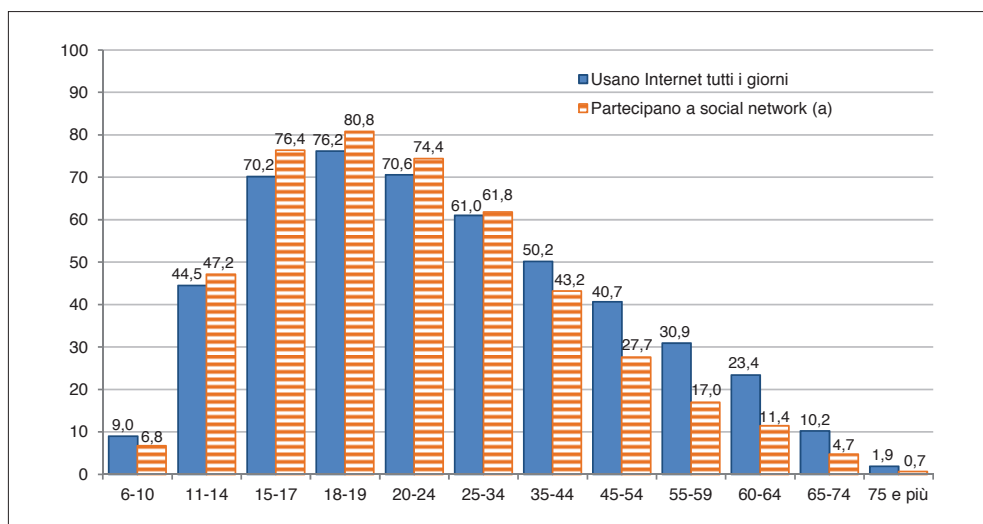
15. R. Amato, *L'ingiustizia culturale: perché si leggono meno libri*, «la Repubblica», 10 febbraio 2014, <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2014/02/10/ingiustizia-culturale.html?ref=search>.

16. M. Savioli, *Il segno meno della lettura*, «Il Pepeverde», n. 60, 2014.

17. L. Biava, *I mancati lettori della carta sono diventati lettori di e-book? Il parere di Gino Roncaglia e Pierdomenico Baccalario*, «Giornale della Libreria», 11 febbraio 2014.

18. Undicesimo Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione, *L'evoluzione digitale della specie*, 2013.

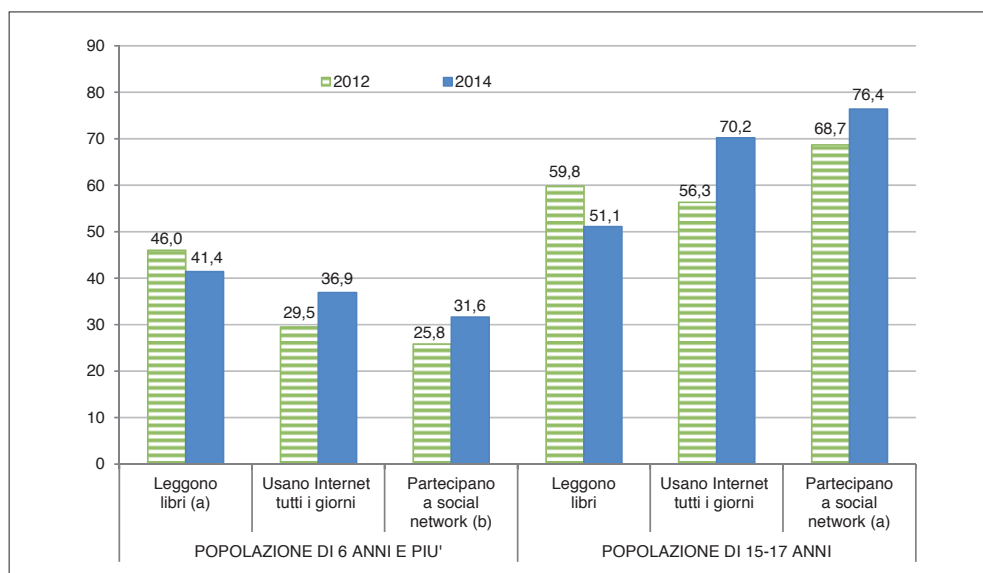
Fig. 4 - Persone di 6 anni e più usano internet tutti i giorni e partecipano a social network per classe di età - Anno 2014 (per 100 persone della stessa classe di età)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno creato un profilo utente, postato messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc., nei 3 mesi precedenti l'intervista.

Fig. 5 - Persone di 6 anni e più e persone di 15-17 anni che leggono libri, usano internet tutti i giorni e partecipano a social network - Anni 2012 e 2014 (per 100 persone della stessa classe di età)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista.

(b) Hanno creato un profilo utente, postato messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc., nei 3 mesi precedenti l'intervista.

Nonostante questi cambiamenti, se consideriamo la popolazione di 6 anni e più, nel 2014 la quota di lettori rimane comunque più alta rispetto alla quota di utenti quotidiani di internet e alla quota di coloro che partecipano a social network.

Tra gli adolescenti, invece, accade esattamente il contrario. Nella fascia 15-17 anni la quota di utenti quotidiani di internet supera il 70%, l'uso di social network raggiunge il 76,4%, mentre la quota di lettori si attesta al 51,1%¹⁹.

La velocità con cui sta cambiando il rapporto della popolazione con le nuove tecnologie è testimoniata anche dal forte incremento della dotazione di beni tecnologici da parte delle famiglie.

Tab. 5 – Famiglie per beni tecnologici posseduti e tipologia familiare. Anni 2012-2014

ANNI	Cellulare	Cellulare abilitato (a)	Personal computer	Accesso a Internet	Connessione a banda larga	Lettore di e-book
Totale famiglie (b)						
2012	92,4	34,7	59,3	55,5	48,6	-
2013	93,1	43,9	62,8	60,7	59,7	5,4
2014	93,6	54,0	63,2	64,0	62,7	6,8
Famiglie con almeno un minore (c)						
2012	99,9	49,7	83,9	79,0	70,8	-
2013	99,9	63,5	87,8	85,7	84,8	8,0
2014	99,9	78,6	87,1	89,0	87,2	9,5

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Cellulare che consente il collegamento ad Internet. (b) Per 100 famiglie. (c) Per 100 famiglie con almeno un minore.

Tra il 2012 e il 2014, infatti, aumentano le famiglie che possiedono un cellulare abilitato al collegamento ad internet (dal 34,7% al 54%), la connessione a banda larga (dal 48,6% al 62,7%) e l'accesso a internet (dal 55,5% al 64%). Nelle famiglie è ancora poco presente il lettore di e-book: solo il 6,8% dichiara di possederlo (era il 5,4% nel 2012).

Le famiglie in cui è presente almeno un minorenne sono le più tecnologiche e sono anche quelle in cui il possesso di questi beni aumenta in modo più significativo. Nel 2014 il 78,6% delle famiglie con almeno un minorenne possiede un cellulare

19. Istat, *Cittadini e nuove tecnologie*, Roma, 2012, Istat, www.istat.it/it/archivio/78166. Istat, *Cittadini e nuove tecnologie*, Roma, 2014, <http://www.istat.it/it/archivio/108009>. Istat, *La produzione e la lettura di libri in Italia*, Roma, 2015, <http://www.istat.it/it/archivio/145294>.

abilitato (era meno del 50% nel 2012), l'87,2% possiede la connessione a banda larga (era il 70,8% nel 2012) e l'89% l'accesso a internet (era il 79% nel 2012), il 9,5% possiede il lettore di e-book (era l'8% nel 2012) (Tab. 5).

Di fronte a questi dati sembra difficile evitare la conclusione che vede nell'uso di dispositivi mobili una delle cause della crisi della lettura tradizionale.

In passato una dieta mediatica ricca e varia ha sempre favorito la lettura, con un rinforzo reciproco anziché una concorrenza nell'uso di diversi media (cf. Giovanni Solimine, *L'Italia che legge*, Laterza 2010), ma l'uso dei diversi media (con la possibile e parziale eccezione della televisione) avveniva prevalentemente in situazioni e momenti fra loro diversi. Tablet e smartphone vanno invece a concorrere direttamente con il libro nelle situazioni tipiche della lettura: in poltrona, a letto, in viaggio, e sono essi stessi almeno in parte oggetto di 'lettura', anche se di una forma di lettura assai diversa rispetto al libro²⁰.

Una lettura più veloce e discontinua che entra in concorrenza con la lettura tradizionale e che, come scrive Roncaglia, è rivolta alla fruizione di contenuti multimediali, granulari e frammentati molto diversi da quelli solo testuali, ma complessi e strutturati di un libro.

2. Di carta o e-book?

In base ai dati Nielsen, tra il 2011 e il 2013 diminuiscono in modo significativo sia i lettori di libri sia gli acquirenti. Se però analizziamo i dati distinguendo i lettori e gli acquirenti per tipologia di libro letto o acquistato emergono due diverse e opposte tendenze: il calo consistente dei lettori e degli acquirenti di libri cartacei da un lato e l'aumento significativo dei lettori e degli acquirenti di e-book dall'altro.

Tra il 2011 e il 2013, infatti, i lettori di libri cartacei mostrano una forte contrazione passando dal 48,5% al 43%; i lettori di e-book, invece, passano dal 2,3% al 3,6%, in valore assoluto da 1 milione e 200 mila a 1 milione 900 mila.

Anche i dati sugli acquisti mostrano questa duplice tendenza: gli acquirenti di libri cartacei diminuiscono in modo significativo passando dal 43,5% al 37%, quelli di e-book invece passano dall'1,1% al 2,0% (da 600 mila ad 1 milione) (Tab. 6).

La crescita dei lettori e degli acquirenti di e-book si riflette anche sul numero di e-book letti e acquistati: gli e-book letti passano da 3 milioni e 400 mila a 8 milioni e 400 mila. Il numero degli e-book acquistati invece registra un aumento ancora maggiore: da 1 milione a 4 milioni e 600 mila (Tab. 7).

La crescita dei lettori e degli acquirenti di e-book però è stata maggiore nel periodo 2011-2012 rispetto al periodo 2012-2013. Tra il 2011 e il 2012 la quota di lettori di e-bo-

20. G. Roncaglia, *Promozione del libro e della lettura: il ruolo del digitale. Parte 2*, <http://www.doppiozero.com/materiali/editoria-digitale/crisi-dell-editoria-e-diffusione-del-digitale>.

ok registra una crescita del 35,2%, ma tra il 2012 e il 2013 la crescita è decisamente più contenuta (18,8%). Questa tendenza si conferma anche per gli acquirenti, ma con una maggiore accentuazione. Gli acquirenti di e-book crescono del 62,2% tra il 2011 e il 2012 e solo dell'11,1% nel periodo 2012-2013 (Tab. 6). In sostanza la crescita continua anche nel 2013 ma con ritmi meno intensi rispetto al 2012 e sicuramente meno velocemente di quanto non sia avvenuto nel mercato anglofono e in particolare negli Stati Uniti.

Tab. 6 - Lettori e acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più per tipologia di libro letto o acquistato. Anni 2011, 2012, 2013 e variazioni percentuali 2011-2013 (valori assoluti in migliaia e per 100 persone di 14 anni e più)

LETTURA E ACQUISTO	2011		2012		2013		Var %	Var %	Var %
	V.a	%	V.a	%	V.a	%	2011- 2012	2012- 2013	2011- 2013
Lettori di libri (cartacei + e-book)	25.300	48,5	24.400	46,4	22.400	43,0	-4,3	-8,2	-11,4
- Cartacei	25.100	48,2	24.100	45,9	21.900	42,0	-4,7	-9,1	-12,9
- E-book	1.200	2,3	1.600	3,1	1.900	3,6	35,2	18,8	57,2
Acquirenti di libri (cartacei + e-book)	22.800	43,7	21.300	40,6	19.500	37,0	-7,1	-8,5	-15,3
- Cartacei	22.700	43,5	21.100	40,2	19.200	37,0	-7,6	-9,0	-15,0
- E-book	600	1,1	900	1,8	1.000	2,0	62,2	11,1	84,0

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

Anche negli Stati Uniti, però, dove il mercato e-book ha una quota di circa il 25% (contro il 2-3% italiano, il 5% circa francese, il 7% circa tedesco), il tasso di crescita degli e-book ha subito fra il 2013 e il 2014 un rallentamento²¹.

Inoltre, secondo i dati raccolti dall'Association of American Publishers, riferiti alle vendite di oltre 1.200 editori, nei primi mesi del 2015 i libri elettronici hanno perso negli Stati Uniti il 10 per cento²².

21. G. Roncaglia, *Promozione del libro e della lettura: il ruolo del digitale. Parte 2*, <http://www.doppiozero.com/materiali/editoria-digitale/crisi-dell-editoria-e-diffusione-del-digitale>.

22. R. De Santis, *Crollo delle vendite e riscoperta della carta: addio al lettore digitale*, «la Repubblica», 24 settembre 2015, http://www.repubblica.it/cultura/2015/09/24/news/crollo_delle_vendite_e_riscoperta_della_carta_addio_al_lettore_digitale-123599056/?ref=search.

Tab. 7 – Libri (cartacei+e-book) letti o acquistati dalla popolazione di 14 anni e più per tipologia di libro. Anni 2011, 2012, 2013 e variazioni percentuali 2011-2013 (valori assoluti in migliaia)

LIBRI LETTI E ACQUISTATI	2011	2012	2013 (a)	Var %	Var %	Var %
	V.a	V.a	V.a	2011-2012	2012-2013	2011-2013
Libri letti (cartacei + e-book)	168.780	157.737	156.819	-6,5	-0,6	-7,1
- Cartacei	165.403	152.274	148.447	-7,9	-2,5	-10,3
- E-book	3.377	5.463	8.372	61,8	53,2	147,9
Libri acquistati (cartacei + e-book)	135.064	122.069	113.162	-9,6	-7,3	-16,2
- Cartacei	134.041	119.373	108.567	-10,9	-9,1	-19,0
- E-book	1.022	2.695	4.595	163,7	70,5	349,6

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

(a) Per il 2013 i dati si riferiscono al periodo marzo 2013-marzo 2014.

Tab. 8 – Opere pubblicate anche in formato e-book per tipo di edizione. Anni 2011-2013 (numero, valori percentuali e incidenza sul totale delle opere pubblicate a stampa)

TIPI DI EDIZIONE	Opere in formato e-book								
	Numero			%			Quota % sul totale delle opere pubblicate a stampa		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Prime edizioni	5.612	8.111	9.180	62,5	64,9	61,5	15,5	21,1	23,4
Edizioni successive	1.210	627	814	13,5	5,0	5,5	25,7	17,8	23,0
Ristampe	2.157	3.765	4.922	24,0	30,1	33,0	11,8	21,8	25,6
Totale	8.979	12.503	14.916	100,0	100,0	100,0	15,2	21,1	24,1

Fonte: Istat, Indagine sulla produzione libraria

Anche i dati rilevati dall'Istat relativamente all'offerta mostrano come in Italia la produzione di e-book abbia subito un rallentamento nell'ultimo anno. Nel 2013 il numero dei titoli proposti al pubblico sotto forma di e-book si attesta a 15 mila (il 24,1% sul totale delle opere pubblicate a stampa), registrando una crescita del 19,3%

rispetto al 2012 (Tab. 8). Tra 2011 e 2012 però la crescita era stata molto più intensa: il numero di e-book prodotti, infatti, era passato da 9 mila a 12 mila e 500 (+39,2%)²³.

Tab. 9 – Persone di 6 anni e più che hanno letto libri, hanno letto o scaricato libri online o e-book, hanno ordinato o comprato libri (inclusi e-book) su internet – Anni 2013 e 2014 (valori assoluti e per 100 persone di 6 anni e più)

LETTURA E ACQUISTO DI LIBRI	Valori assoluti in migliaia		Per 100 persone di 6 anni e più	
	2013	2014	2013	2014
Hanno letto libri (a)	24.616	23.768	43,0	41,4
Hanno letto o scaricato libri online o e-book (b)	5.224	4.964	9,1	8,7 (d)
Hanno ordinato o comprato libri (inclusi e-book) su Internet (c)	2.473	2.850	4,3	5,0

Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista. (b) Nei 3 mesi precedenti l'intervista. (c) Nei 12 mesi precedenti l'intervista. (d) La variazione rispetto al 2013 non è statisticamente significativa.

I dati Istat registrano, inoltre, una stasi nel consumo di prodotti editoriali digitali. Nel 2014, quasi 5 milioni di persone hanno letto o scaricato libri online o e-book (l'8,7% della popolazione di 6 anni e più), praticamente la stessa quota del 2013²⁴. Risulta in lievissima crescita, invece, l'acquisto di libri online: nel 2014 quasi 2 milioni e 900 mila hanno ordinato o comprato libri (inclusi e-book) su internet²⁵ (il 5,0% rispetto al 4,3% del 2013) (Tab. 9).

La lettura e il download di libri online ed e-book sono attività diffuse soprattutto tra i giovani e, in particolare, riguardano il 20,1% dei ragazzi di 18-19 e il 18,5% dei giovani di 20-24 anni. Diversamente da quanto avviene per i lettori di libri, tra i quali

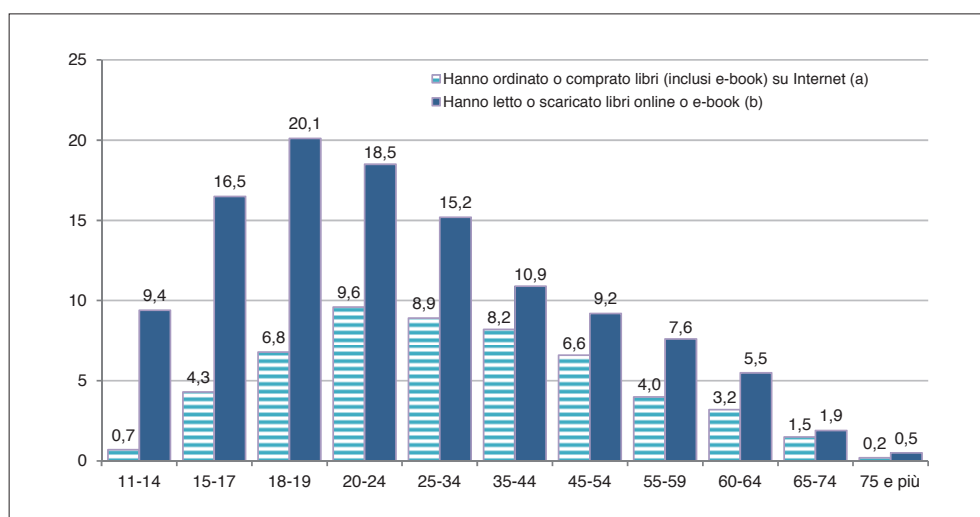
23. Nel 2013, la versione digitale è prevista per il 49,6% dei libri scolastici, il 22,3% dei titoli di varia adulti e il 5,9% dei libri per ragazzi. Un quarto degli e-book proposti nel 2013 (25,6% rispetto al 20,3% del 2012) presenta contenuti o funzionalità aggiuntive rispetto alla versione a stampa, come ad esempio collegamenti ipertestuali e applicazioni audio-visive o multimediali. Per il resto si tratta ancora di semplici trasposizioni su supporto elettronico dello stesso testo proposto a stampa. Istat, *La produzione e la lettura di libri in Italia*, Roma, 2015, <http://www.istat.it/it/archivio/145294>.

24. La domanda presente nel questionario è: "Negli ultimi 3 mesi, ha usato Internet per le seguenti attività?" Tra le varie modalità di risposta c'è anche "Leggere o scaricare libri online o e-book". La domanda è rivolta alle persone di 6 anni e più che dichiarano di aver usato Internet nei 3 mesi precedenti l'intervista. Istat, *Cittadini e nuove tecnologie*, Roma, 2014, <http://www.istat.it/it/archivio/108009>.

25. La domanda presente nel questionario è: "Negli ultimi 12 mesi quali tipi di merci e/o servizi ha ordinato o comprato su Internet per uso privato?" Tra le varie modalità di risposta ci sono anche: "libri (inclusi e-book)". La domanda è rivolta alle persone di 6 anni e più che dichiarano di aver ordinato o comprato merci e/o servizi per uso privato su Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista. Istat, *Cittadini e nuove tecnologie*, Roma, 2014, <http://www.istat.it/it/archivio/108009>.

le differenze di genere sono molto forti e a favore delle donne, tra coloro che hanno letto o caricato libri online ed e-book le differenze di genere sono molto contenute e a leggero vantaggio degli uomini.

Fig. 6 - Persone di 11 anni e più che hanno ordinato o comprato libri (inclusi e-book) su internet e persone di 11 anni e più che hanno letto o scaricato libri online o e-book per classe di età - Anno 2014 (per 100 persone di 11 anni e più della stessa classe di età)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Nei 12 mesi precedenti l'intervista. (b) Nei 3 mesi precedenti l'intervista.

Anche la quota di persone che negli ultimi 12 mesi ha ordinato o comprato libri (inclusi e-book) su internet è maggiore nelle fasce di età più giovani, raggiungendo il picco tra i 20 e i 34 anni (circa il 9%) (Fig. 6). Anche in questo caso le differenze di genere sono molto contenute e a leggero vantaggio dei maschi.

Sappiamo che a livello territoriale le differenze nei livelli di lettura sono molto forti. Se invece consideriamo la lettura e il download di libri online ed e-book le differenze sono molto più contenute: 8-10% nel Centro-Nord rispetto al 7% nel Mezzogiorno.

Relativamente all'acquisto online di libri si confermano, invece, le classiche differenze territoriali con il Centro-Nord che registra le quote più alte (circa il 6% rispetto al 2,4% del Sud).

I dati fin qui analizzati ci dicono che in Italia la produzione, la lettura e l'acquisto di e-book, pur registrando segnali positivi, non sono ancora decollati. La lettura e l'acquisto di e-book rimangono appannaggio di una quota ristretta di popolazione, un elite di lettori e acquirenti.

3. Il profilo del lettore e dell'acquirente

Una delle caratteristiche peculiari del mercato del libro italiano è l'esiguità dei gruppi dei forti lettori e dei forti acquirenti, i quali però generano quote di assoluta rilevanza in termini di volumi letti e acquistati. Infatti, i lettori forti, ovvero coloro che hanno letto 12 o più libri nel corso dell'anno, rappresentano una quota decisamente modesta (il 12,5% dei lettori, il 5,3% della popolazione), ma generano il 38,6% dei libri letti. Allo stesso tempo una quota altrettanto modesta di acquirenti forti (il 10,3% degli acquirenti, il 3,8% della popolazione), genera il 36% dei libri acquistati (Tab. 10 e 11). Questi dati confermano che i forti lettori e i forti acquirenti, pur rappresentando un'esigua minoranza, sono i pilastri su cui si regge il mercato editoriale italiano.

Al contrario i lettori che hanno letto al massimo 2 libri in un anno sono il 37,1% e generano appena il 9,4% delle copie lette. Ancora più sbilanciata la composizione interna del gruppo degli acquirenti, tra i quali ben il 43,1% ha acquistato al massimo 2 libri nell'anno, generando il 12,1% delle copie acquistate.

Tab. 10 - Lettori di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più per numero di libri e copie lette. Periodo marzo 2013-marzo 2014 (valori assoluti in migliaia)

NUMERO DI LIBRI LETTI	Lettori		Copie lette	
	V.a	% (a)	V.a	% (b)
1-2 libri	8.300	37,1	14.400	9,4
3-11 libri	11.300	50,4	79.600	52,0
12 libri o più	2.800	12,5	59.000	38,6
Totale	22.400	100,0	153.000	100,0

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

(a) Per 100 lettori. (b) Per 100 copie lette.

Tab. 11 - Acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più per numero di libri e copie acquistate. Periodo marzo 2013-marzo 2014 (valori assoluti in migliaia)

NUMERO DI LIBRI ACQUISTATI	Acquirenti		Copie acquistate	
	V.a	% (a)	V.a	% (b)
1-2 libri	8.400	43,1	13.600	12,1
3-11 libri	9.100	46,7	58.100	51,9
12 libri o più	2.000	10,3	40.300	36,0
Totale	19.500	100,0	112.000	100,0

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

(a) Per 100 acquirenti. (b) Per 100 copie acquistate.

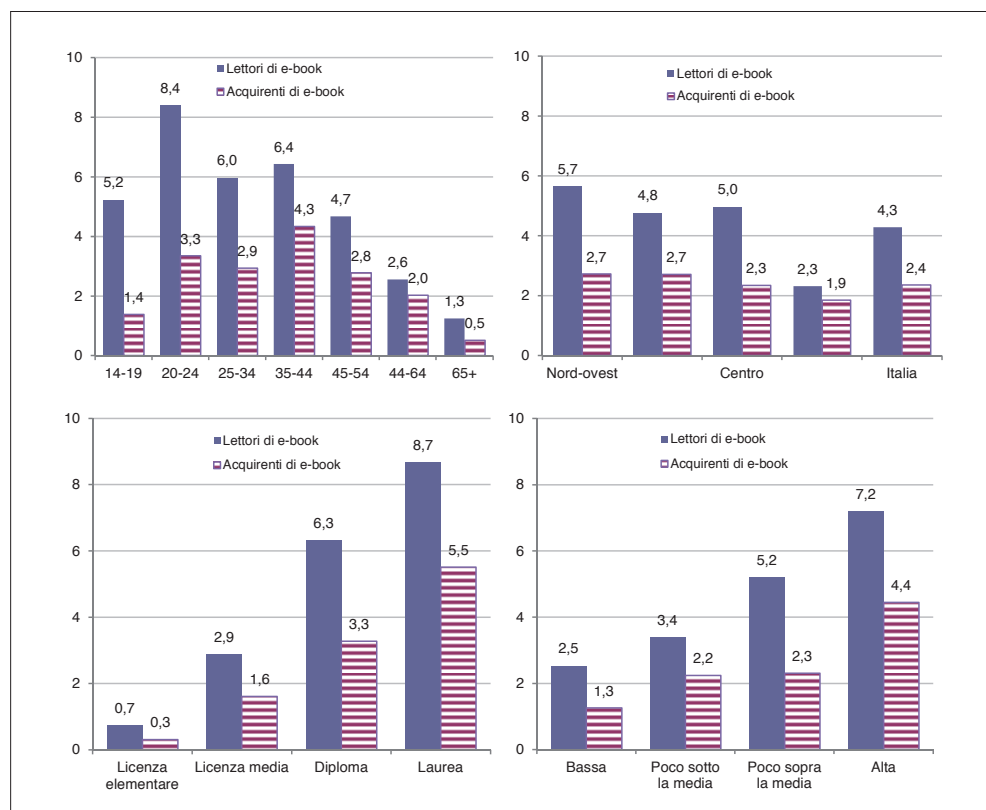
Per analizzare nel dettaglio il profilo del lettore e dell'acquirente dobbiamo considerare anche le variabili sociodemografiche: sesso, età, titolo di studio, zona di residenza, ecc..

I dati Nielsen confermano che la lettura è più diffusa tra le femmine, i giovani, la popolazione residente nel Centro-Nord e le persone con più alti titolo di studio. Questo profilo emerge sia se si considerano i lettori di libri cartacei sia se si analizzano i lettori di e-book.

Nel 2014, il 49% delle femmine dichiara di aver letto libri (cartacei+e-book), mentre tra i maschi la quota scende al 39%. Tra le femmine, inoltre, è leggermente più alta anche la quota di lettrici di e-book (4,6% rispetto al 4% dei maschi).

La quota più alta di lettori di libri si riscontra nella fascia 14-19 anni (56,1%), mentre la lettura degli e-book risulta più diffusa nel fascia 20-44 anni, con un picco tra i 20 e i 24 anni (8,4%).

Fig. 7 - Lettori di libri cartacei e lettori di e-book di 14 anni e più classe di età, ripartizione geografica, titolo di studio e classe socio-economica. Periodo marzo 2013-marzo 2014 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche)



Anche la componente territoriale gioca un ruolo importante nei processi di differenziazione dei livelli di lettura. Nel Nord oltre il 52% della popolazione di 14 anni e più ha letto almeno un libro nell'anno. La quota si attesta al 47% nel Centro, mentre nelle regioni del Mezzogiorno solo poco più di una persona su tre dichiara di leggere libri (31,1%). Tra i lettori residenti Centro-Nord risulta più alta anche la quota di lettori di e-book: il 5,7% nel Nord-est rispetto al 2,3% nel Mezzogiorno.

Sappiamo che la quota di lettori cresce all'aumentare del livello di istruzione: tra le persone con al massimo la licenza elementare la quota di lettori si attesta al 28,9%, mentre raddoppia tra i laureati (59,8%). L'effetto del titolo di studio è ancora più forte se consideriamo i lettori di e-book. La quota di lettori di e-book tra coloro che possiedono al massimo la licenza elementare è praticamente irrisoria (0,7%), mentre sale a un più consistente 8,7% tra i lettori in possesso della laurea.

La quota maggiore di lettori si riscontra tra coloro che appartengono alla classe socio-economica alta (59,4%), in cui si riscontra anche la più alta quota di lettori di e-book (7,2%).

Il profilo dell'acquirente ricalca quello del lettore con l'unica differenza che l'acquirente è anagraficamente più grande. Come per la lettura, infatti, anche l'acquisto di libri (cartacei+e-book) è più diffuso tra le femmine (il 41% rispetto al 33,8% dei maschi). Le differenze per età però sono più contenute. Inoltre il picco dei lettori si registra tra i 14 e i 19 anni, mentre quello degli acquirenti tra i 25 e i 34 anni (43,1%).

Nel Centro-nord la quota di acquirenti supera il 40% mentre Mezzogiorno scende al 28,5%. Tra la popolazione residente nel Centro-Nord risulta più alta anche la quota di acquirenti di e-book: il 2,7% nel Nord rispetto all'1,9% nel Mezzogiorno.

Il titolo di studio gioca un ruolo importante anche rispetto all'acquisto: tra le persone con al massimo la licenza elementare la quota di acquirenti si attesta al 24,2%, mentre tra i laureati sale al 53,7%. Gli acquirenti di e-book sono il 5,5% tra laureati, mentre tra coloro che possiedono al massimo la licenza elementare la quota è praticamente nulla (0,3%).

La quota maggiore di acquirenti si riscontra tra coloro che appartengono ad alla classe socioeconomica alta (52,2%), in questa classe si riscontra anche la più alta quota di acquirenti di e-book (4,4%).

Infine, se facciamo riferimento al contesto familiare di appartenenza la quota maggiore di acquirenti di libri si riscontra nelle famiglie con figli di 0-17 anni (47,1%). In queste famiglie si riscontra anche la più alta quota di acquirenti di e-book (4,8%).

4. I generi letti

Quali sono le preferenze dei lettori e come variano rispetto all'età, al sesso, al titolo di studio e alla zona di residenza? È possibile rispondere a questa domanda analizzando i generi di libri letti. A tal proposito va precisato che la letteratura viene convenzionalmente suddivisa in una molteplicità di generi. Si tratta però di un'infor-

mazione difficile da rilevare in un'indagine statistica, perché il genere letterario è di per sé un concetto mobile, suscettibile di continui cambiamenti e rimodulazioni. Ci sono poi generi che più di altri hanno dei contorni molto sfumati e per un lettore non è sempre facile classificare il libro letto in una griglia teorica.

Come sostiene Rak il sistema dei generi è dinamico, perché i generi sfumano continuamente in generi sempre meno formalizzati e stabili e perché ne nascono sempre di nuovi²⁶. Inoltre la classificazione in generi può essere più o meno dettagliata: Nielsen nella sua indagine ha rilevato questa informazione inserendo nel questionario una classificazione a 31 modalità.

Secondo i dati Nielsen e quindi anche in virtù della classificazione adottata, nel 2014 i libri più letti sono stati quelli di narrativa e letteratura (74%), seguiti dalle biografie e autobiografie (16%), libri di storia (11%) e dai libri utili, ovvero manuali e testi divulgativi (10%).

Nell'ambito della macro categoria della narrativa e letteratura le preferenze dei lettori si sono orientate in particolare verso i romanzi gialli, polizieschi, spionaggio o thriller (30%) e i romanzi rosa (17%).

Le lettrici preferiscono la narrativa e letteratura (79% rispetto al 65% dei lettori), e in particolare i romanzi rosa (il 27% rispetto al 4% dei lettori). I lettori invece si orientano maggiormente verso la fantascienza e il fantasy (12% rispetto al 9% delle lettrici), i libri di storia (16% rispetto al 7%), i libri di politica e attualità (11% rispetto al 5%) e i libri umoristici (12% rispetto al 3%).

La fantascienza e il fantasy risultano più letti nella fascia 14-34 anni, i classici tra i ragazzi di 14-19 anni e i romanzi rosa nella fascia 20-24 anni.

Le biografie e autobiografie risultano più lette dagli adulti di 45 anni e più, mentre i libri di storia, religione, politica e attualità sono maggiormente apprezzati dai lettori più anziani (65 anni e più).

Anche a livello territoriale emergono alcune differenze. I lettori residenti nel Centro-Nord preferiscono in misura maggiore i libri di narrativa e letteratura, in particolare gialli e fantasy. I libri di religione; i manuali e i testi divulgativi (libri utili) risultano, invece, più letti nel Mezzogiorno.

Infine, i libri di narrativa e letteratura, in particolare i gialli, fantasy e i romanzi di storia, sono più apprezzati dai lettori laureati, mentre i romanzi rosa sono più letti dai lettori con al massimo il diploma.

5. Conclusioni

Oggi conosciamo ancora troppo poco del rapporto di sostituzione o complementarità tra libri di carta e di e-book, perché le indagini statistiche attualmente esistenti riescono a cogliere solo in parte una realtà così complessa e in continua evoluzione.

26. Michele Rak, "Generi, gruppi, target" in "Mercato e romanzo. Generi, accessi, quantità", a cura di Michele Rak, Napoli, Liguori, 2007, pp. 1-8.

La diffusione degli e-book, infatti, apre nuovi scenari nella progettazione delle indagini statistiche sulla lettura e sull'acquisto di libri e suggerisce (o, forse, impone) nuovi approcci metodologici per capire chi sono il lettore e l'acquirente di libri.

Rilevare nelle indagini statistiche la tipologia di libro letto o acquistato è indispensabile per capire se sono in atto nella lettura e nell'acquisto processi di sostituzione (e-book al posto del libro cartaceo) o di integrazione (libro cartaceo più e-book).

L'indagine Nielsen su Acquisto e lettura di libri è stata la prima a rilevare la tipologia di libro letto e acquistato. Si tratta di un avanzamento importante nella conoscenza dei comportamenti di lettura e di acquisto della popolazione che ha permesso di cogliere due diverse e opposte tendenze: il calo consistente dei lettori e degli acquirenti di libri cartacei da un lato e l'aumento significativo dei lettori e degli acquirenti di e-book dall'altro.

Grazie a questa indagine sappiamo che la diffusione degli e-book ancora non riesce a compensare il calo registrato fra i lettori tradizionali e fra gli acquirenti di libri cartacei. I dati Nielsen, infatti, ci dicono che la lettura e l'acquisto di e-book, pur registrando forti segnali positivi rimangono ancora appannaggio di una quota ristretta di popolazione. Inoltre la crescita dei lettori e degli acquirenti di e-book ha mostrato un rallentamento nel periodo 2012-2013 rispetto al periodo 2011-2012. Un rallentamento che si riscontra anche nei dati sulla produzione. Per ora dunque il mercato degli e-book in Italia sembra tenere, ma forse ciò dipende dal fatto che non è mai veramente decollato.

Tornando agli aspetti metodologici, ancora non sappiamo se gli e-book stanno influenzando sul modo in cui gli intervistati si definiscono lettori e rispondono alle domande di un questionario. Nielsen ha posto la domanda sul genere di libro letto ai soli lettori e non a tutta la popolazione, ciò non ha permesso di sapere se ci sono persone che quando rispondono a un questionario sulla lettura inizialmente non si definiscono lettori ma poi dichiarano di aver letto e-book. Solo quando l'Istat diffonderà i dati sui lettori di libri cartacei e i lettori di e-book potremmo avere un quadro più preciso.

Personalmente dubito che un lettore di e-book non si percepisca lettore quando risponde alle domande di un questionario. Sono più propenso a credere che il lettore di e-book sia un lettore consapevole (e probabilmente un lettore forte) che affianca la lettura di e-book alla lettura di libri cartacei.

Un'indicazione in questo senso arriva dal mercato USA: da un lato, chi legge e-book nella maggior parte dei casi affianca la lettura in digitale a quella cartacea anziché rinunciare completamente a quest'ultima; dall'altro, tende a comprare (e a leggere) più libri di quanto non facciano i soli lettori di libri su carta²⁷.

Un ultimo aspetto su cui vorrei soffermarmi è il crollo della lettura tradizionale. Non penso che esista un'unica causa, ritengo invece che esistano più cause di cui è

27. G. Roncaglia, *Promozione del libro e della lettura: il ruolo del digitale. Parte 2*, <http://www.doppiozero.com/materiali/editoria-digitale/crisi-dell-editoria-e-diffusione-del-digitale>

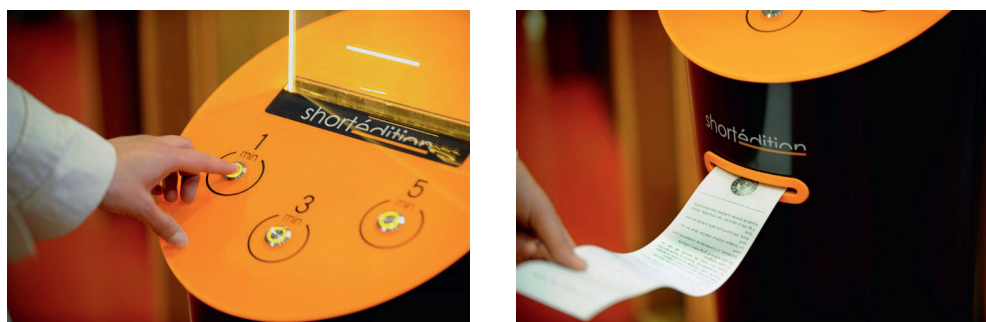
difficile cogliere il contributo: la forte crescita dell'uso di dispositivi mobili, la carenza di serie e continuative politiche di promozione della lettura, i bassi livelli di competenze alfabetiche della popolazione, la scuola e, infine, forse anche la crisi economica. Probabilmente tutti questi fattori contribuiscono in modo diverso a seconda del sesso, dell'età, del titolo di studio, della classe socio-economica, del contesto socio-culturale in cui un individuo vive e cresce.

Un dato è certo. Oggi tablet e smartphone offrono nuovi modi di impiegare il tempo, ma anche nuove forme di lettura. Una trasformazione profonda si è verificata sotto i nostri occhi in una manciata di anni: accanto alla lettura tradizionale di un libro (con trame più o meno lunghe complesse e articolate) è comparsa, e si è diffusa ad una velocità incredibile soprattutto tra gli adolescenti, la lettura di contenuti sui media digitali, una lettura più breve, più veloce e più discontinua. Un nuovo modo di leggere che, forse, potrebbe minare l'abitudine/la voglia/la capacità di leggere i testi più complessi, lunghi e strutturati di un libro.

In questo senso mi sembra interessante chiudere questa mia analisi con il riferimento a due iniziative che si propongono di promuovere proprio la lettura di testi brevi.

Il comune di Grenoble in Francia ha installato presso uffici pubblici e fermate degli autobus i *distributori pubblici di storie brevi*. Questi distributori, di colore arancione e nero per un metro di altezza, offrono gratuitamente storie della durata di 1, 3 e 5 minuti sotto forma di strisce di carta, simili a quelle dell'estratto conto rilasciato dagli sportelli bancomat. Sul biglietto di carta il lettore può leggere notizie, fumetti, poesie o storie brevi. L'obiettivo è offrire ai cittadini che si recano presso il municipio, l'ufficio turistico, i centri comunitari o alla fermata dell'autobus l'opportunità di impiegare il tempo vuoto dell'attesa, offrendo un'alternativa all'uso del proprio cellulare²⁸.

Fig. 7 - Distributori pubblici di storie brevi. Anno 2015 - Grenoble (Francia)



28. «la Nouvelle Republique», 13 ottobre 2015, <http://www.lanouvellerepublique.fr/France-Monde/Actualite/24-Heures/n/Contenus/Articles/2015/10/13/Grenoble-des-distributeurs-d-histoires-courtes-pour-des-temps-d-attente-moins-longes-2498810#>.

Un'altra iniziativa molto interessante è stata lanciata alla fine di settembre ad Aprilia, una cittadina a Sud di Roma. Si chiama *Racconti da bar* ed è un invito alla scrittura e alla lettura di racconti brevi che vengono esposti nei bar della città.

Questa iniziativa permette agli amanti della scrittura di farsi leggere dalle persone che frequentano i bar e ai cittadini (lettori e non lettori) di incontrare una storia breve e leggerla nel tempo di un caffè. L'invito rivolto agli scrittori (professionisti e non) è quello di scrivere un racconto breve, pensando al frequentatore di un bar frettoloso e distratto, poco propenso a una lettura lunga e impegnativa²⁹.

Fig. 8 - Racconti da bar. Anno 2015 - Aprilia (LT - Italia)



Anche se si tratta di iniziative tra loro diverse (l'ente promotore è il comune nel primo caso, un privato cittadino nel secondo; la prima promuove la lettura, la seconda anche la scrittura), un elemento le accomuna. Entrambe, infatti, promuovono la lettura nei luoghi frequentati quotidianamente dalla popolazione: gli uffici pubblici e le fermate degli autobus a Grenoble, i bar ad Aprilia, offrendo l'opportunità di leggere non libri ma testi brevi. La promozione della lettura è anche questo!

29. Si tratta di mini opere letterarie a tema libero della lunghezza massima di 1.500 battute contenute in un foglio formato A4. Per maggiori informazioni: raccontidabar@libero.it.

APPENDICE

I dati trimestrali

I dati Nielsen relativi al periodo che va dal quarto trimestre 2010 al secondo trimestre 2014 mostrano che sia i comportamenti di lettura sia quelli relativi all'acquisto risentono di fluttuazioni stagionali.

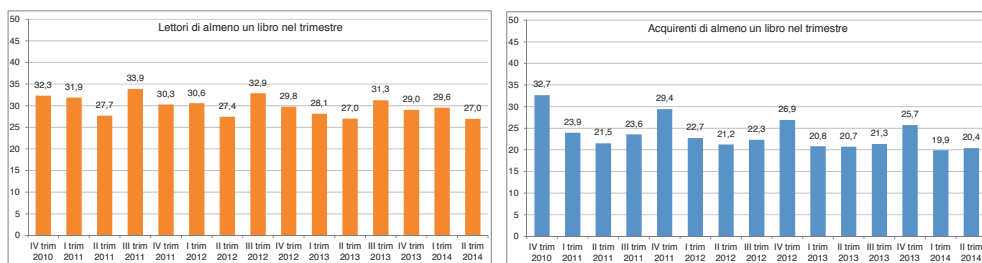
Il terzo trimestre, che corrisponde all'estate, è quello in cui si legge di più, mentre il picco degli acquisti si verifica nel quarto trimestre in corrispondenza del Natale. Il secondo trimestre dell'anno, invece, è quello in cui si legge e si acquista di meno.

Considerando l'intero periodo 2010-2014, il picco dei lettori e del numero di libri letti si è registrato nel terzo trimestre 2011 (il 33,9% di lettori per un totale di oltre 49 milioni di libri letti). Il picco degli acquisti invece si è registrato nel quarto trimestre 2010 (32,7% di acquirenti per un totale di 48 milioni 435 mila libri acquistati).

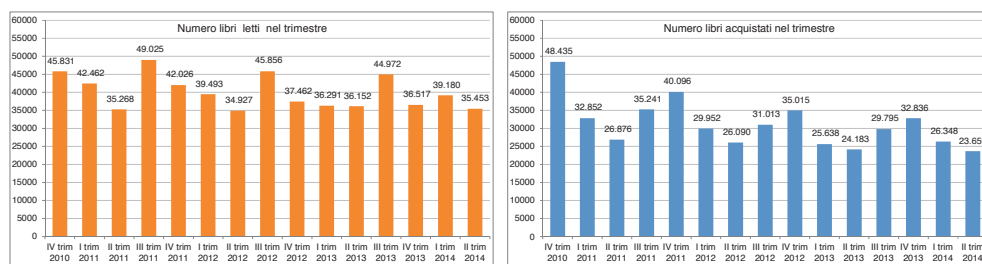
Se si analizzano i dati tenendo distinti i libri cartacei dagli e-book si nota come i lettori di libri di cartacei aumentano nel terzo trimestre (luglio-settembre), mentre i lettori di e-book mostrano un andamento più o meno costante durante l'anno. La stessa cosa accade per gli acquirenti di libri di carta: aumentano soprattutto nel quarto trimestre (ottobre-dicembre), mentre per gli e-book non sembra esserci una regola.

Questi dati sembrano suggerire che i lettori e gli acquirenti di e-book hanno comportamenti di lettura e acquisto più costanti, non occasionali, leggono e comprano in eguale modo durante tutto l'anno.

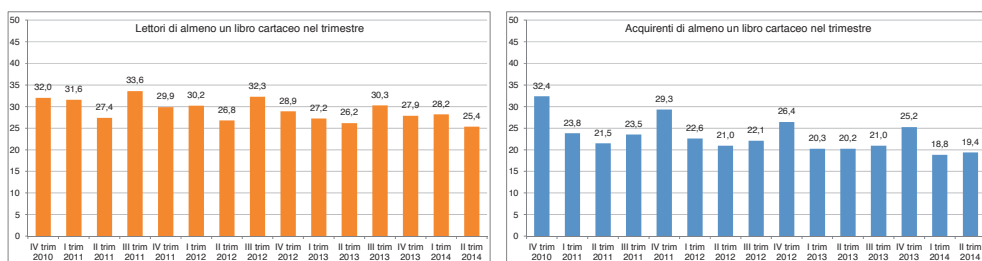
**Fig. 1 - Lettori e acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(per 100 persone di 14 anni e più)**



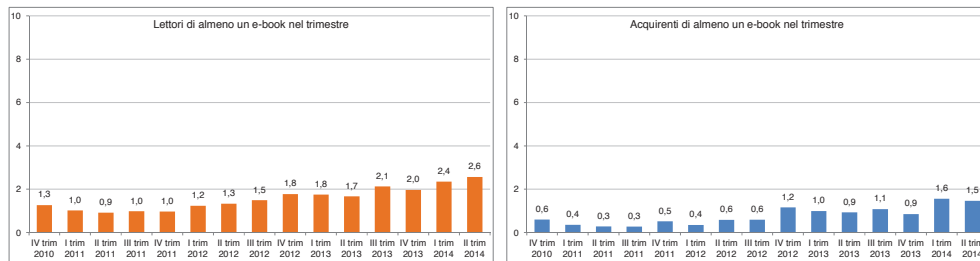
**Fig. 2 - Numero di libri letti (cartacei+e-book) dai lettori di 14 anni e più e numero di libri acquistati dagli acquirenti di 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(valori assoluti in migliaia)**



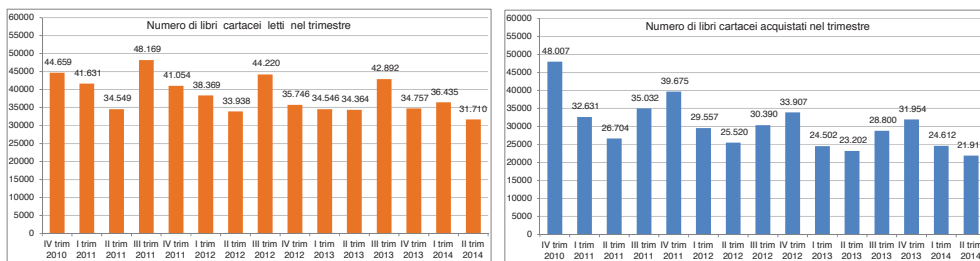
**Fig. 3 - Lettori e acquirenti di libri cartacei di 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(per 100 persone di 14 anni e più)**



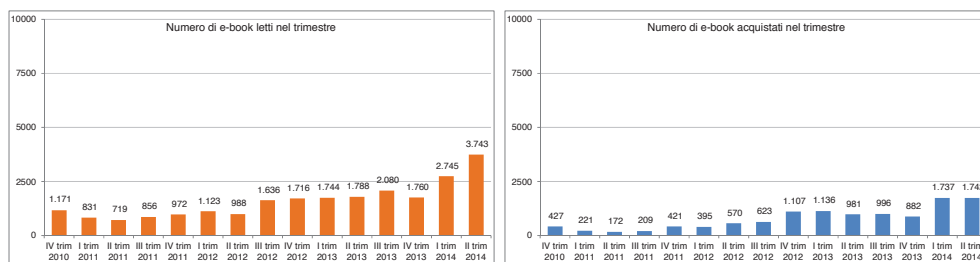
**Fig. 4 - Lettori e acquirenti di e-book 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(per 100 persone di 14 anni e più)**



**Fig. 5 - Numero di libri cartacei letti dai lettori di 14 anni e più e numero di libri cartacei acquistati dagli acquirenti di 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(valori assoluti in migliaia)**



**Fig. 6 - Numero di e-book letti dai lettori di 14 anni e più e numero di e-book acquistati dagli acquirenti di 14 anni e più.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(valori assoluti in migliaia)**



**Tab. 1 - Lettori di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più e numero di libri letti.
Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(per 100 persone di 14 anni e più)**

LETTURA DI LIBRI	IV trim 2010	I trim 2011	II trim 2011	III trim 2011	IV trim 2011	I trim 2012	II trim 2012	III trim 2012
LETTORI								
Valori assoluti (000)								
Popolazione di 14 anni e più	52.172	52.172	52.172	52.172	52.172	52.459	52.459	52.459
Lettori libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	16.873	16.633	14.446	17.673	15.799	16.044	14.394	17.239
- Cartacei	16.695	16.464	14.297	17.509	15.581	15.849	14.059	16.942
- E-book	661	535	483	515	507	652	700	785
Valori % (a)								
Lettori libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	32%	32%	28%	34%	30%	31%	27%	33%
- Cartacei	32%	32%	27%	34%	30%	30%	27%	32%
- E-book	1,3%	1,0%	0,9%	1,0%	1,0%	1,2%	1,3%	1,5%
LIBRI LETTI								
Valori assoluti (000)								
Libri letti (Fisico + E-book)	45.831	42.462	35.268	49.025	42.026	39.493	34.927	45.856
- Fisico	44.659	41.631	34.549	48.169	41.054	38.369	33.938	44.220
- E - Book	1.171	831	719	856	972	1.123	988	1.636
	IV trim 2012	I trim 2013	II trim 2013	III trim 2013	IV trim 2013	I trim 2014	II trim 2014	
LETTORI								
Valori assoluti (000)								
Popolazione di 14 anni e più		52.459	52.415	52.415	52.415	52.415	52.219	52.219
Lettori libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)		15.617	14.738	14.149	16.385	15.212	15.446	14.074
- Cartacei		15.168	14.281	13.719	15.869	14.599	14.727	13.240
- E-book		932	918	876	1.119	1.031	1.227	1.337
Valori % (a)								
Lettori libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)		30%	28%	27%	31%	29%	30%	27%
- Cartacei		29%	27%	26%	30%	28%	28%	25%
- E-book		1,8%	1,8%	1,7%	2,1%	2,0%	2,4%	2,6%
LIBRI LETTI								
Valori assoluti (000)								
Libri letti (Fisico + E-book)		37.462	36.291	36.152	44.972	36.517	39.180	35.453
- Fisico		35.746	34.546	34.364	42.892	34.757	36.435	31.710
- E - Book		1.716	1.744	1.788	2.080	1.760	2.745	3.743

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri
(a) Per 100 persone di 14 anni e più

Tab. 2 – Acquirenti di libri (cartacei+e-book) di 14 anni e più e numero di libri acquistati. Quarto trimestre 2010-secondo trimestre 2014
(per 100 persone di 14 anni e più)

ACQUISTO DI LIBRI	IV trim 2010	I trim 2011	II trim 2011	III trim 2011	IV trim 2011	I trim 2012	II trim 2012	III trim 2012
ACQUIRENTI								
Valori assoluti (000)								
Popolazione di 14 anni e più	52.172	52.172	52.172	52.172	52.172	52.459	52.459	52.459
Acquirenti libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	17.036	12.490	11.230	12.312	15.353	11.916	11.146	11.702
- Cartacei	16.897	12.435	11.211	12.279	15.284	11.860	10.993	11.604
- E-book	311	189	149	143	273	188	308	312
Valori % (a)								
Acquirenti libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	33%	24%	22%	24%	29%	23%	21%	22%
- Cartacei	32%	24%	21%	24%	29%	23%	21%	22%
- E-book	0,6%	0,4%	0,3%	0,3%	0,5%	0,4%	0,6%	0,6%
LIBRI ACQUISTATI								
Valori assoluti (000)								
Libri acquistati (libri cartacei + e-book)	48.435	32.852	26.876	35.241	40.096	29.952	26.090	31.013
- Cartacei	48.007	32.631	26.704	35.032	39.675	29.557	25.520	30.390
- E-book	427	221	172	209	421	395	570	623
	IV trim 2012	I trim 2013	II trim 2013	III trim 2013	IV trim 2013	I trim 2014	II trim 2014	
ACQUIRENTI								
Valori assoluti (000)								
Popolazione di 14 anni e più	52.459	52.415	52.415	52.415	52.415	52.219	52.219	
Acquirenti libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	14.101	10.919	10.866	11.185	13.487	10.391	10.663	
- Cartacei	13.866	10.615	10.600	10.986	13.224	9.824	10.113	
- E-book	611	522	492	567	448	816	765	
Valori % (a)								
Acquirenti libri di 14 anni e più (libri cartacei + e-book)	27%	21%	21%	21%	26%	20%	20%	
- Cartacei	26%	20%	20%	21%	25%	19%	19%	
- E-book	1,2%	1,0%	0,9%	1,1%	0,9%	1,6%	1,5%	
LIBRI ACQUISTATI								
Valori assoluti (000)								
Libri acquistati (libri cartacei + e-book)	35.015	25.638	24.183	29.795	32.836	26.348	23.659	
- Cartacei	33.907	24.502	23.202	28.800	31.954	24.612	21.917	
- E-book	1.107	1.136	981	996	882	1.737	1.742	

Fonte: Nielsen, Indagine su Acquisto e lettura di libri

(a) Per 100 persone di 14 anni e più

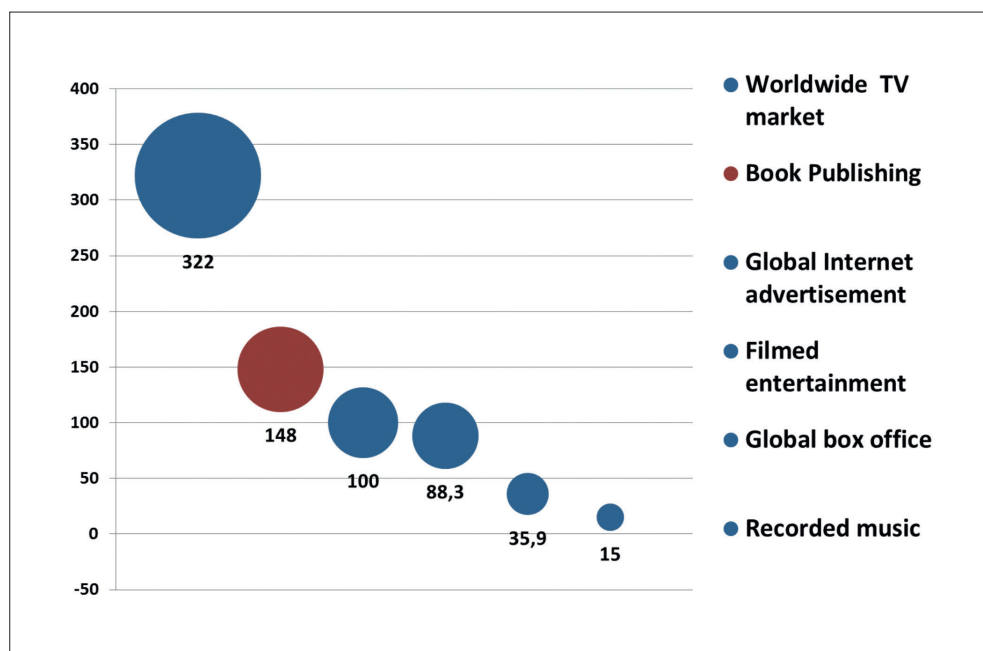
La crisi del mercato editoriale italiano: uno specchio della crisi culturale

Luisa Capelli

1. L'industria editoriale nel mondo: una sintetica panoramica

L'industria editoriale dei libri (di qualsiasi tipo e in qualsiasi formato prodotti e commercializzati)¹ rappresenta il secondo settore per fatturato dell'industria dei contenuti nel mondo. Come mostrano i due grafici seguenti (Figg. 1 e 2), solo il mercato televisivo è maggiore per valore, e significativamente, rispetto a quello relativo ai libri: musica, cinema, videogiochi, informazione si trovano a notevole distanza per valore di mercato da quello di circa 150 miliardi di dollari stimato per l'editoria libraria nel 2014².

Fig. 1 - Confronto tra i fatturati di alcune industrie dei contenuti in miliardi di dollari.

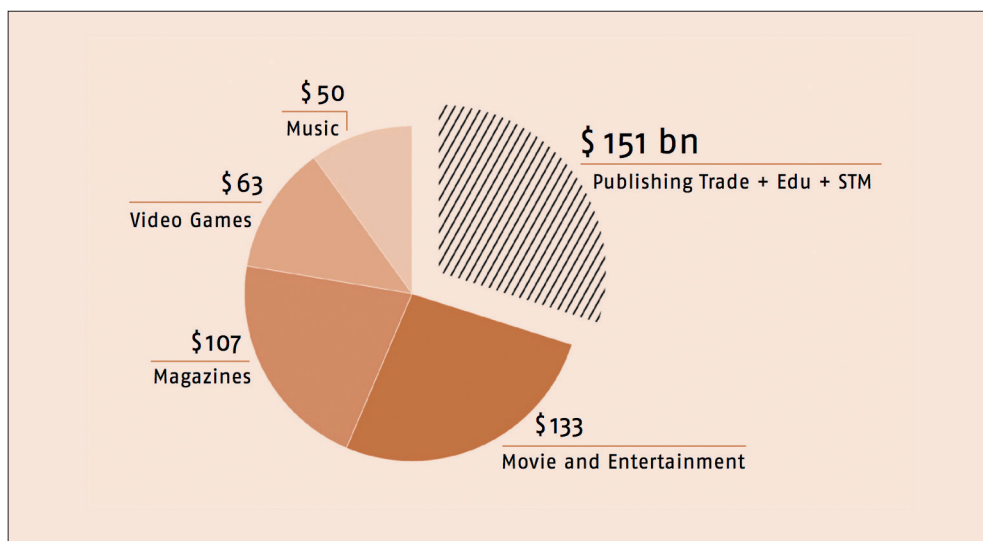


Fonte: Rüdiger Wischenbart, *Global eBook 2015. A report on market trends and developments*, 2015, p. 12.

1. Se non diversamente specificato, per industria editoriale libraria intendo sempre l'insieme della produzione, inclusi gli ebook e le opere digitali in altri formati.

2. Stima su dati del 2012 (Rüdiger Wischenbart, *Global eBook 2015. A report on market trends and developments*, p. 11).

Fig. 2 - Fatturati delle industrie dei media e dell'intrattenimento, in miliardi di dollari, dati 2012.



Fonte: Rüdiger Wischenbart, *Global Trends in Publishing 2014*, p. 33.

Pur interessando processi assai più ampi di creazione e trasmissione delle conoscenze, le dimensioni di questa industria e le relative implicazioni nelle dinamiche di produzione e vendita sono perciò estremamente rilevanti nell'ambito dell'industria culturale; lo sono, a maggior ragione, analizzando gli effetti che l'innovazione digitale sta determinando nel settore. Tali dinamiche di mercato saranno l'oggetto di analisi del presente saggio.

Se il mercato dell'industria editoriale libraria continua a mantenere una posizione tanto rilevante nel mondo, sembra lo si possa fondamentalmente attribuire a tre fattori, spesso combinati tra loro:

- nonostante le drastiche perdite subite in alcuni paesi europei (soprattutto Spagna e Italia), vi sono mercati in crescita (Cina, Brasile e altri); il paese nel quale il mercato editoriale sta segnando i maggiori valori positivi è la Cina: con una crescita del 9% nel 2013 sull'anno precedente, ed essendo il secondo mercato al mondo per rilevanza dopo gli US, tale crescita ha influenzato positivamente tutto il mercato mondiale;

3. Per l'elaborazione di entrambi i grafici, Rüdiger Wischenbart precisa la diversa origine dei dati e la necessità di ricorrere a stime; li ritengo comunque utili alla riflessione poiché, al di là della precisione dei numeri, offrono una panoramica chiara della struttura del mercato.

- i valori minori determinati negli ultimi anni dalle vendite dei libri di carta sono in alcuni mercati bilanciati dalle vendite di ebook e altri formati digitali; ad esempio, il mercato editoriale in US e UK (primo e quarto mercato per dimensioni) è sostanzialmente stazionario, avendo in buona parte "assorbito" le perdite derivanti dalle vendite dei libri di carta con le vendite di ebook e opere in altri formati digitali;
- la corposa diminuzione delle vendite nel settore *trade* e una più contenuta perdita delle pubblicazioni professionali sono compensate da un incremento importante nel settore *educational*⁴.

Tali fattori risultano contestualmente causa ed effetto di un ulteriore elemento importante che caratterizza questo mercato, l'essere fortemente concentrato.

Una concentrazione geografica e socio-economica: i valori sviluppati da 6 Paesi – Stati Uniti, Cina, Germania, Giappone, Regno Unito, Francia – rappresentano circa il 50% del mercato globale⁵. Un dato confermato anche dal permanere di una élite "libresca" sensibilmente concentrata in alcune aree e paesi del mondo, pur se è visibile l'emergere di nuovi mercati. Il grafico riprodotto in Fig. 3, attraverso il confronto tra numero annuale di nuovi titoli e riedizioni (asse verticale)⁶ e valore del mercato per abitante (asse orizzontale), rapportati al PIL pro capite (rappresentato dal diametro delle bolle), mostra chiaramente come, accanto al vecchio "club" dei paesi collocati nelle posizioni centrali, ve ne sia uno nuovo, che si sposta gradualmente verso l'alto e verso destra.

La logica economica di questo processo è semplice, poiché le economie emergenti producono quasi automaticamente popolazioni della classe media urbana che mirano a fornire una migliore educazione per loro e per i loro figli, e allo stesso tempo desiderano dedicarsi alla lettura come intrattenimento – raggiungendo in entrambi i casi l'obiettivo attraverso i libri.

L'editoria libraria globale può così essere rappresentata come uno specchio in cui un nuovo club di "paesi del libro" emergenti, cresciuti dopo i conflitti coloniali e la Seconda guerra mondiale, corrono verso i vecchi quartieri generali, collocati a Londra, New York, Parigi, oltre che a Barcellona e Monaco di Baviera⁷.

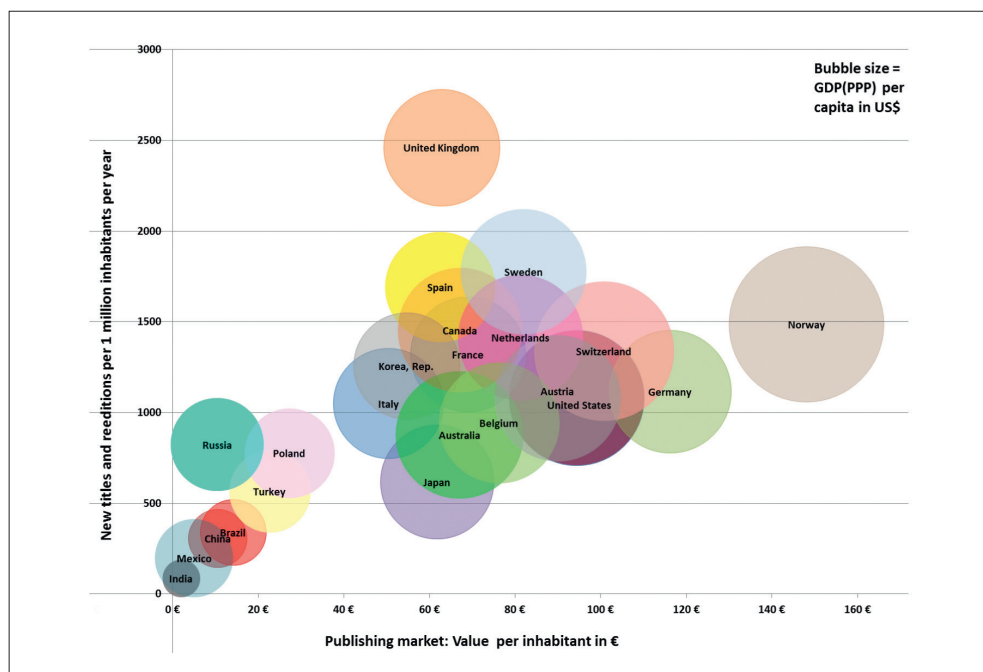
4. Il settore *trade* racchiude le opere di letteratura e narrativa e la varia non professionale e rappresentava nel 2014 circa il 23% del mercato (circa il 30% nel 2008); con *professional* si intendono le opere scientifiche e tecniche che rappresentavano nel 2014 circa il 42% del mercato (e circa il 40% nel 2008) ; il settore *educational* raccoglie la scolastica e i materiali per la didattica e determinava circa il 35% del mercato nel 2014 (era circa il 30% nel 2008).

5. Wischenbart, *Global eBook 2015*, cit., p. 17.

6. Per ogni milione di abitanti.

7. *Ibidem*, traduzione mia.

Fig. 3 - L'élite dei libri: dimensioni del mercato e nuovi titoli in rapporto al PIL pro capite nei 23 maggiori mercati dell'editoria mondiale.



Fonte: Rüdiger Wischenbart, *Global Publishing Monitor 2014. Report for the International Publishers Association, Frankfurt Book Fair, 9 ottobre 2014*, p. 15.

Vi è anche una sensibile concentrazione della produzione, in gran parte sovrapponibile a quanto riscontrato sul piano socio-economico: meno di 20 grandi gruppi editoriali hanno fatturati che superano il milione di dollari e solo 5 superano i 3 milioni di dollari (Fig. 4). I cinque maggiori gruppi hanno le loro sedi in tre Paesi: Stati Uniti, Regno Unito, Paesi Bassi. Un processo, questo, raccontato già assai efficacemente nel 1999 da André Schiffrin⁸ relativamente agli Stati Uniti.

È utile sottolineare, inoltre, come questi 5 grandi gruppi costituiscano la leadership mondiale nelle pubblicazioni professionali, scientifiche e tecniche, e di quelle dedicate all'educazione (unico segmento di mercato in significativa crescita negli ultimi anni e uno dei fattori di tenuta del settore, come indicato in precedenza). Il che, pur ammettendo che all'interno di ogni singolo gruppo sia tutelata, e persino garantita, una pluralità di voci, solleva più di qualche interrogativo sull'effettivo plu-

8. André Schiffrin, *Editoria senza editori*, Torino, Bollati Boringhieri, 2000 (titolo originale *L'édition sans éditeurs*, Paris, La Fabrique, 1999).

ralismo culturale (linguistico, scientifico, di generi e formati, ecc.) della produzione e sulle relative facoltà di accesso a tali opere, presenti e future, da parte dei cittadini in tutto il mondo.

Come ricorda Ferrari, l'insieme di tali opere rappresenta circa metà del mercato mondiale ed è costituita da:

i linguaggi matematici, i saperi scientifici, i grandi depositi di informazioni e di dati, dalle enciclopedie ai dizionari a qualsiasi forma repertorio (...) e le grandi case editrici che lo alimentano sono di gran lunga le più profittevoli. La scrittura scritta, quella che non è parlata, è il business migliore⁹.

*Fig. 4 - Fatturati dei maggiori gruppi editoriali nel 2014 in milioni di dollari; in coda, alle posizioni 17, 35, 37 e 48 i gruppi italiani. Con * i dati riferiti al 2012.*

1 Pearson	UK	6.533
2 ThomsonReuters	US	5.319
3 Reed Elsevier Group	UK/NL/US	4.954
4 Wolters Kluwer	NL	4.116
5 Penguin Random House	US	3.739
6 Phoenix Publishing and Media Company	PR Cina	2.624
7 China South Publishing & Media Group	PR Cina	2.383
8 Hachette Livre	Francia	2.254
9 McGraw-Hill Education	US	2.008
10 Holtzbrinck	Germania	1.848
11 Grupo Planeta	Spagna	1.795
12 Scholastic (corp.)	US	1.683
13 Wiley	US	1.683
14 Scholastic (corp.)	US/Canada	1.577 *
15 China Publishing Group Corporation	PR Cina	1.382
16 Houghton Mifflin Harcourt	US/I. Cayman	1.266
17 Gruppo De Agostini	Italia	1.263 *
35 Messagerie GeMS	Italia	425
37 Mondadori	Italia	379
48 RCS Media Group	Italia	251

Fonte: *Global Ranking of the Publishing Industry*, 2015¹⁰.

9. Gian Arturo Ferrari, *Libro*, Torino, Bollati Boringhieri, 2014, pos. 181.

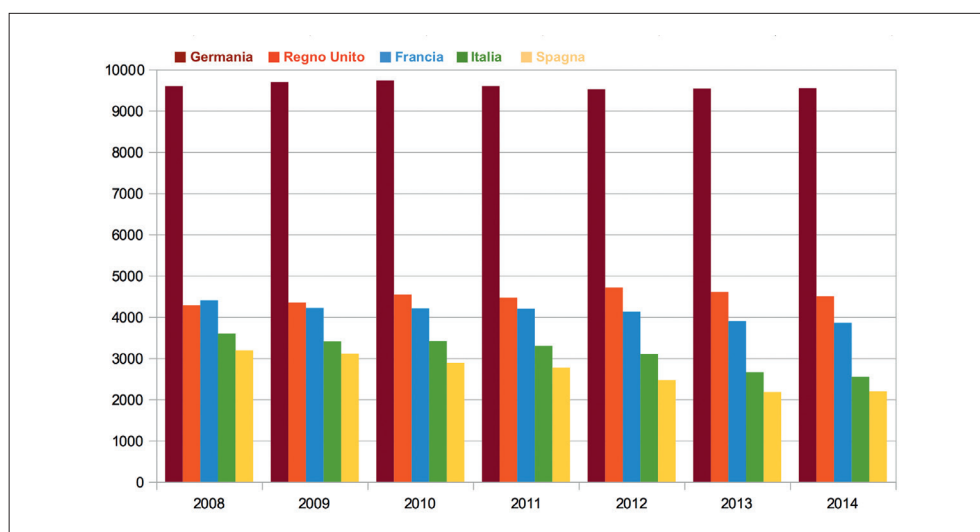
10. *The Global Ranking of the Publishing Industry*, è un'iniziativa di Livres Hebdo (Francia), pubblicata in collaborazione con BookDao (Cina), The Bookseller (UK), Buchreport (Germania), Publishers Weekly (USA), e PublishNews (Brasile); è reperibile on line all'indirizzo <https://publishnews.files.wordpress.com/2015/06/global-ranking-2015.pdf>.

I link che rinviano ad articoli o documenti presenti sul web sono stati verificati il 10 novembre 2015; vengono comunque forniti tutti i riferimenti per reperire le informazioni anche in caso di spostamento o eliminazione delle pagine citate.

Restringendo lo sguardo alla situazione europea, e prendendo a campione i dati relativi ai cinque Paesi che esprimono i valori maggiori, Germania, Regno Unito, Francia, Italia e Spagna, rispettivamente collocati alle posizioni 3, 5, 6, 7 e 9 del *IPA Global Publishing Monitor 2014*¹¹, è possibile farsi un'idea delle dimensioni e delle caratteristiche più rilevanti del mercato editoriale europeo.

Il grafico e la tabella riprodotti nelle Figg. 5 e 6 mostrano chiaramente l'andamento del mercato nei cinque Paesi nel periodo 2008-2014. In Germania l'editoria libraria sostanzialmente mantiene i valori del 2008 (ma continua a crescere fino al 2010), nel Regno Unito esprime una leggera crescita (più importante nel 2012, probabilmente in gran parte dovuta ai valori di vendita straordinari ottenuti dalla trilogia delle *Cinquanta sfumature* di E. L. James), mentre negli altri Paesi si evidenziano flessioni negative. In Francia, pur con una perdita continua di ogni anno sull'anno precedente, questa si mostra più consistente (tra il 4 e 5,5%), solo nei periodi 2008/2009 e 2012/2013¹². Assai diversa la situazione che mostrano l'Italia e la Spagna, con un'industria che sfiora o supera una perdita del 30% nel corso del periodo preso in esame.

Fig. 5 - Valore del mercato editoriale librario in cinque Paesi europei, in milioni di euro, dal 2008 al 2014.



Elaborazione su dati provenienti da varie fonti: Statista.com (Germania), The Booksellers Association (UK), GFC (Francia), Associazione Italiana Editori (Italia), Federación de Gremios de Editores (Spagna).

11. Dati relativi al 2013.

12. GfK, *Une année 2014 en demi teinte pour le marché du livre*, comunicato stampa, 18 marzo 2015, <http://www.gfk.com/fr/news-and-events/press-room/press-releases/pages/une-annee-2014-en-demi-teinte-pour-le-marche-du-livre.aspx>.

Fig. 6 - Valore del mercato editoriale librario in cinque Paesi europei, in milioni di euro, dal 2008 al 2014.

	DE		UK		FR		IT		ES	
2008	9.600		4.285		4.405		3.597		3.190	
2009	9.695	1	4.349	1	4.220	-4	3.408	-6	3.110	-3
2010	9.734	0	4.544	4	4.210	0	3.417	0	2.890	-7
2011	9.601	-1	4.469	-2	4.200	0	3.300	-3	2.772	-4
2012	9.523	-1	4.710	5	4.130	-2	3.100	-6	2.470	-11
2013	9.536	0	4.605	-2	3.900	-6	2.660	-14	2.181	-12
2014	9.547	0	4.503	-2	3.858	-1	2.550	-4	2.195	1
% 2014 su 2008		-1		5		-13		-29		-31

Elaborazione da varie fonti, come per Fig. 5.

La situazione in Italia e Spagna, come mostrano i grafici, ha molteplici analogie, tanto per le dimensioni a valore del mercato, tanto per l'andamento delle perdite piuttosto continuo nel corso del periodo 2008-2014, con un'accelerazione che in Spagna riguarda il 2012 e il 2013 (con, rispettivamente, il -11 e il -12%) e in Italia con un 2013 che mostra un segno negativo del -14%.

Ma probabilmente vi sono altre ragioni che rendono simili le condizioni del mercato editoriale nei due Paesi, tra queste se ne possono isolare alcune:

- gli effetti della crisi generale, che in entrambi i Paesi si spalmano sull'intero periodo e che hanno colpito fasce di popolazione prima in condizione di spendere di più nei consumi culturali, arrestando quella tendenza anticiclica supposta fino a quel momento per il mercato librario¹³;
- una bassa percentuale di lettori e acquirenti di libri, anche se in Spagna tale situazione ha visto sensibili cambiamenti positivi, grazie a importanti interventi pubblici, soprattutto precedentemente al 2008;
- un debole – depresso, soprattutto in alcune aree – sistema culturale del Paese che, pur con le dovute differenze, manca di esercitare una funzione trainante rispetto ai consumi culturali e alla lettura e non facilita il dinamismo e l'innovazione nelle imprese, specie in quelle culturali¹⁴;
- una più che lenta transizione al digitale, che non riguarda solo le forme e i modi della produzione e vendita di ebook e altri formati di opere digitali, ma l'insieme di comportamenti, pubblici e privati, rispetto all'adozione delle tecnologie digitali.

13. Gino Roncaglia, *L'editoria fra cartaceo e digitale*, Milano, Ledizioni, 2012.

14. Giovanni Solimine, *Senza sapere. Il costo dell'ignoranza in Italia*, Roma-Bari, Laterza, 2014.

Questo è il contesto internazionale nel quale è opportuno integrare le interpretazioni dei dati a proposito del mercato editoriale italiano che seguiranno e avranno come fonte fondamentale di dati le indagini svolte da Nielsen nel periodo ottobre 2010 – giugno 2014.

Prima di approfondire tale analisi è però opportuno soffermarsi sulle caratteristiche dei dati che abbiamo a disposizione.

2. Indagini e dati

I dati fin qui riassunti sul mercato dei libri derivano da ricerche frutto della collaborazione dei grandi gruppi editoriali e delle associazioni che rappresentano gli editori in gran parte del mondo¹⁵. In essi non sono inclusi, se non indirettamente, i dati relativi alle grandi società globali entrate sulla scena della produzione e commercializzazione dei contenuti grazie all'uso delle tecnologie digitali: Amazon, Google e Apple, ma anche Yuewen Group (proprietario dei principali store cinesi per libri ed ebook e tra le maggiori compagnie mondiali su internet, con Google, Alibaba, Facebook, Amazon ed Ebay)¹⁶.

15. Le principali fonti utilizzate qui sono: la Federation of European Publisher, nella sezione Annual Statistics, rende disponibili le sintesi annuali *European Book Publishing Statistics* (<http://www.fep-fee.eu/-Annual-Publishers-Statistics->); la Federación de Gremios de Editores de España, pubblica periodicamente il report *El sector editorial español, datos estadísticos* (<http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/DatosEstadisticos.asp>); The Booksellers Association (prevalentemente per UK e Irlanda), nella sezione del sito *Industry Reports* (<http://www.booksellers.org.uk/industryreports>), pubblica aggiornamenti periodici sul mercato dei libri; analogamente, sempre per UK e Irlanda, The Publishers Association, nella sezione *Services and Statistics*, (reperibile all'indirizzo <http://www.publishers.org.uk/services-and-statistics/>) pubblica report periodici e un volume di report annuale (scaricabile liberamente in formato pdf dopo qualche mese dalla pubblicazione); l'organizzazione della Fiera di Francoforte rende disponibili, nella sezione *Book markets* del sito (http://www.buchmesse.de/en/international/book_markets/), utili schede riassuntive dedicate al mercato editoriale librario dei singoli Paesi partecipanti. L'Association of American Publishers, attraverso il suo sito (<http://publishers.org/>), rende disponibili agli iscritti aggiornamenti periodici sull'andamento del mercato del libro. Inoltre, diverse società di indagine, effettuano, in genere su incarico di enti pubblici o associazioni imprenditoriali, ricerche sul mercato dei libri. Tra le più importanti (e qui utilizzate), vi sono: GfK (Gesellschaft für Konsumforschung <http://www.gfk.com/pages/default.aspx>) e Nielsen (<http://www.nielsen.com/it/it.html>, soprattutto con le indagini di Nielsen Book Scan <http://www.nielsenbookscan.co.uk/controller.php?page=48>). Altra fonte importante di dati è il portale on line di statistiche Statista (<http://www.statista.com/>), specializzato in infografiche basate su grandi quantità di dati e riguardanti una molteplicità di ambiti. Il Pew Research Center (<http://www.pewinternet.org/>) è un centro di ricerca indipendente che concentra le sue indagini soprattutto sull'uso di Internet e delle tecnologie digitali. A queste fonti si aggiungono le indagini relative alla lettura, spesso realizzate dagli Istituti di statistica dei diversi Paesi o dai Centri per il libro. Qui sono stati utilizzati dati pubblicati dal Centre National du Livre (http://www.centre-nationaldulivre.fr/en/ressources/etudes_rapports_et_chiffres/les_francais_et_la_lecture/), il documento del Ministero de Educación y Cultura spagnolo, *El sector del libro en España* (Madrid, 2014 <http://www.universoabierto.com/19364/el-sector-del-libro-en-espana-2014/>).

16. I fatturati degli editori includono anche le vendite realizzate attraverso i siti che effettuano l'e-commerce, compresi i grandi store come Amazon e altri. Per i dati di tali compagnie, sono stati utilizzati come fonti, quando disponibili, i bilanci e/o i report delle società. Amazon, ad esempio, pubblica sul proprio sito dei report annuali (<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=97664&p=irol-reportsannual>) dai quali è possibile desumere alcuni dati.

Nonostante le informazioni su tali grandi gruppi siano, come evidenziato, difficili da reperire, per alcune sintesi si vedano *Market capitalization of the largest internet companies worldwide*, «Statista», maggio 2015, <http://www>.

Oltre a queste assenze, i dati di cui disponiamo per analizzare gli andamenti del mercato editoriale sono, allo stato attuale, assai differenti a causa delle caratteristiche e attese dei committenti (enti pubblici, associazioni di categoria, società terze cui vengono affidate le indagini) e le conseguenti metodologie adottate (caratteristiche dei campioni, questioni indagate, specificità delle aggregazioni di dati, ecc.).

Non si intendono qui sollevare questioni di legittimità, quanto precisare ancora una volta come la raccolta e l'elaborazione dei dati non siano scevre da orientamenti almeno in parte predefiniti e come questo determini inevitabilmente l'esito delle interpretazioni che se ne possono trarre.

Dal lato dei produttori e dei venditori, la sopra citata assenza di dati forniti dai big di internet e gli aggiornamenti non sempre puntuali da parte degli editori, determinano spesso la difficoltà di ottenere dati completi, omogenei e puntualmente aggiornati. Dal lato dei consumatori, acquirenti di libri stampati sulla carta o in vari formati digitali, le modalità di definizione e selezione dei campioni sono marcatamente diverse a seconda dei Paesi e dei soggetti che effettuano le rilevazioni.

Le fondamentali rilevazioni effettuate dall'Istat in Italia¹⁷, per esempio, non indagano gli aspetti relativi ai comportamenti di acquisto, se non nell'indagine relativa ai consumi delle famiglie, che però inserisce i libri all'interno del campo più ampio "Tempo libero e cultura". Dati sul consumo sono disponibili attraverso le indagini Nielsen (commissionate dal Cepell e che sono qui oggetto di specifico approfondimento) e le elaborazioni effettuate dall'Aie¹⁸ (a partire dai dati Istat, di Informazioni Editoriali e della stessa Nielsen).

Tale situazione si ripropone quasi ovunque, con le ricerche relative al mercato quasi sempre affidate a società che si occupano di indagini sul consumo, in genere per conto delle associazioni imprenditoriali o, più raramente, come nel caso italiano dalla fine 2010 a metà 2014, per conto di enti pubblici.

Le indagini Nielsen Book Scan, una delle principali fonti di rilevazione ed elaborazione dati per il mercato librario in USA, UK, Australia, Nuova Zelanda, Sud Africa, Italia, India e Spagna, per esempio, ha come base campionaria per la

statista.com/statistics/277483/market-value-of-the-largest-internet-companies-worldwide/; Nan, Wu, *China's Amazon? Tencent and Shanda to merge online publishing and eBook services*, «South China Morning Post», 17 marzo 2015, <http://www.scmp.com/lifestyle/technology/article/1740029/merger-chinese-online-publishing-sites-will-create-chinas>; Edward Nawotka, *China's Tencent Literature Focused on Exploiting IP*, «Publishing Perspectives», 12 marzo 2015, <http://publishingperspectives.com/2015/03/chinas-tencent-literature-focused-on-exploiting-ip/>.

17. *La produzione e la lettura di libri in Italia*. L'ultima indagine disponibile, relativa agli anni 2013-2014, è stata pubblicata a gennaio 2015 ed è reperibile a questo link: <http://www.istat.it/it/archivio/145294>.

18. Si veda l'annuale *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia* dell'Associazione Italiana Editori (nella sezione Cifre e Numeri del sito sono disponibili le sintesi del Rapporto e ulteriori analisi relative ad aspetti circoscritti del mercato e della lettura <http://www.aie.it/Cosafacciamo/Cifrenumeridelleditoria/Mercatoeindaginisettore.aspx>);

ricognizione sulle vendite circa l'80% di librerie¹⁹, off e on line. Ma il 20% che resta fuori dal campione può rappresentare numeri significativi per alcuni generi di pubblicazioni, ad esempio il fantasy e i fumetti, o anche alcune pubblicazioni professionali tradizionalmente vendute attraverso circuiti specializzati o comunque dedicati.

Inoltre, per quanto riguarda le pubblicazioni in vari formati digitali, soprattutto di quelle prive di ISBN, i canali di vendita risultano di difficilissimo monitoraggio. Molti ebook e pubblicazioni in altri formati digitali privi di ISBN sono infatti venduti non solo attraverso Amazon e analoghi grandi store, ma anche direttamente dagli autori tramite i propri blog e siti; e se questo può apparire un mercato marginale, ma non lo è e lo sarà sempre meno con la diffusione del self-publishing, a maggior ragione assume rilevanza se si osservano i numeri importanti raggiunti da piattaforme come Scribd, Issuu e analoghe che raccolgono e vendono, tramite diversi piani di abbonamento, anche molti testi scientifici e professionali, di frequente privi di codice ISBN (spesso perché si tratta di testi preprint che gli autori inseriscono in tali circuiti anche per favorirne la circolazione all'interno del pubblico specializzato).

Tali questioni valgono solo come esempi per rendere evidenti le difficoltà che oggi si presentano nell'analisi dei dati raccolti, non solo in Italia, sulle condizioni del mercato editoriale.

Anche le indagini Nielsen, oggetto prevalente di questo lavoro, presentano alcuni problemi specifici di interpretazione dei dati, dovuti principalmente alle caratteristiche del campione selezionato, alle specifiche modalità di rilevazione, alla natura dei dati rilasciati. Il *Panel consumer* di Nielsen, attraverso una piattaforma cui accedono le famiglie selezionate²⁰, partecipa alla rilevazione "in cambio" di punti spendibili successivamente in beni presenti su un "Catalogo premi". Le caratteristiche di tale campione, non omogeneo per tutti gli anni indagati e del quale sono solo parzialmente noti i criteri di selezione²¹, solleva alcuni interrogativi circa la sua completa affidabilità nell'indagare comportamenti assai particolari come quelli relativi alla lettura e all'acquisto di libri. Se per certi versi è indiscutibile il carattere di merce dei libri, infatti, forse non lo è altrettanto che i comportamenti connessi a tali merci non meritino modalità di indagine specifiche. E, anche assumendo che gli acquisti di tali beni possano essere efficacemente indagati tramite un campione di consumatori, possono esserlo altrettanto le abitudini relative alla lettura? Si tratta di interrogativi che qui non possono che

19. Sul sito viene indicato il numero di oltre 35.500 punti vendita monitorati nel mondo: <http://www.nielsenbookscan.co.uk/controller.php?page=48>.

20. Francesca Vannucchi ne spiega il funzionamento nel suo saggio in questo fascicolo.

21. Dovuti alle legittime scelte di riservatezza compiute da Nielsen.

restare tali, ma sui quali è forse opportuno riflettere nel caso si avviino analoghe iniziative di ricerca in futuro.

Un'ulteriore difficoltà nella interpretazione dell'indagine condotta da Nielsen riguarda il formato in cui i dati sono stati rilasciati al Cepell: le tabelle fornite dalla società di indagine, infatti, sono già parzialmente lavorate e i dati che ne risultano aggregati secondo modalità che a volte rendono impossibile (se non attraverso procedure di calcolo sofisticate e comunque imprecise) risalire al dato assoluto.

Fatte queste premesse, si è convenuto di concentrare il lavoro di interpretazione al periodo con i dati più omogenei relativi all'intervallo marzo 2012 - marzo 2014, pur facendo riferimento, ove utile al ragionamento, all'intero periodo di indagine. Inoltre, in questa parte dedicata al mercato, ho scelto di considerare alcuni specifici elementi di analisi, rinviando alle elaborazioni più generali sui dati Nielsen compiute dal Cepell²² e ai *Rapporti sullo stato dell'editoria* a cura dell'Aie²³.

3. I libri e chi li acquista

Tornare ancora una volta sui dati sconcertanti che riguardano la lettura e gli acquisti di libri in Italia può apparire uno sterile esercizio, anche se può essere d'aiuto concentrare lo sguardo, soffermandosi su processi apparentemente più circoscritti, ma che producono ripercussioni importanti su tutto il settore. Si è perciò scelto, in questa sede, di provare a osservare in maniera più dettagliata cosa sta accadendo tra le fasce di acquirenti (e lettori) forti, le persone che acquistano 12 e più libri l'anno.

Il mercato dei libri (in ogni formato) in Italia, in otto anni, ha visto precipitare il suo valore da 3,7 a 2,5 miliardi, con una perdita di oltre il 30% (Fig. 7). Una perdita che, come è noto, ha avuto pesanti ripercussioni su tutta l'industria editoriale con una riduzione di tirature e di numero di nuovi titoli, con corpose ristrutturazioni aziendali, chiusure e passaggi di proprietà di marchi editoriali e di librerie e con la drastica esternalizzazione, riduzione, precarizzazione, forzata immissione nel lavoro sommerso dell'occupazione (nel 2013 gli addetti vengono stimati a 5.722 contro i circa 38.000 del 2007²⁴). Diminuisce il numero delle case editrici attive, il numero

22. Centro per il Libro e la Lettura, Nielsen, *L'Italia dei libri. Ritratto di un anno: il 2012*, http://www.internetculturale.it/opencms/opencms/it/archivionovita/2012/novita_0023.html; Centro per il Libro e la Lettura, Nielsen, *L'Italia dei libri. 2011-2013*, http://www.regione.lazio.it/binary/rl_cultura/tbl_news/Slides_L_Italia_dei_Libri_2013.pdf.

23. Associazione Italiana Editori, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2011*, «Quaderni del Giornale della Libreria», Milano, Ediser, 2011; Idem, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, «Quaderni del Giornale della Libreria», Milano, Ediser, 2014; *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2015*, «Quaderni del Giornale della Libreria», Milano, Ediser, 2015.

24. Il dato, ricavato dai Rapporti Aie 2008 e 2014, può apparire eclatante, ma sembra accettabile ragionando sui corposi processi di esternalizzazione che hanno probabilmente estromesso dal conteggio degli addetti molti lavoratori (ora partite iva, autonomi, ecc.).

di nuovi titoli è calato del 9% tra il 2012 e il 2013 (rimanendo comunque altissimo, circa 68.000, quasi 190 nuovi titoli ogni giorno), le tirature medie per titolo sono scese, 354 librerie hanno chiuso i battenti dal 2006 al 2013 (alcune "convertite" al franchising)²⁵.

I processi di concentrazione hanno subito un'importante accelerazione con la fusione delle due maggiori imprese di distribuzione dei libri, Messaggerie e Pde, avvenuta tra la fine del 2014 e l'estate 2015, e l'acquisizione, mentre scriviamo, del gruppo RCS Libri da parte del gruppo Mondadori. Eventi che, pur nella loro singolarità non fanno che enfatizzare la condizione oligopolistica che già contraddistingue da anni il mercato editoriale italiano²⁶. Nella distribuzione si è ormai in presenza di un unico grande soggetto – Messaggerie Libri, parte del gruppo GEMS – cui le case editrici indipendenti sono obbligate a rivolgersi per ottenere la distribuzione in libreria, esemplificando e accentuando una peculiare caratteristica della forma che la concentrazione assume in Italia, quella cioè di esercitare la propria forza sia orizzontalmente – con la proprietà di numerosi marchi editoriali – sia verticalmente – con la proprietà di società che gestiscono distribuzione, punti vendita e altri importanti snodi della filiera. L'acquisizione di RCS da parte di Mondadori (in attesa di approvazione da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) condurrà questo gruppo – con la proprietà di gran parte dei più importanti marchi editoriali italiani – a rappresentare oltre il 40% del mercato nella varia e circa il 25% nella scolastica. Nel frattempo, il mercato dei libri in Italia sta attraversando altri importanti cambiamenti: Mondadori ha da poco ceduto il marchio Harlequin a Harper Collins, la quale ha annunciato di voler avviare le pubblicazioni in italiano²⁷ mentre AmazonCrossing – la casa editrice di proprietà di Amazon – ha iniziato le pubblicazioni in italiano, per ora di libri tradotti, rendendoli disponibili in versione cartacea ed ebook (ma venduti esclusivamente attraverso il sito)²⁸. Il mercato librario italiano, pur attraversando le difficoltà che stiamo analizzando, sembra quindi oggi esercitare un inedito interesse da parte di attori internazionali del settore.

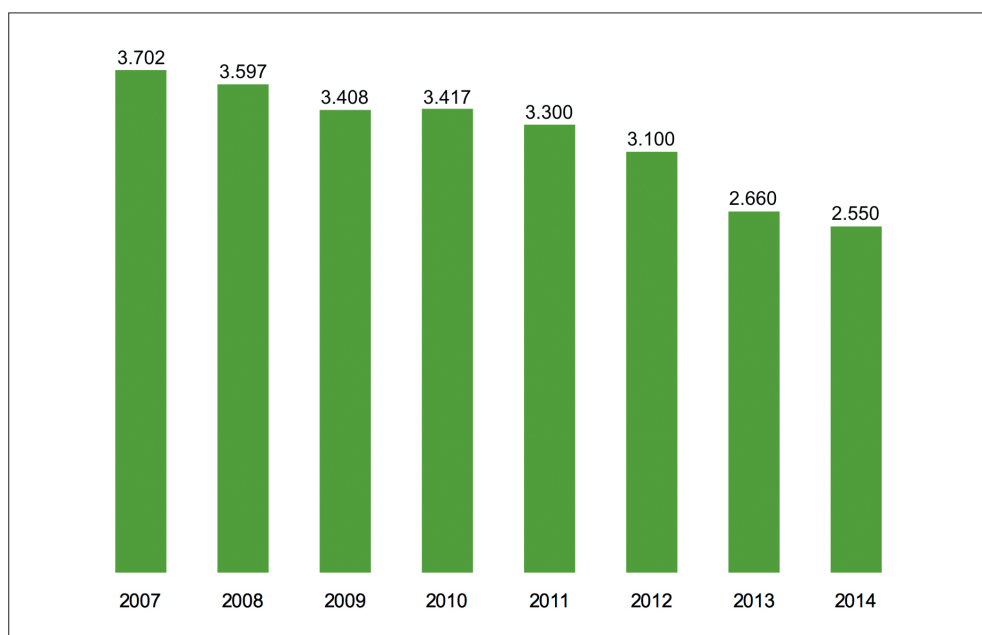
25. Dati Aie, Istat e Informazioni editoriali.

26. Si vedano, in proposito, le riflessioni di Alessandro Gazoia con la ricostruzione dello scenario che ha condotto alla acquisizione di RCS da parte di Mondadori (*La fusione tra Mondadori e Res riguarda tutti noi*, «Internazionale», 10 marzo 2015, <http://www.internazionale.it/opinione/alessandro-gazoia/2015/03/10/fusione-mondadori-rizzoli-rcs-libri>), e quelle di Andrea Libero Carbone sui destini dell'editoria di ricerca (*Un'editoria di ricerca è possibile?*, «che fare», 23 marzo 2015, <https://www.che-fare.com/uneditoria-di-ricerca-e-possibile/>).

27. *E dalle ceneri di Harlequin-Mondadori nasce Harper Collins Italia*, «Milano Finanza», 30 settembre 2015, <http://www.milanofinanza.it/news/e-dalle-ceneri-di-harlequin-mondadori-nasce-harper-collins-italia-201509301903522254>.

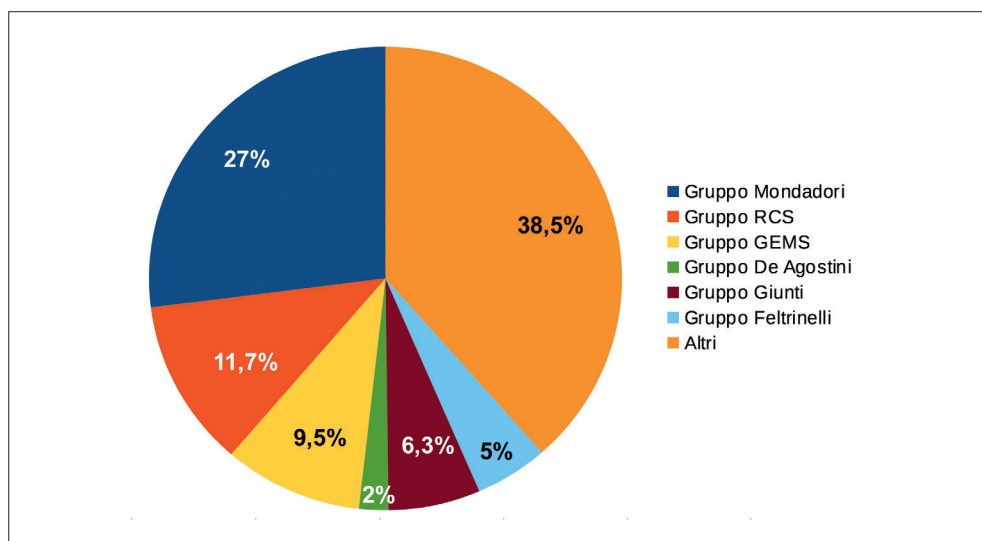
28. Paolo Armelli, *I libri di Amazon Publishing arrivano anche in Italia*, «Wired», 2 novembre 2015, <http://www.wired.it/play/libri/2015/11/02/amazon-publishing-in-italia/>

Fig. 7 - Valore del mercato dei libri in Italia, 2007-2014 in milioni di euro.



Elaborazione su dati Aie.

Fig. 8 - Quote di mercato a valore delle case editrici 2013 (esclusi ebook, editoria scolastica e professionale).

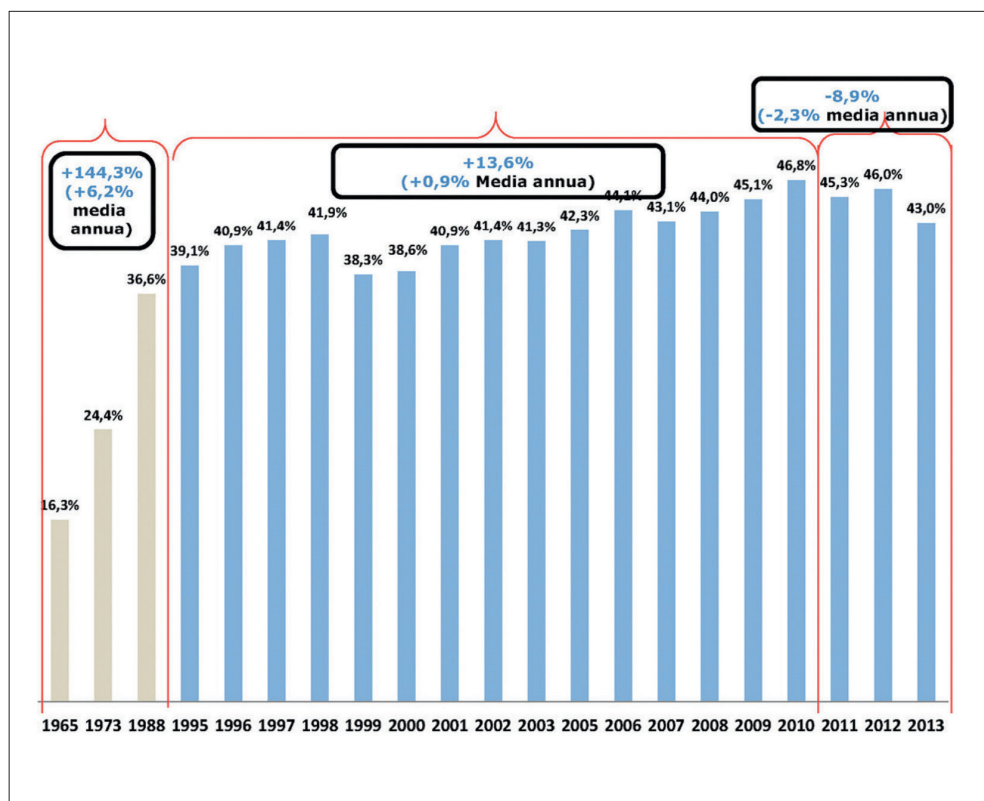


Elaborazione su dati Aie 2014.

La situazione non è comunque radicalmente mutata negli ultimi anni, ed è utile rammentare le quote di mercato dei grandi gruppi editoriali (Fig. 8), poiché le scelte di gruppi che esprimono, nell'insieme, oltre il 61% del mercato, evidentemente influenzano corposamente sui comportamenti di acquisto relativi ai libri.

A proposito dei dati illustrati nella Fig. 7 forse la pena effettuare una prima riflessione, mettendoli in relazione con le cifre che segnalano il calo dei lettori. Prendendo questo periodo di quasi un decennio, infatti, osserviamo che, pur in presenza di una importante riduzione nella percentuale dei lettori tra il 2010 e il 2013 (circa il 4% in meno), se confrontiamo il 2007 con il 2013 rileviamo che il dato è quasi invariato (Fig. 9). La percentuale di lettori, inclusi i "deboli" (lettori >6 anni di almeno un libro all'anno), per la seconda volta nell'arco di venti anni (la prima, nel 1999, aveva visto un calo di poco meno del 4%) scende anziché continuare una progressiva benché lenta salita e, nel 2013, ritorna alle percentuali del 2007.

*Fig. 9 - Andamento della lettura di libri nella popolazione italiana: 1965-2013
(lettura di almeno un libro non scolastico nella popolazione con più di 6 anni di età).*



Fonte: Aie, Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014, p. 41.

Se la percentuale di lettori di almeno un libro all'anno, nel 2007 e nel 2013, è pressoché la stessa, dovremmo attenderci di non rilevare variazioni consistenti anche nel valore degli acquisti sviluppati da tali lettori nei due anni presi in considerazione. Come abbiamo visto, così non è, dato che il valore del mercato si è ridotto, dal 2007 al 2013, di oltre un miliardo di euro, circa il 28% in meno. Occorrerà dunque ricercare altrove le ragioni di tale consistente perdita di valore del mercato editoriale e della diminuzione degli acquisti di libri.

Una prima risposta già veniva offerta dalle elaborazioni proposte dal Cepell, sulla base dell'indagine Nielsen relativa agli anni 2010-2011, nella presentazione del marzo 2012 presso la Biblioteca Casanatense, laddove si mostrava come il calo percentuale più consistente tra gli acquirenti di libri fosse collocato tra i lettori di 3 o più libri l'anno. Infatti, se la flessione negativa relativa agli acquirenti di almeno un libro l'anno evidenziava un -10% del IV trimestre 2011 sullo stesso periodo del 2010, la perdita tra gli acquirenti di almeno tre libri nell'anno segnalava un -20% sull'anno precedente (prendendo come base l'insieme della popolazione).

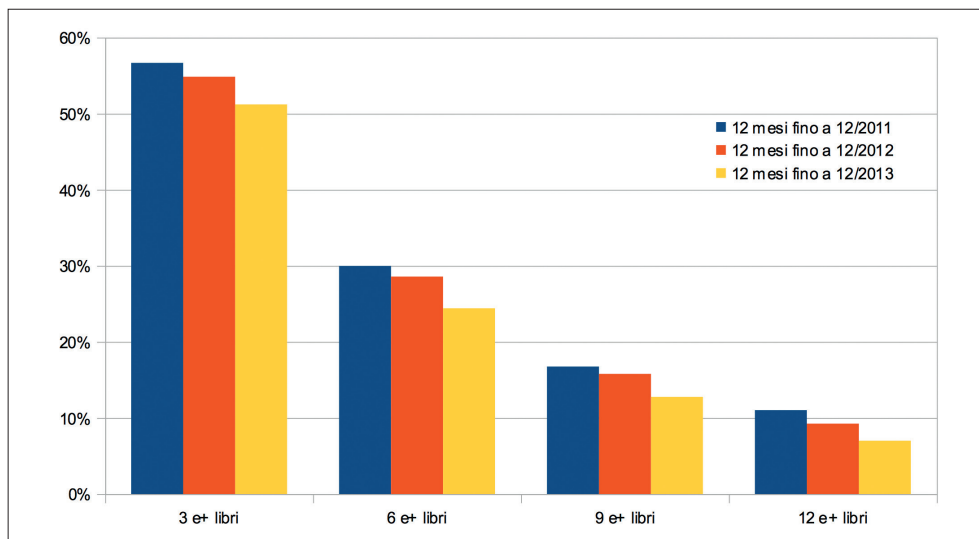
Ulteriore dato che ha certamente contribuito a tale consistente riduzione del valore del mercato, su cui si tornerà più avanti, è la corposa diminuzione del prezzo medio dei libri, cui hanno contribuito campagne specifiche di alcuni editori e l'ingresso degli ebook (venduti spesso a un prezzo decisamente più basso rispetto a quello dei libri di carta).

Se invece prendiamo come base dati l'insieme degli acquirenti, possiamo rilevare qualche dato più specifico. La Fig. 10 mostra le variazioni tra le fasce di acquirenti nel periodo dicembre 2010-dicembre 2013, ed evidenzia che le flessioni, pur consistenti in tutte le fasce di acquirenti, determinano un calo di circa il 5,5% per gli acquirenti fino a 6 e più libri, mentre calano del 4% per gli acquirenti di 9 libri e oltre. Naturalmente, il calo va considerato nella sua dinamicità, quindi anche come uno spostamento interno alle diverse fasce (acquirenti di 12 e più libri sono probabilmente divenuti acquirenti di 9 e più libri e così via), producendo un effetto che aumenta al diminuire della propensione all'acquisto.

Pur diminuendo relativamente meno dei minori acquirenti, però, questi "forti" e "fortissimi" acquirenti, ancora costituiscono la spina dorsale del mercato editoriale. In particolare, nel 2013, i 2 milioni di acquirenti di 12 o più libri l'anno, circa il 6% della popolazione, da soli, hanno acquistato quasi il 40% delle copie vendute dei libri (in qualsiasi formato) per un valore stimato da Aie (2014) di oltre 450 milioni di euro (il 17% del valore complessivo del mercato; e sommando i valori espressi dagli acquirenti di 9-11 libri e 12 e più libri arriviamo a circa il 25% del valore).

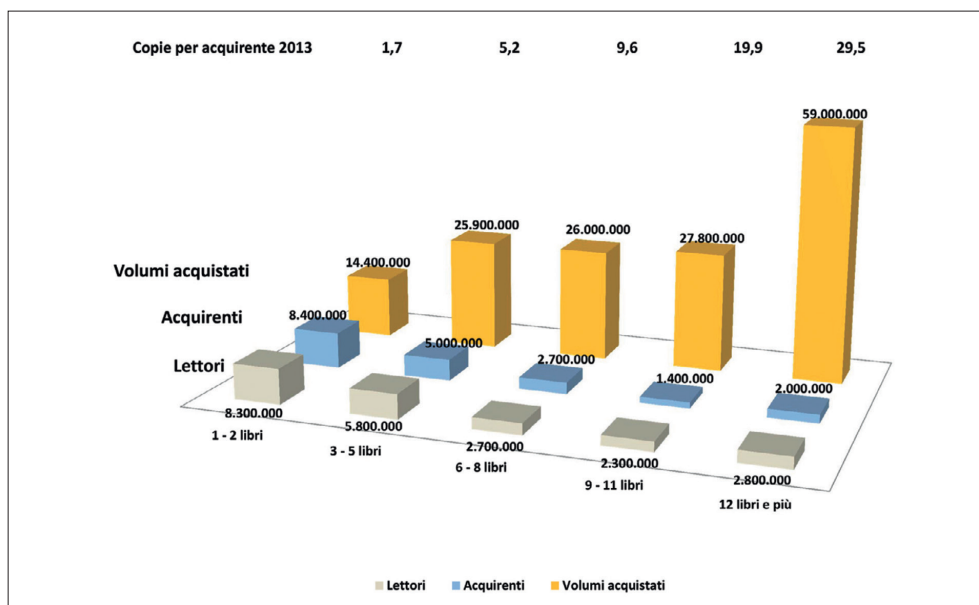
Il *Rapporto sullo stato dell'editoria* a cura dell'Ufficio studi dell'Aie, producendo un'ulteriore elaborazione dei dati Nielsen per il Cepell, sintetizza il fenomeno nella Fig. 11.

Fig. 10 - Acquirenti per quantità acquistate (arco di 12 mesi: 12/2010-12/2011, 12/2011-12/2012, 12/2012-12/2013); % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Fig. 11 - Lettori, acquirenti, volumi acquistati: 2013. Valori in numero di individui (lettori e acquirenti di libri) e copie di libri acquistati.

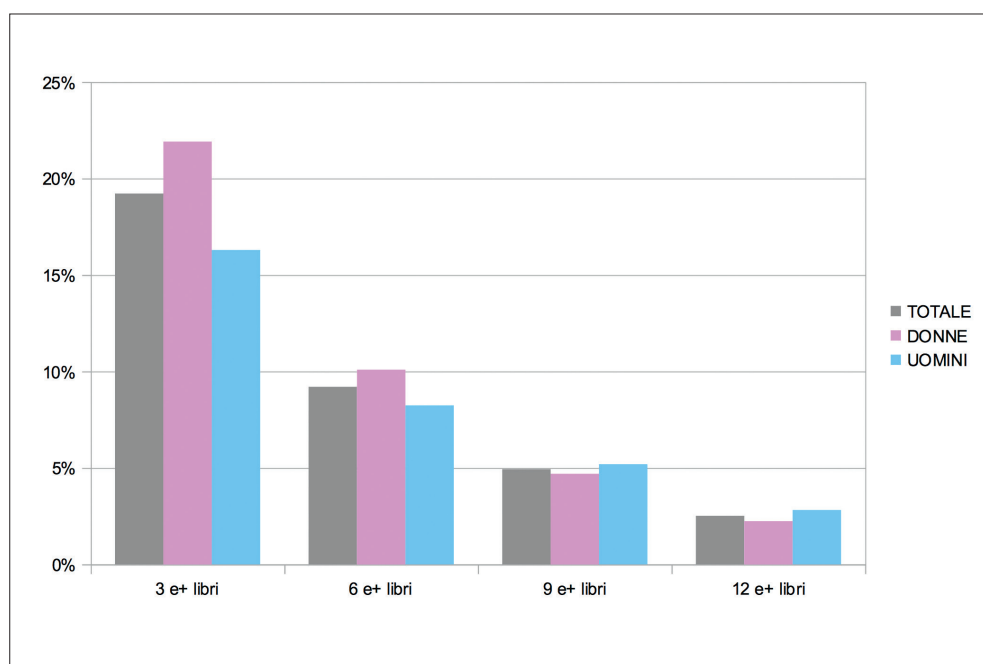


Fonte: Aie, Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014, p. 78.

Provando ad analizzare gli aspetti socio-demografici che contraddistinguono soprattutto questo, ma anche gli altri segmenti di acquirenti di libri nei 12 mesi che vanno da marzo 2013 a marzo 2014, emergono alcuni elementi, riassunti nei grafici che seguono.

La Fig. 12 dettaglia le caratteristiche di sesso degli acquirenti di libri, mostrando come le donne siano in percentuale sensibilmente più alta tra gli acquirenti di 3 e più libri (22% rispetto al 16% degli uomini), mentre tale percentuale decresca fino a risultare sostanzialmente pari a quella degli uomini nelle fasce di acquirenti di 9 e più libri e 12 e più libri (in quest'ultimo gruppo gli uomini sono in percentuale maggiore dello 0,6%).

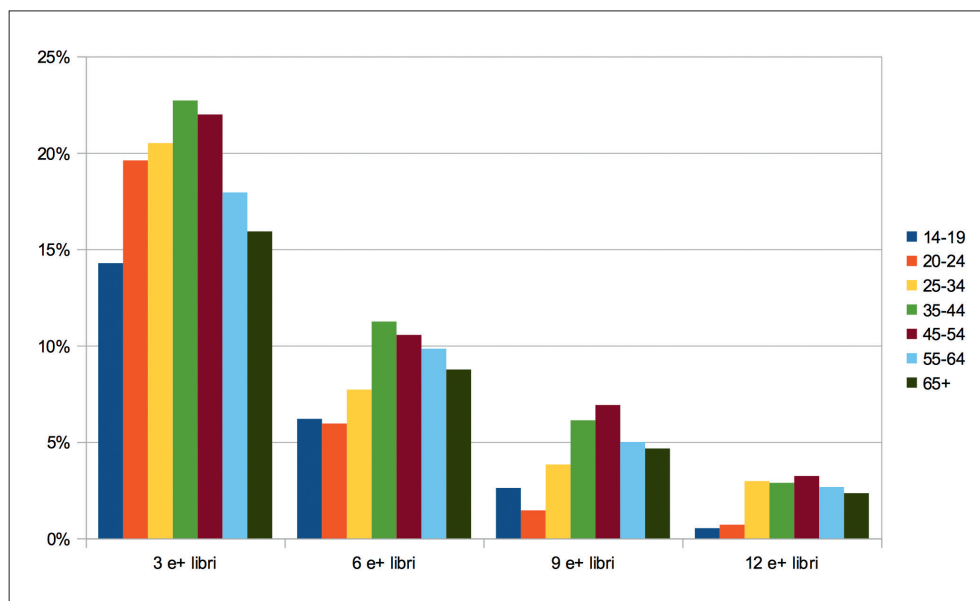
Fig. 12 - Acquirenti di libri per sesso, marzo 2013-marzo 2014; % sul totale degli acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

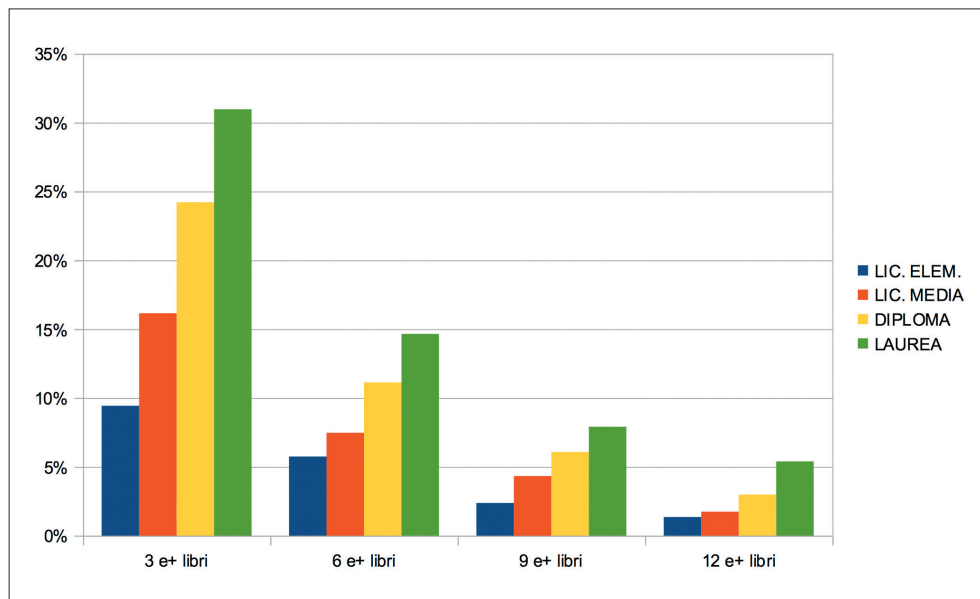
La Fig. 13 analizza la distribuzione per fasce d'età degli acquirenti di libri, mostrando come le percentuali più alte degli acquirenti di 12 e più libri siano ripartite nelle fasce d'età dai 25 anni in su, con una leggera prevalenza delle persone dai 45 ai 54 anni; più marcate le differenze tra gli acquirenti di 9 e più libri, con le due fasce 35-44 e 45-54 che presentano percentuali sensibilmente più elevate rispetto a quelle degli altri gruppi.

Fig. 13 - Acquirenti di libri per fasce d'età, marzo 2013-marzo 2014; % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Fig. 14 - Acquirenti di libri per titolo di studio, marzo 2013-marzo 2014; % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

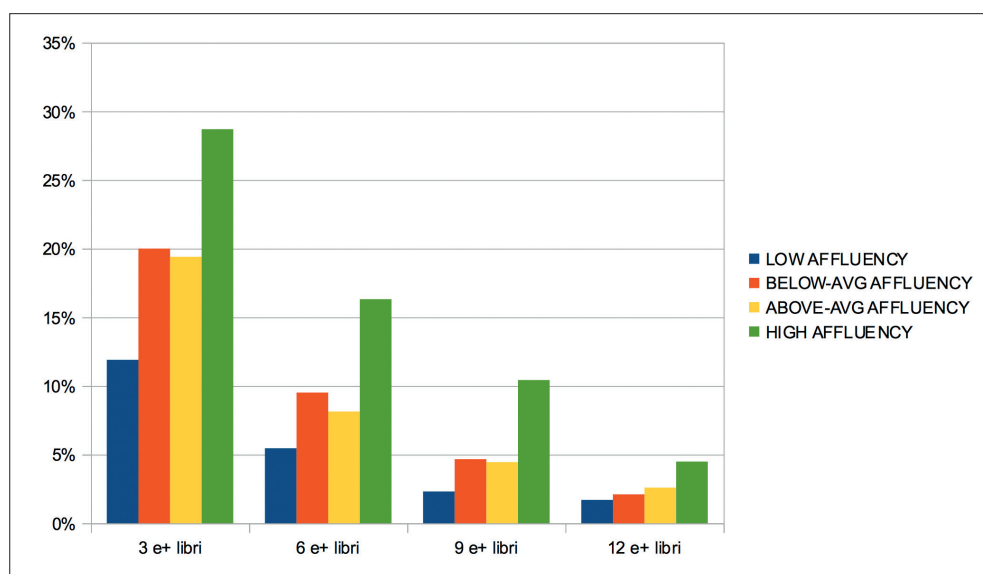
La Fig. 14 mostra la distribuzione per titolo di studio degli acquirenti di libri, evidenziando il dato prevedibile costituito da percentuali più elevate e crescenti, in ogni gruppo di acquirenti, al crescere del titolo di studio.

La segmentazione per classe socioeconomica (Fig. 15), con i quattro raggruppamenti di *affluency* che "misurano" il reddito in funzione delle caratteristiche delle famiglie del Panel (bassa, poco sotto la media, poco sopra la media e alta), evidenzia come le migliori condizioni di reddito determinino uno scarto notevole soprattutto tra gli acquirenti fino a 11 libri l'anno; tra i fortissimi acquirenti di libri, invece, le differenze sono assai meno marcate, anche in presenza di condizioni socio-economiche sotto la media.

La suddivisione geografica degli acquirenti è indagata da Nielsen attraverso l'individuazione di quattro zone in cui è suddiviso il territorio italiano²⁹.

La Fig. 16 mostra la distribuzione geografica dei gruppi di acquirenti, evidenziando il dato già noto riguardante le più basse percentuali di lettori e acquirenti di libri nelle regioni meridionali. Vale forse la pena osservare soltanto che, nel gruppo di acquirenti di 12 e più libri l'anno, le differenze percentuali tra le diverse aree geografiche (soprattutto le prime tre) sono meno accentuate rispetto agli altri gruppi.

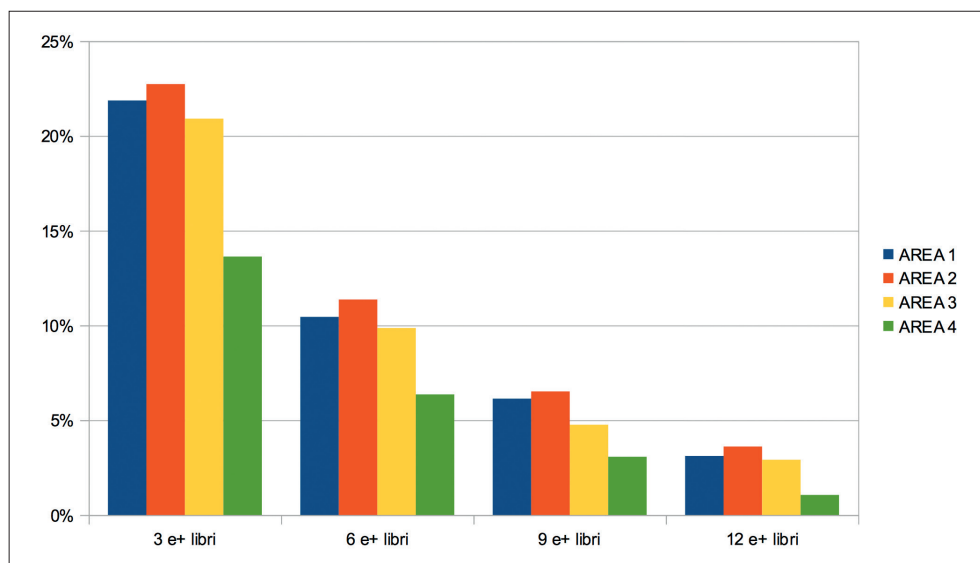
*Fig. 15 - Acquirenti di libri per classe socio-economica, marzo 2013-marzo 2014;
% sul totale acquirenti.*



Elaborazione su dati Nielsen per Cephell.

29. Come precisato nel paragrafo dedicato da Francesca Vannucchi alla metodologia dell'indagine Nielsen, le quattro aree sono così suddivise: area 1 (Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle D'Aosta, area 2 (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto), area 3 (Lazio, Marche, Toscana, Umbria, Sardegna), area 4 (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia).

*Fig. 16 – Acquirenti di libri per aree geografiche, marzo 2013-marzo 2014;
% sul totale acquirenti.*



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

L'ultimo aspetto indagato da Nielsen che consente di esplorare le caratteristiche degli acquirenti di libri riguarda le fasi di vita delle famiglie, che vengono suddivise in 7 gruppi: Pre Family, New Families, Maturing Families, Established Families, Post Families, Older Couples, Older Singles³⁰.

Osservando la Fig. 17 emerge come le famiglie "mature" con figli di diverse età tra 0 e 17 anni, insieme ai single di 55 anni e oltre, sono quelle che esprimono le percentuali più elevate in tutti i cluster di acquirenti, con scarti più consistenti tra gli acquirenti di 3 e più libri; è opportuno rilevare, inoltre, come gli acquirenti di 12 e più libri siano in percentuali più omogenee tra i vari gruppi, a partire dalle famiglie "mature" fino ai single >55 anni.

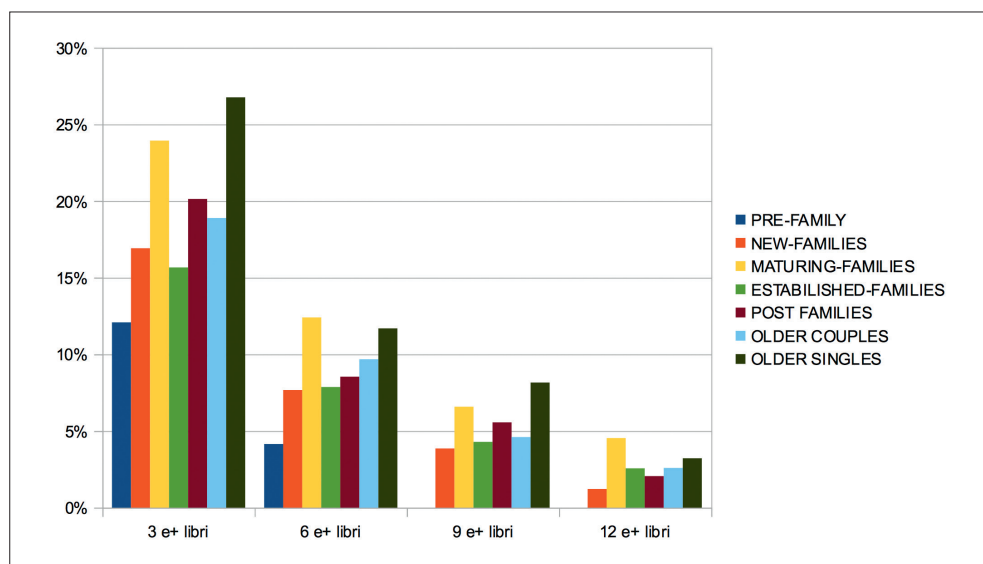
In sintesi, si è delineato con una certa approssimazione un gruppo³¹ di acquirenti di almeno un libro al mese costituito in eguale misura da donne e uomini, con un'età maggiore di 25 anni, più spesso con laurea, con un reddito non sempre sopra la me-

30. Pre Family (single e famiglie sotto i 35 anni, senza figli), New Families (famiglie con figli sotto i 7 anni e senza figli nella fascia d'età 7-17 anni), Maturing Families (famiglie con figli di 0-17 anni ma non tutti sotto i 6 anni non tutti sopra i 10 anni), Established Families (famiglie con figli nella fascia d'età 11-17 anni), Post Families (single e famiglie con età 35-54 anni e nessun figlio di età inferiore ai 18 anni), Older Couples (famiglie con età >55 anni e nessun figlio di età inferiore ai 18 anni), Older Singles (single di età >55 anni).

31. Qui e altrove utilizzo per comodità il termine gruppo, avvertendo che esso fa sempre riferimento a insiemi sottoposti a mutazioni e mescolamenti continui, non a insiemi stabili e definiti una volta per tutte.

dia, geograficamente collocato nelle regioni del nord e del centro Italia (inclusa la Sardegna), frequentemente inserito in una situazione familiare con figli di età diverse. Questo, abbiamo visto in precedenza, pur se esiguo, è l'insieme di acquirenti che ha subito negli ultimi anni una diminuzione (-4% dal 2010 al 2013) tale da produrre perdite sul mercato di proporzioni rilevanti.

*Fig. 17 - Acquirenti di libri per fasi di vita delle famiglie, marzo 2013-marzo 2014;
% sul totale acquirenti.*



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Se è evidente come i cambiamenti nelle abitudini di acquisto di un gruppo relativamente piccolo, che però esprime da solo una percentuale molto consistente degli acquisti, abbiano ripercussioni moltiplicate sul mercato, cercare di comprendere quali siano state le cause di tali cambiamenti, tentando di recuperare gli acquirenti persi in questi ultimi anni, sembrerebbe un obiettivo su cui impegnare risorse e intelligenze, sia dal lato delle imprese, sia da quello delle istituzioni pubbliche.

Oltre alle perdite di quote di mercato, infatti, il venir meno, o anche solo il ridursi (date le percentuali dei lettori in Italia), dell'effetto di traino che un tale insieme di persone è in grado di esercitare, nelle attività professionali, culturali e sociali, rappresenta un danno per l'intero tessuto sociale di un Paese. Basti pensare anche solo alla falcidia degli stessi addetti del settore, per i quali è facile immaginare la collocazione nel gruppo dei forti acquirenti di libri in condizioni occupazionali e socio-economiche stabili ed equamente remunerate, ma che avranno certamente ridimensionato i loro acquisti nella mutata situazione.

Oltre al danno materiale, il cortocircuito è soprattutto simbolico, come questi anni ci hanno insegnato; se "con la cultura non si mangia" diviene in qualche modo giustificabile espellere o dequalificare lavoratori altamente preparati, disincentivare allo studio, producendo effetti a catena dei quali sconteremo i disastri per decenni³². In Italia studiare rende meno che all'estero, scrive Giovanni Solimine:

nel 2011 in media nell'Unione Europea lavorava l'86% dei laureati tra i 25 e i 39 anni, contro il 77% di quanti avevano conseguito un diploma di istruzione secondaria superiore e il 60% dei giovani in possesso di qualifiche inferiori. Da noi, al contrario, studiare è meno conveniente: nella medesima fascia di età 25-39 anni, la probabilità per i laureati di trovare occupazione era pari a quella dei diplomati (73%) e superiore di soli 13 punti percentuali a quella di coloro che avevano conseguito soltanto la licenza media. (...)

Nella percezione generale – che rispecchia però, almeno in un certo senso, anche la realtà dei fatti – l'istruzione e il successo scolastico non costituiscono più l'arma principale per migliorare la propria condizione³³.

Di esempi se ne potrebbero fare a iosa, ma quello dei docenti di ogni ordine e grado merita almeno la menzione, come caso emblematico dello svilimento che la professione ha subito nel corso degli ultimi decenni, sia nella percezione collettiva, sia nelle concrete condizioni di lavoro e retributive.

Si produce così il perverso circolo che conduce al dato rilevato dall'Istat per il 2013, dove tra i non lettori troviamo circa il 23% di laureati e circa il 39% di dirigenti, imprenditori e liberi professionisti.

Tornando alle questioni che più competono questa analisi, si può ancora tentare di ricavare qualche indicazione dai dati Nielsen in merito ai cambiamenti intervenuti in questo gruppo di forti acquirenti.

Tra le questioni indagate da Nielsen vi sono i comportamenti di acquisto relativi ai prezzi dei libri. Purtroppo, i dati non consentono di disaggregare le risposte relative ai diversi gruppi di acquirenti, il grafico in Fig. 18 rappresenta, perciò, l'intero universo degli intervistati, indipendentemente dal numero di libri acquistati nel periodo.

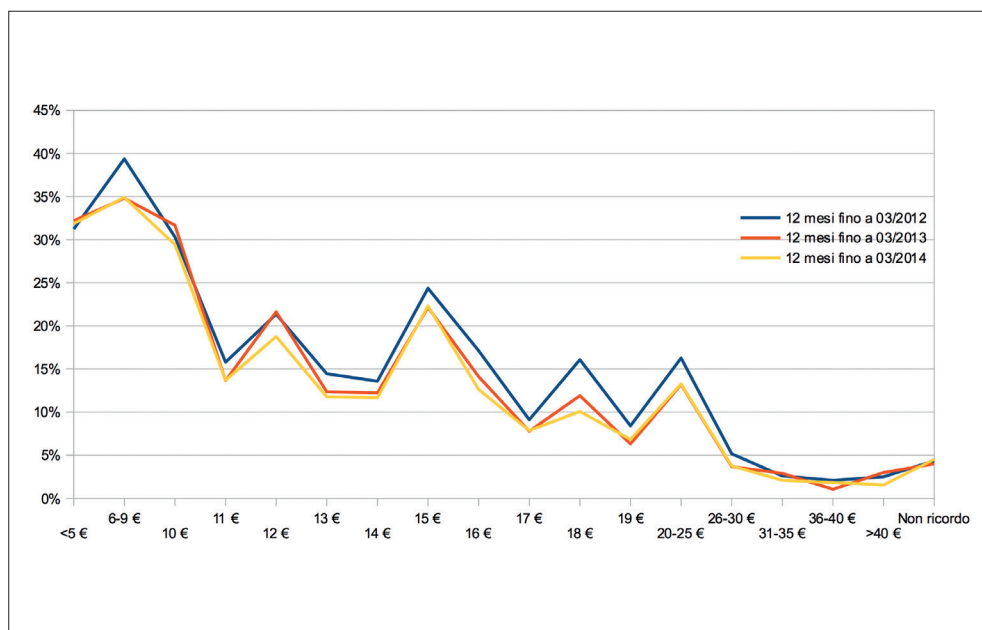
Come si evince dal grafico, i cali più consistenti vi sono stati per i libri con prezzo tra i 6 e i 9 euro e di 18 euro, pur in presenza di quella che appare come una generale diminuzione degli acquisti per ogni fascia di prezzo, anche se variazioni meno consistenti si verificano nelle fasce 31-35, 36-40 e >40 euro.

Sembrerebbe, quindi, che mentre vi è stata una apprezzabile diminuzione negli acquisti di libri con prezzi più bassi, gli acquirenti di opere più costose abbiano in misura maggiore mantenuto le loro abitudini.

32. Da tale punto di vista, certi appelli all'autoimprenditorialità e al "mettersi in gioco" appaiono fuorvianti e retorici nel loro raccontare una storia assai lontana dalla realtà.

33. *Senza sapere, cit.*, p. 14.

Fig. 18 - Acquirenti di libri per prezzi dei libri acquistati (arco di 12 mesi: 03/2011-03/2012, 03/2012-03/2013, 03/2013-03/2014); % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Sembrerebbe, quindi, che mentre vi è stata una apprezzabile diminuzione negli acquisti di libri con prezzi più bassi, gli acquirenti di opere più costose abbiano in misura maggiore mantenuto le loro abitudini.

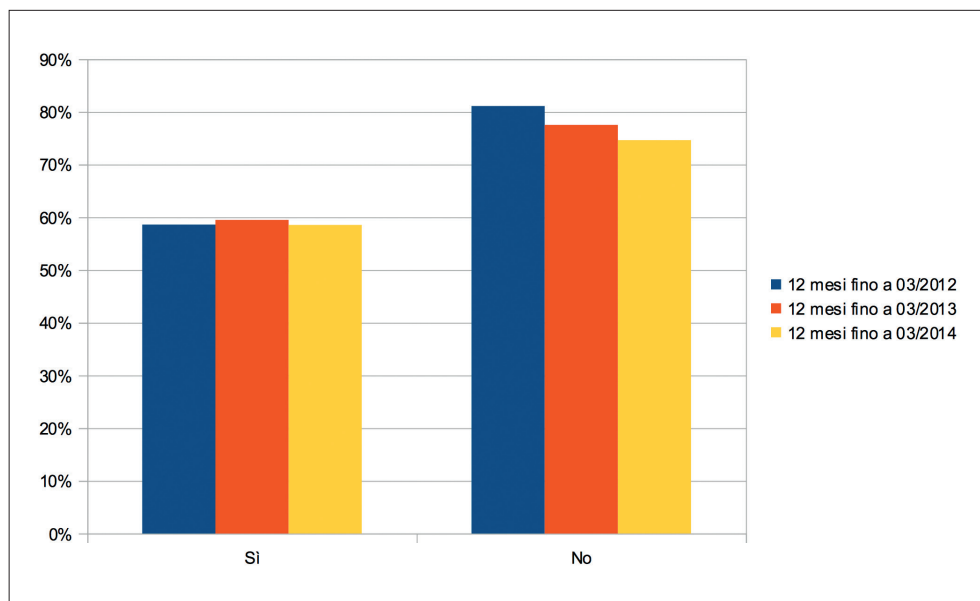
Il ricorso o meno a promozioni nei comportamenti di acquisto, illustrato nella Fig. 19, conferma una sostanziale stabilità, nell'arco dei tre anni presi in esame, tra coloro che sono abituati ad approfittare di tali condizioni (circa il 60% sul totale degli acquirenti), mentre la percentuale di coloro che acquistano in assenza di politiche di sconto diminuisce nel corso del triennio. Ciò è certamente motivato dal fatto che le risposte degli intervistati non si escludevano a vicenda e al registrare comportamenti relativi alle diverse condizioni di sconto in cui i libri erano effettivamente disponibili sul mercato (in uno stesso periodo, il medesimo acquirente, può avere acquistato sia in promozione sia al prezzo originario). Forse, però, questo dato indica anche la presenza di uno zoccolo maggioritario di acquirenti (pur diminuito dall'81 al 75%) che continua ad acquistare indipendentemente dalla presenza di sconti. Purtroppo, ancora una volta, non avere a disposizione i dati grezzi, impedisce di attribuire gli uni o gli altri comportamenti a specifici cluster di acquirenti e la necessità di estrapolare dati omogenei tra loro, prendendo in esame il consueto triennio marzo 2011-marzo - marzo 2014, non consente di rilevare separatamente

i dati relativi al 2011, anno durante il quale (per la precisione il 1° settembre 2011) è entrata in vigore la Legge Levi³⁴.

Vale comunque la pena aggiungere che, dal lato dell'offerta, il prezzo medio dei libri è diminuito, tra il 2010 e il 2014, di circa il 20% (sia attraverso le politiche di sconto, sia tramite l'ingresso nel mercato degli ebook) e che tale diminuzione ha certamente influito sulla perdita di valore del fatturato.

È possibile evidenziare che, nel periodo marzo 2013-marzo 2014, hanno più spesso acquistato volumi in promozione le donne, le persone di 20-24 e 35-44 anni, i gruppi con titolo di studio dalla licenza media alla laurea (con l'unica esclusione, quindi, delle persone con licenza elementare), le famiglie mature (famiglie con figli di 0-17 anni ma non tutti sotto i 6 anni e non tutti sopra i 10 anni) e le post-famiglie (single e famiglie con età 35-54 anni e nessun figlio di età inferiore ai 18 anni).

Fig. 19 - Acquirenti di libri sottoposti a promozioni (arco di 12 mesi: 03/2011-03/2012, 03/2012-03/2013, 03/2013-03/2014); % sul totale acquirenti.

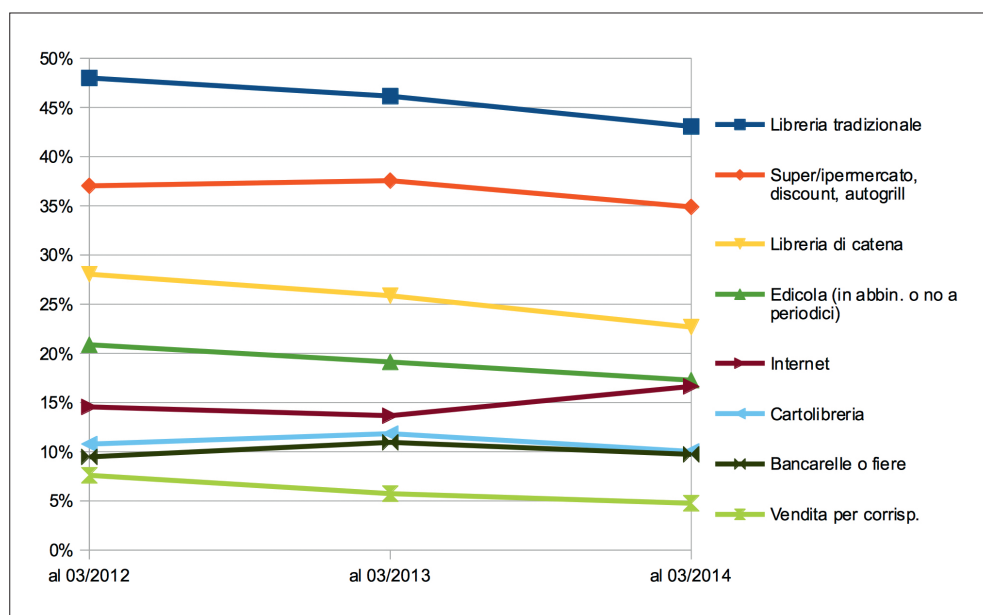


Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

34. Senza ulteriormente tornare sugli effetti, quanto meno contraddittori, prodotti dall'applicazione della legge 128/2011, si rinvia a Roncaglia (*L'editoria fra cartaceo e digitale*, cit., pp. 6-9) per le osservazioni tuttora valide sull'entrata in vigore della legge e le ragioni della sua relativa inefficacia, o addirittura del suo generare effetti opposti a quelli desiderati: "Mi limito a rilevare che in un momento di forte crisi economica, quando si sarebbe dovuta semmai sottolineare la capacità del libro di assicurare una soddisfazione protratta in cambio di una spesa relativamente bassa, si è invece finito per far percepire il libro come un bene costoso (...). Non è vero, ma tant'è" (*Ivi*, p. 9).

Relativamente ai canali di acquisto, la Fig 20 evidenzia alcuni dei processi già ampiamente descritti e commentati in altre sedi³⁵. Le librerie, tradizionali e appartenenti a catene, perdono nel triennio circa il 5% di acquirenti (rispettivamente, dal 48 al 43% e dal 28 al 23%), i punti vendita di super e ipermercati, discount e autogrill perdono circa il 2% di acquirenti (dal 37 al 35%), le edicole perdono circa il 4% (dal 21 al 17%) e la vendita per corrispondenza circa il 3% (dall'8 al 5%). Gli acquisti nelle cartolibrerie, nelle bancarelle o in occasione di fiere restano sostanzialmente stabili intorno al 10% e gli acquisti attraverso internet salgono di circa il 2% (dal 15 al 17%).

Fig. 20 - Acquirenti di libri e canali di acquisto (arco di 12 mesi: 03/2011-03/2012, 03/2012-03/2013, 03/2013-03/2014); % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

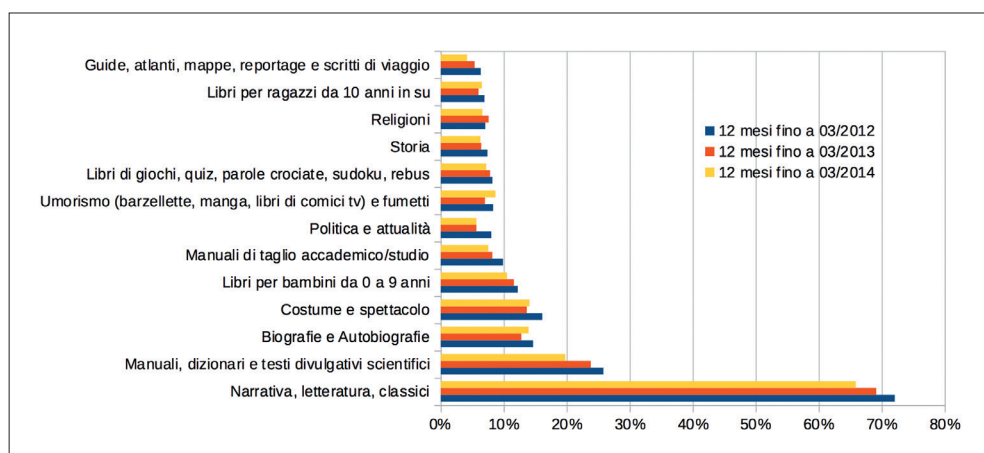
Può essere interessante rilevare che, nei 12 mesi fino a marzo 2014, le donne hanno acquistato più degli uomini in tutti i canali, salvo che nelle edicole e su Internet. Nelle edicole hanno acquistato soprattutto persone dai 55 anni e oltre e su Internet soprattutto i 20-24enni. L'acquisto attraverso Internet è maggiormente diffuso nelle regioni dell'area 3 (Lazio, Marche, Toscana, Umbria, Sardegna) e l'acquisto negli iper e supermercati è più diffuso nell'area 1 (Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle D'Aosta).

35. I già citati *L'Italia dei libri* e i *Rapporti* curati dall'Aie.

I laureati ricorrono più spesso agli acquisti su Internet, mentre le persone con la licenza elementare acquistano più frequentemente in edicola e in cartolibreria, gli acquisti presso super e ipermercati avvengono in misura quasi eguale indipendentemente dal titolo di studio. Le condizioni del reddito familiare sembrano segnalare scostamenti minimi nella scelta del luogo dove vengono acquistati i libri, così come le differenze di composizione familiare, salvo confermare la preferenza generalizzata verso la libreria (tradizionale e di catena).

L'articolazione degli acquisti mostra, nell'arco del triennio 2012-2014, una generale diminuzione per tutti i generi dei libri acquistati (Fig. 21 e Fig. 22), a eccezione dei libri umoristici (che aumentano, seppur di un solo punto percentuale) e dei libri per ragazzi che nel 2014 ritornano alla percentuale del 2012.

Fig. 21 - Acquirenti di libri e generi (arco di 12 mesi: 03/2011-03/2012, 03/2012-03/2013, 03/2013-03/2014); % sul totale acquirenti.

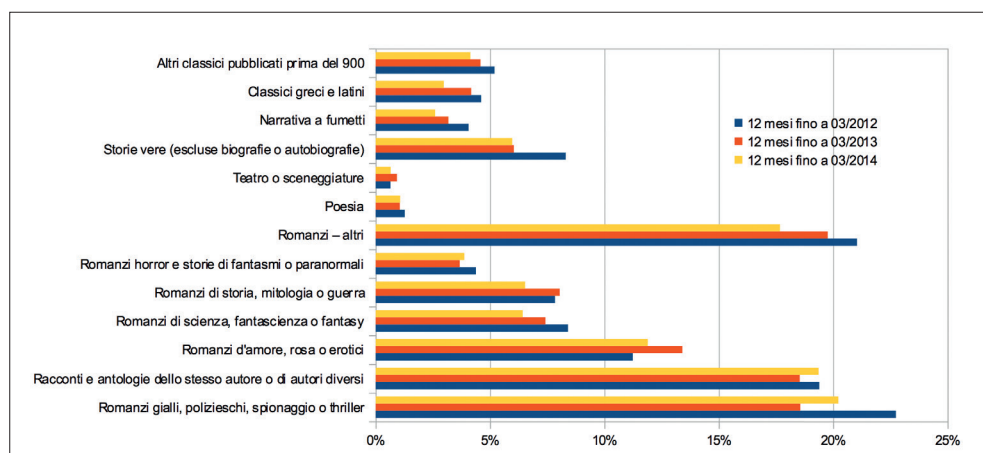


Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Nell'arco dei 12 mesi da marzo 2013 a marzo 2014, le donne hanno acquistato più degli uomini nei seguenti generi: romanzi d'amore, rosa o erotici, racconti e antologie dello stesso autore o di autori diversi, storie vere (escluse biografie o autobiografie), religioni, manuali e testi divulgativi e dizionari; sono inoltre le fondamentali acquirenti dei libri per bambini e per ragazzi. Gli uomini hanno acquistato più libri umoristici, guide, atlanti, mappe, reportage e scritti di viaggio, romanzi di scienza, fantascienza o fantasy, libri di costume e manuali di taglio accademico/studio.

Narrativa e letteratura sono i generi più acquistati da tutte le fasce d'età, seguiti dalle biografie e autobiografie (più lette dai >55 anni), dai testi divulgativi (a partire dai 25 anni) e dai testi accademici o dedicati allo studio (acquistati prevalentemente tra i 20 e i 34 anni).

Fig. 22 - Acquirenti di libri e generi – narrativa e letteratura (arco di 12 mesi: 03/2011-03/2012, 03/2012-03/2013, 03/2013-03/2014); % sul totale acquirenti.



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

I libri di narrativa e la letteratura sono stati acquistati meno nelle regioni dell'area 4³⁶ mentre i testi accademici o dedicati allo studio sono meno acquistati nell'area 1³⁷; una differenza percentuale rilevante riguarda i libri per ragazzi (dai 10 anni in su) che nell'area 4 sono acquistati nella misura del 3% (area 1 e area 3³⁸: 8%; area 2³⁹: 6%).

Le persone con licenza media acquistano un po' più libri di narrativa, letteratura e biografie, molti più libri di costume e di giochi rispetto a diplomati e laureati. I laureati, oltre ad acquistare più testi accademici o dedicati allo studio, insieme ai diplomati acquistano più libri divulgativi e libri per i bambini. Al crescere del titolo di studio aumentano le percentuali nei generi "più impegnativi" o comunque meno commerciali; per esempio, gli acquisti di libri di poesia arrivano al 3% tra i laureati mentre si arrestano all'1% tra diplomati e persone con licenza media.

Le condizioni reddituali delle famiglie sembrano agire relativamente poco in rapporto ai generi di libri acquistati, così come le preferenze nei generi di libri sembrano confermare le condizioni di vita familiari (presenza di bambini e ragazzi, età dedicate allo studio, ecc.).

Quindi, al profilo già tratteggiato⁴⁰, potremmo aggiungere qualche ulteriore tassello utile a delineare le caratteristiche di questo insieme di forti acquirenti di libri, sulla base del peso espresso in termini di copie acquistate sul totale.

36. Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia.

37. Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle D'Aosta.

38. Lazio, Marche, Toscana, Umbria, Sardegna.

39. Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto.

40. Donne e uomini in eguale misura, con 25 anni o più, più spesso con laurea e un reddito non sempre sopra la media, collocato nelle regioni del nord e del centro Italia (inclusa la Sardegna), spesso con famiglia e figli.

Si può probabilmente inferire che essendo diminuiti maggiormente gli acquisti per fasce di prezzo più basse, questi siano stati ridotti anche dal gruppo dei forti acquirenti, i quali dovrebbero aver mantenuto più stabili gli acquisti di libri con fasce di prezzo più elevate; sembrerebbe anche (vedi sopra) che i forti acquirenti non siano tra i gruppi abituati a fare più frequentemente ricorso alle promozioni sul prezzo, prediligendo probabilmente la qualità dei libri alla convenienza del prezzo. Quanto al luogo dove più spesso questo gruppo ha effettuato gli acquisti, dovrebbe trattarsi prevalentemente della libreria (tradizionale o di catena), mentre tra i forti acquirenti laureati va diffondendosi in maggior misura l'acquisto attraverso Internet. Si tratta, inoltre, di un gruppo i cui gusti sembrano estendersi in maniera piuttosto ampia tra i vari generi, anche se, probabilmente, sono concentrati tra loro i maggiori acquisti di testi accademici e di studio e quelli divulgativi; sono un gruppo che, oltre ad acquistare per sé, investe più degli altri anche in libri per i bambini.

Questo insieme di persone, non rigido e soggetto a mutazioni e rimescolamenti, è anche quello che dedica tempo e risorse a molteplici attività ed esperienze⁴¹, dalla lettura alla musica, dal cinema alla partecipazione alla vita sociale (on e off line). Ferretti indicava con chiarezza lo scenario:

restano (...) dislivelli di condizione sociale e culturale che mantengono la differenza e distinzione tra lettura e non lettura, tra cultura e subcultura, tra una pluralità di esperienze (lettura di libri e giornali, frequentazione di spettacoli, vita di relazione, internet, e *anche* televisione) e un consumo prevalentemente o esclusivamente televisivo. Dislivelli che tendono anzi ad approfondirsi e a rendere sempre più difficile se non impossibile un passaggio dalla non-lettura alla lettura, dalla lettura occasionale alla lettura abituale, o dalla lettura subalterna alla lettura di *qualità*. Dove non c'è più una coincidenza tra la discriminante sociale, economica, e quella scolastica, intellettuale; dove in sostanza a una ottima o buona condizione professionale, finanziaria, possono anche corrispondere interessi culturali medio-bassi, bassi o addirittura inesistenti⁴².

Ribadendo come alcuni comportamenti, incluso l'acquisto di libri, siano relativamente indipendenti dal possedere risorse economiche medie e medio-alte; cosa che, nella nostra analisi, anche la Fig. 15 aveva mostrato con chiarezza.

Allora dovrebbero essere indagate con maggiore approfondimento le cause che hanno visto ridursi gli acquirenti di 12 e più libri, cercando di capire se, oltre a quanto già accennato in precedenza, siano intervenuti fattori specifici legati alla offerta editoriale – o, più in generale, ai contenuti culturali – che possano avere indotto queste persone verso altre scelte.

41. L'Osservatorio dei contenuti digitali aveva iniziato a monitorare le abitudini relative a diversi consumi culturali dal 2007, producendo Report annuali che avevano evidenziato con precisione tale andamento.

42. Gian Carlo Ferretti, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004, pp. 329-330, corsivi dell'autore.

Questo insieme di persone, come abbiamo visto, interessato alla qualità delle pubblicazioni, orientato verso molteplici tipologie di testi, inclusi quelli dedicati allo studio e alla divulgazione, alla poesia o a generi letterari meno commerciali, ha trovato una risposta adeguata nell'offerta editoriale delle case editrici?

Sembrerebbe di no, se osserviamo come, sul piano della proposta, le strategie più diffusamente adottate dalle case editrici (in particolare dai grandi gruppi editoriali), abbiano visto premiare le iniziative estemporanee, una progressiva minore attenzione alla costruzione del catalogo, una minore attenzione alla innovazione nella scrittura e nei generi, una serialità spesso portata all'eccesso e la riproposizione del medesimo soggetto in mille sfumature... In generale, una meno eterogenea offerta in termini di autori, argomenti, lingue da cui si traduce (i titoli tradotti sono passati, dal 23-24% del 2002/03 al 17-18% del 2013⁴³), con il risultato di mortificare le attese di lettori e acquirenti più esigenti, e senza produrre i desiderati effetti di ampliamento del numero dei lettori/acquirenti deboli. Come sottolineava Ferretti:

Si può concludere che la strategia delle grandi Case fondata sul rapporto novità stagionale – exploit promozionale – pubblico occasionale – ristrutturazione – gestione, e sulla sostanziale mortificazione di una programmazione lungimirante *di durata* e di catalogo, porta a risultati modesti sia nel fatturato sia nella lettura⁴⁴.

Il penultimo Rapporto Aie⁴⁵, analizzando dettagliatamente le caratteristiche della produzione, riassume nella Fig. 23 le fluttuazioni relative ai diversi settori relativi alla varia (esclusi, quindi, i libri scolastici). Tra il 2012 e il 2013 la produzione di nuovi titoli diminuisce in tutti i settori a esclusione della fiction (che cresce di circa il 6%). In particolare, diminuisce sensibilmente la produzione di non-fiction specialistica (con quasi il -13% che si aggrava di un ulteriore -12% tra 2013 e 2014⁴⁶), ma cala tutta la non-fiction che, come abbiamo visto in precedenza, è uno degli ambiti in cui si sviluppa una rilevante porzione di acquisti dei forti e fortissimi acquirenti. Come sottolinea anche il Rapporto Aie, nel giro di quattro anni la non fiction specialistica passa da circa il 25% al 20,8%, la non fiction generale dal 28,2 al 27%, la non fiction pratica raggiunge appena il 10,4% nel 2014.

A questa riduzione nella produzione dedicata alla non-fiction non può certamente essere attribuito tutto il relativo calo degli acquisti, ma una relazione tra i due dati sembra indiscutibile. Inoltre, vale la pena rilevare come un settore che a livello globale mantiene le sue posizioni, in Italia venga invece sensibilmente ridimensionato. Va anche sottolineato come, soprattutto nei testi specialistici, sia sempre più frequente il ricorso a fonti di conoscenza diverse dai libri. Ma qui si apre un capitolo che merita una trattazione separata e riguarda l'evoluzione dei mercati digitali.

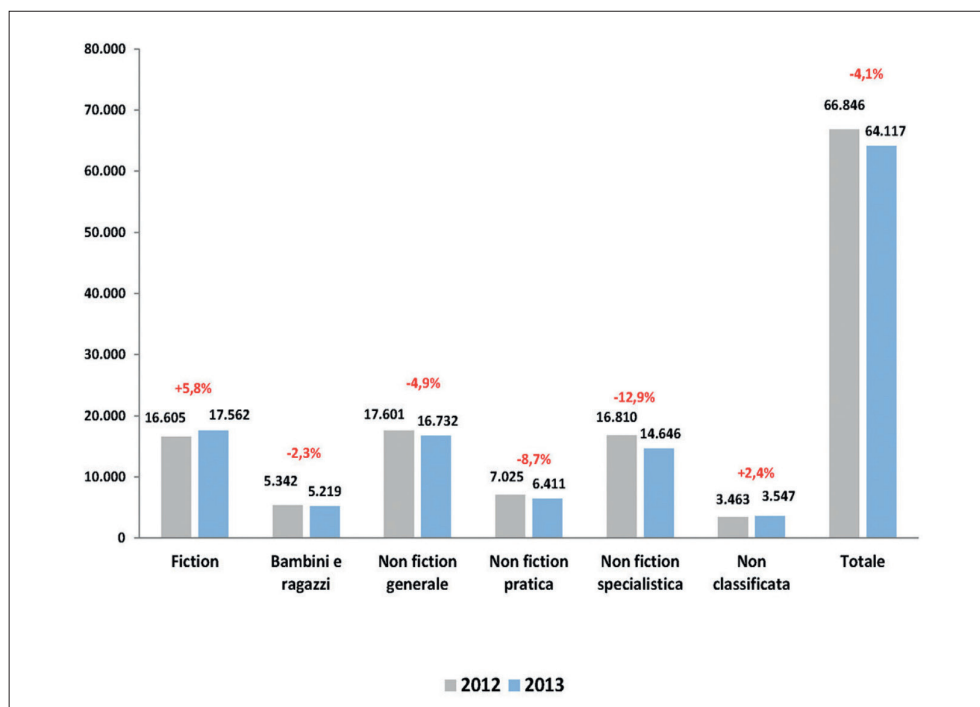
43. *Produzione e lettura...*, cit., pp. 11-12.

44. *Storia dell'editoria letteraria in Italia*, cit., p. 324, corsivo dell'autore.

45. *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, cit., pp. 22-39.

46. *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2015*, p. 17.

Fig. 23 – Andamento della produzione di libri (novità e nuove edizioni): 2012-2013. Valori in numero di titoli e in %.



Fonte: Aie, Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014, p. 23.

4. Mercati digitali: non solo ebook

Gran parte delle indagini su lettura e acquisto dei libri, quando rilevano anche gli andamenti delle vendite di edizioni digitali, quasi sempre fanno riferimento, se non esclusivamente, in maniera prevalente agli ebook; a tipologie di testi che, pur se realizzati e commercializzati in formati digitali, "somigliano", o costituiscono una versione digitale del loro omonimo cartaceo.

Da un lato questo dipende dall'essere in certa misura più riconoscibili e monitorabili oggetti che rinviano a forme familiari nell'immaginario e negli usi collettivi. Da un altro lato, l'iniziativa di grandi operatori dei mercati digitali, attraverso la parallela commercializzazione di specifici supporti per la lettura, ha determinato la penetrazione e il successo degli ebook, consentendone anche una identificazione più chiara per gli analisti delle vendite.

Questi due fattori, però, non dovrebbero distogliere l'attenzione da una ricerca circa le più ampie modificazioni riguardanti i formati digitali dei testi che vanno diffondendosi tra i lettori, in particolare di quelle tipologie di testi che abbiamo visto essere tra i più richiesti e frequentati da lettori e acquirenti forti.

Merita una riflessione, a titolo esemplificativo, ciò che sta accadendo alle pubblicazioni scientifiche, integrando le considerazioni cui si accennava all'inizio di questo saggio. Procedendo anche qui per punti, sembra possibile individuare alcuni elementi:

- sempre più frequentemente la sede primaria (e a volte unica), di pubblicazione di saggi risultato della ricerca avviene presso una delle riviste accreditate in ambito scientifico e accademico anche a causa del migliore inserimento che queste pubblicazioni consentono nei meccanismi della valutazione accademica;
- le riviste in cui avviene la pubblicazione sono, in una parte cospicua, editate da grandi gruppi editoriali internazionali e la lingua in cui avviene la pubblicazione è frequentemente quella inglese;
- tali riviste sono sempre più spesso disponibili nel solo formato elettronico (in qualche caso con soluzioni di stampa su richiesta) e il costo del download per articoli, interi fascicoli o per l'abbonamento annuo è di frequente elevato.

Tali caratteristiche producono come conseguenze alcuni altri fenomeni cui in parte si è accennato nelle prime pagine di questo saggio. In primo luogo, la pubblicazione di un saggio richiede tempi mediamente meno lunghi rispetto a testi più estesi e, soprattutto, consente una più rapida visibilità e "spendibilità" nelle procedure di valutazione e di calcolo del ranking sia per gli autori sia per l'istituzione di appartenenza⁴⁷, anche grazie al processo di peer review che in genere regola la pubblicazione su tali riviste, costituendo una garanzia di qualità delle ricerche⁴⁸. Ciò determina spesso il rinvio o la rinuncia a cercare come esito una pubblicazione più estesa, su carta e/o digitale, che ne ampli e riprongonga il contenuto e contribuisce a spostare una serie di funzioni, anche di tipo editoriale, nelle mani degli autori/ricercatori.

Ruoli e funzioni degli editori, in questi casi, si trasformano profondamente: sostanzialmente venendo meno le operazioni di selezione, essi fungono da supporto organizzativo perché funzionino efficacemente comitati editoriali e scientifici, redazioni, processo di revisione e pubblicazione. L'uso delle tecnologie digitali ha consentito di automatizzare e rendere più economiche tali funzioni, svolte per lo più attraverso l'accesso a piattaforme presso le quali gli autori depositano i file per la valutazione, i revisori li esaminano e il testo approvato viene nuovamente rilasciato dall'autore nella sua forma pressoché definitiva. All'editore spettano poi i compiti relativi alla messa on line (ed eventuale stampa, ove richiesto), alla distribuzione e commercializzazione della rivista.

47. Non è questo il luogo per soffermarsi sugli aspetti, anche molto perversi, di funzionamento e applicazione di tali modalità di valutazione della ricerca; un efficace riassunto di quanto sta avvenendo lo si può trovare nell'articolo *Vi spiego il doping delle classifiche degli atenei. Intervista a Giuseppe De Nicolao*, pubblicato su «Roars» il 13 novembre 2015 (<http://www.roars.it/online/vi-spiego-il-doping-delle-classifiche-degli-atenei-intervista-a-giuseppe-de-nicolao/>).

48. Anche il sistema della revisione paritaria non è privo di ombre e difetti, ma tra i ricercatori si sono diffuse forme di controllo e verifica; si veda per esempio, l'articolo di Cat Ferguson, Adam Marcus e Ivan Oransky *Publishing: The peer-review scam*, pubblicato su «Nature», vol. 515 del 27 novembre 2014, e reperibile on line all'indirizzo: <http://www.nature.com/news/publishing-the-peer-review-scam-1.16400>.

Come si è evidenziato nel primo paragrafo, i più importanti gruppi editoriali internazionali sono tali anche in ragione della loro leadership in questo ambito. Si pensi, per esempio, a editori come Elsevier⁴⁹ e Springer⁵⁰, entrambi editori di oltre 2.500 riviste, Wiley Blackwell con oltre 1.500 riviste⁵¹, Pearson⁵², Wolters Kluwer⁵³, e gli altri grandi gruppi che offrono l'accesso ai loro grandi archivi di materiali didattici, scientifici e professionali o agli strumenti dedicati all'e-learning e alla formazione continua.

Una delle caratteristiche dei modelli economici applicati da questi grandi operatori del settore è di rendere assai esoso l'accesso a una singola risorsa (sia essa un articolo, un fascicolo, ecc.), e di promuovere invece, presso biblioteche, università ed enti interessati, la sottoscrizione di abbonamenti annuali o pluriennali per pacchetti di accesso multiutente a un insieme di servizi e risorse. Anche i costi di tali pacchetti sono estremamente elevati (e sono estremamente cresciuti nel corso degli ultimi anni), tanto che biblioteche, università e centri di ricerca sono a volte costretti a rinunciare di sottoscriverli, non potendo quindi offrire ai propri iscritti l'accesso a tali fonti di documentazione e ricerca.

Si tratta di modelli che sfruttano con grande abilità le potenzialità offerte dalle tecnologie digitali⁵⁴, raccogliendo, archiviando, pubblicando enormi quantità di materiali dedicati alla ricerca a costi estremamente bassi⁵⁵ e riproponendoli, dopo averli fatti propri grazie alle normative sul copyright, per la vendita e gli abbonamenti: in sostanza, un bene abbondante e non rivale come la conoscenza, prodotto in gran parte grazie alle risorse pubbliche, viene artificialmente mutato in scarso ed esclusivo a causa del costo per accedervi⁵⁶. Tale paradosso, che ha determinato prese di posizione e boicottaggi da parte di molti scienziati e ricercatori, ha condotto all'affermarsi delle iniziative per l'Accesso Aperto che – pur lentamente – stanno radicandosi anche in Italia.

49. <https://www.elsevier.com/journals/title/a>.

50. <http://www.springer.com/it/products/journals>.

51. <http://onlinelibrary.wiley.com/browse/publications?type=journal&activeLetter=>.

52. <https://www.pearson.com/>.

53. <http://wolterskluwer.com/>.

54. Il noto modello della coda lunga, tipico di mercati digitali maturi, individuato da Chris Anderson (*La coda lunga*, Torino, Codice Edizioni, 2006; titolo originale *The Long Tail*, New York, Hyperion, 2006).

55. Raramente gli autori e i revisori percepiscono compensi dagli editori per il loro lavoro.

56. Citando le parole iniziali della Budapest Open Access Initiative: "Un'antica tradizione e una nuova tecnologia sono confluite per dar vita a un bene pubblico senza precedenti. L'antica tradizione è la scelta degli scienziati e degli studiosi di pubblicare gratuitamente i frutti delle loro ricerche in riviste scientifiche, per amore della ricerca e della conoscenza. La nuova tecnologia è Internet. Il bene pubblico che hanno reso possibile è la diffusione mondiale in formato elettronico della letteratura scientifica peer-reviewed e l'accesso ad essa completamente gratuito e senza restrizioni per tutti gli scienziati, studiosi, insegnanti, studenti, e per ogni mente curiosa. Rimuovere le barriere di accesso a tale letteratura produrrà accelerazione nella ricerca, arricchirà l'istruzione, consentirà di condividere la conoscenza del ricco con il povero e del povero con il ricco, permetterà di utilizzare al meglio i risultati e porrà le fondamenta per unire l'umanità in una conversazione intellettuale comune e in una comune ricerca di conoscenza" (<http://www.budapestopenaccessinitiative.org/translations/italian-translation>). Si veda anche, per un panorama più ampio, il fondamentale lavoro di Charlotte Hess e Elinor Ostrom, *La conoscenza come bene comune*, Milano, Bruno Mondadori, 2009; titolo originale *Understanding Knowledge as a Commons*, Cambridge (MA), London, (UK), Mit Press, 2006.

Senza soffermarsi oltre sugli interessanti e controversi cambiamenti nella produzione e diffusione delle pubblicazioni scientifiche⁵⁷, va sottolineato come questo settore del mercato sia in crescita in molti Paesi, tanto in termini di offerta quanto di valori che esprime⁵⁸ e che tale crescita sia almeno in parte da attribuire alla diversificazione dei prodotti e dei servizi avviata dalle imprese editoriali operanti nel settore, a partire da una ampia ed esperta utilizzazione delle tecnologie digitali.

Ciò nonostante, le indagini alle quali si è fatto finora ampio ricorso per analizzare i comportamenti di lettori e acquirenti, generalmente fanno riferimento ai libri, e quando includono gli ebook, non prendono in esame le altre modalità con cui questi ultimi possono oggi essere letti e "acquistati"⁵⁹ attraverso forme di abbonamento e di fruizione diverse; si continua a considerare il libro (o l'ebook come prodotto, non come servizio) l'oggetto fondamentale attraverso il quale misurare i comportamenti delle persone in questo ambito. Approntare indagini adeguate a rilevare abitudini in corso di profonde trasformazioni sembra essere non rinviabile se si vuole evitare il rischio di considerare non lettori o lettori deboli persone che potrebbero invece semplicemente dedicarsi a forme di lettura diverse da quelle oggetto di indagine.

Non aiutano, per comprendere quanto sta avvenendo, le interpretazioni che attribuiscono il calo dei lettori a un insieme indifferenziato di cause che avrebbe come primo e fondamentale responsabile il diffondersi di contenuti – non solo testuali – attraverso il web. Se da un lato è indiscutibile come una parte cospicua del tempo sia oggi assorbito dalla fruizione di contenuti frammentari e granulari veicolati per lo più attraverso i social network, dall'altro è altrettanto innegabile come il web sia ricco di contenuti sofisticati e complessi al pari dei libri di carta e inchiostro. Occorrerebbe dunque analizzare meglio quanto effettivamente la dieta culturale si sia impoverita⁶⁰, soprattutto tra i giovani; come e perché, come iniziava a evidenziare l'Osservatorio permanente dei contenuti digitali⁶¹ già alla fine del decennio passato, si andasse delineando, in particolare tra le nuove generazioni, un uso di Internet e del web prevalentemente dedicato alla socializzazione, al gioco, al divertimento – dal post su Facebook al video su Youtube al messaggio su Whatsapp. Non solo quindi

57. Per esempio, quanto avviene nell'editoria scientifica sta anche producendo uno spostamento relativamente ai luoghi e alle lingue di pubblicazione, concentrando tra i più prestigiosi editori in lingua inglese e dunque dirottando autori, lettori acquirenti verso tali diversi luoghi.

58. Anche se viene segnalata da più parti la necessaria riduzione dei profitti in tale ambito, in parte come conseguenza dei processi menzionati; si veda, ad esempio, l'articolo di Justin Fox, *Academic Publishing Can't Remain Such a Great Business*, Bloomberg View, 4 novembre 2015, http://www.bloombergvew.com/articles/2015-11-03/academic-publishing-can-t-remain-such-a-great-business?et_mid=796320&rid=240989063.

59. In molti casi non è comunque corretto parlare di acquisto per gli ebook, per i quali, piuttosto, si acquista una licenza d'uso; cfr. Giorgio Spedicato, *Hai il diritto di proprietà sugli ebook?*, in *Kit di sopravvivenza del lettore digitale*, a cura di Tropic del libro e Quinta di copertina, 2013, pp. 66-71, <http://tropicodellibro.it/shop/ebook-tropico/kit-di-sopravvivenza-del-lettore-digitale/>.

60. Oltre al già citato *Senza sapere* di Solimine, fondamentali per comprendere i fenomeni di regressione culturale che interessano la popolazione italiana sono gli studi di Tullio De Mauro; si veda, per esempio, *La cultura degli italiani*, Roma-Bari, Laterza, 2010.

61. L'ultima indagine dell'Osservatorio è del 2009: http://www.univideo.org/cms/view.php?dir_pk=19&cms_pk=964.

sottraendo tempo e attenzione ad altri consumi culturali – dal cinema ai libri alla televisione – ma facendo, anche del web, un uso limitato e scarsamente consapevole della varietà e ricchezza delle risorse raggiungibili tramite Internet.

Non aiutano neppure, tornando ai libri, certe campagne attraverso le quali il libro e la lettura vengono esaltati a prescindere dal loro contenuto, quasi che l'odore della carta o l'eccellente ergonomia di un tascabile mal tradotto e dalla scarsa cura editoriale siano comunque migliori e preferibili rispetto, per esempio, a tante pagine di Wikipedia, a una video-conferenza di Ted⁶² o a una delle tante eccellenti serie tv oggi disponibili attraverso il web. Tanto per i libri quanto per i contenuti digitali, appare necessario spostare l'attenzione dalla quantità alla qualità, ritrovando, in particolare per gli editori, il gusto di porsi domande anche scomode e difficili, che interpellano il rapporto che si intende costruire e mantenere con i lettori, il confronto e la sfida che si possono giocare ponendo in tensione le conoscenze accumulate con le nuove possibilità offerte dalle tecnologie digitali⁶³.

Riprendendo l'analisi dei dati relativi al mercato dei libri digitali, e sottolineando ancora una volta la loro parzialità e inadeguatezza, aggravate dalle difficoltà dovute alla non diffusione dei dati di vendita da parte di Amazon e altre società che operano nel settore, si può comunque tentare di riassumere qualche andamento e delineare alcune tendenze.

Negli Stati Uniti, dopo un anno, il 2013, in cui la crescita del mercato ebook aveva subito una battuta d'arresto, nel 2014 si è nuovamente registrato un aumento del 3,8% nel mercato trade, con un valore di circa il 22% del mercato degli ebook sul totale e 510 milioni di ebook venduti⁶⁴. Da questi dati sono esclusi gli ebook autopubblicati (le cui vendite sono concentrate prevalentemente su Amazon) e quelli venduti attraverso i servizi in abbonamento (che sembrano comunque avere difficoltà a raggiungere il successo registrato da analoghi servizi di grande successo, come Spotify per la musica). La crescita delle vendite di ebook, comunque, non procede più con la progressione iniziale e questo è probabilmente dovuto al raggiungimento di un punto di saturazione del mercato a causa della mancanza di novità nella ricerca e offerta di nuove tecnologie e prodotti.

Nel Regno Unito la crescita del mercato ebook nel 2014 è stata del 6,8% e il settore ebook rappresenta il 17% del totale del mercato⁶⁵. In Francia il valore del mercato ebook ha raggiunto il 6,4% del totale, con una crescita del 53% sull'anno precedente. In Germania gli ebook rappresentano il 4,3% del mercato complessivo⁶⁶.

62. Si veda il ricchissimo indice degli argomenti: <https://www.ted.com/topics>.

63. Si vedano le pungenti osservazioni di Dino Baldi nell'articolo scritto a margine della pubblicazione de *L'impronta dell'editore* di Roberto Calasso (Milano, Adelphi, 2013), *Editori sul lettino dello psicanalista digitale*, «doppiozero», 29 maggio 2013, <http://www.doppiozero.com/materiali/recensioni/editore-sul-lettino-dello-psicanalista-digitale>.

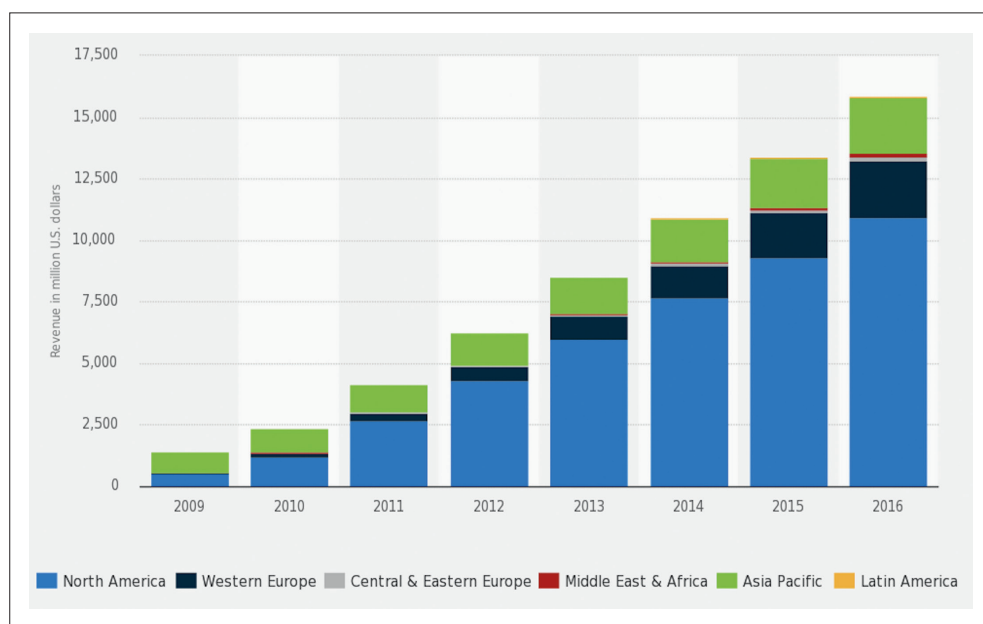
64. Association of American Publishers, 10 giugno 2015, <http://publishers.org/news/us-publishing-industry%E2%80%99s-annual-survey-reveals-28-billion-revenue-2014>.

65. <http://www.thebookseller.com/futurebook/what-we-have-learned-e-books-2014>.

66. *Rapporto sullo stato dell'editoria...2015*, cit., pp. 82-83.

Per avere un quadro generale dell'evoluzione del mercato per gli ebook si veda la Figura 24 che propone una proiezione globale dei ricavi dal 2009 al 2016. La crescita, se si osservano dati relativi a un periodo di qualche anno, continua, se pure con un ritmo non uniforme⁶⁷, ma il dato che appare più interessante è che l'aumento dei valori, soprattutto negli ultimi anni, interessa sempre più anche aree geografiche, come l'Europa Occidentale e alcuni Paesi dell'Asia, inizialmente poco o affatto interessate da questo mercato. Quando si analizzano i dati relativi alla lettura e alla vendita di ebook va ricordato come questi oggetti (anche se le loro prime manifestazioni sul mercato risalgono agli ultimi anni del secolo scorso) siano divenuti a larga diffusione, inizialmente negli Stati Uniti, solo a partire dal lancio delle prime versioni del Kindle da parte di Amazon nel 2007: una storia assai breve, soprattutto se paragonata a quella plurisecolare del libro⁶⁸:

Fig 24 - Mercato degli ebook 2009-2016, per aree geografiche (in milioni di dollari USA).



Fonte: Statista, 2015; per i valori assoluti si veda il grafico interattivo <http://www.statista.com/statistics/280249/global-e-book-revenue-by-region/>.

67. Gino Roncaglia (*Crisi dell'editoria e diffusione del digitale. Parte 2, «doppiozero»*, 20 giugno 2014, <http://www.doppiozero.com/materiali/editoria-digitale/crisi-dell-editoria-e-diffusione-del-digitale>) parla, in proposito, di una crescita "a scalini" ma forse, quando saremo in grado di ricostruire dati storici di più lunga durata, gli scalini appariranno meno apprezzabili.

68. Anche se è noto che le tecnologie digitali hanno impresso una velocità alle innovazioni mai prima sperimentata, come empiricamente dimostrato dalla cosiddetta legge di Moore (https://it.wikipedia.org/wiki/Legge_di_Moore).

L'accelerazione dei cambiamenti (...) dà le vertigini: dalla scrittura al codice, 4200 anni; dal codice ai caratteri mobili, 1250; dai caratteri mobili a Internet, 524 anni; da Internet ai motori di ricerca 17 anni; dai motori di ricerca al *relevance ranking* algoritmico di Google, 7 anni⁶⁹.

Questa profondità storica della storia del libro rende più comprensibile il fatto che gli ebook e gli strumenti dedicati alla loro lettura attualmente in commercio, da molti punti di vista, siano ancora oggetti relativamente grossolani e bisognosi di miglioramenti, tanto dal punto di vista tecnico, quanto negli aspetti che riguardano la possibilità di integrare al loro interno alcune delle funzioni che rendono il libro di carta uno strumento per leggere ancora così efficace.

Relativamente ai dati italiani, l'indagine di Nielsen per il Cepell mette in evidenza, anzitutto, i valori ancora estremamente bassi di penetrazione degli ebook nel mercato: meno del 4% è il valore rappresentato dagli ebook sul totale. Anche a causa di tali basse percentuali, è estremamente difficile scorporare, all'interno di tale percentuale, comportamenti di acquisto di gruppi più o meno definiti di acquirenti, difficoltà accentuata dalla grande differenza esistente tra il numero dei lettori (circa 5 milioni⁷⁰), quasi il doppio rispetto agli acquirenti di ebook. In ogni caso, il settore libri digitali è in Italia, ben lontano dall'avvicinarsi a compensare, come in parte sta avvenendo in altri mercati editoriali, le perdite del mercato dei libri di carta.

Rinviando alle analisi più generali contenute nei già citati *L'Italia dei libri* a cura del Cepell, ai *Rapporti* dell'Aie e al saggio di Miria Savioli contenuto in questo fascicolo, ci si soffermerà qui solo su alcuni specifici dati. Ad esempio, a differenza di quanto attestato nel mercato ebook relativo agli Stati Uniti, in Italia, gli acquirenti di ebook si situano in misura maggiore nel gruppo che ha acquistato fino a 5 titoli nell'anno precedente, percentuali molto più basse interessano gli acquirenti forti di 6 ebook e oltre. Negli Stati Uniti, dove il mercato dei libri digitali ha, come abbiamo visto, una molto maggiore penetrazione (in media il 35% degli americani aveva letto un ebook nel 2013⁷¹), gli acquirenti di ebook, pur non rinunciando anche all'acquisto del libro di carta, sono collocati tra i forti acquirenti anche di ebook (anzi, in generale, gli acquirenti di ebook sembrano propendere verso acquisti più frequenti e di numero maggiore rispetto agli acquisti di libri di carta). Inoltre, gli acquirenti di ebook sono presenti in maniera paritaria tra uomini e donne, sono collocati prevalentemente nelle fasce d'età tra i 35-44 anni e 20-24 anni, sono presenti quasi con le stesse percentuali in tutte le aree geografiche individuate da Nielsen⁷², fatta eccezione per

69. Robert Darnton, *Il futuro del libro*, Milano, Adelphi, 2011, p. 45 (titolo originale *The Case for Books. Past, Present, and Future*, New York, PublicAffair, 2009).

70. Come attesta l'Istat relativamente al 2014 nell'indagine *Aspetti della vita quotidiana, I cittadini e il tempo libero*.

71. Kathryn Zickuhr e Lee Rainie, *A snapshot of reading in America in 2013*, Pew Research Center, 16 gennaio 2014, <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/a-snapshot-of-reading-in-america-in-2013/>.

72. Cfr. la nota 29 per la definizione delle aree.

l'area 4, sono presenti in misura progressivamente maggiore tra le persone con titolo di studio più elevato (e praticamente assenti tra le persone con licenza elementare). Infine, aumentano parallelamente al migliorare delle condizioni socio-economiche⁷³ e sono assai più presenti tra le famiglie "mature"⁷⁴. Dati che quindi in gran parte confermano quanto osservato tra gli acquirenti di libri, con alcune variazioni importanti che riguardano: il titolo di studio, più alto tra gli acquirenti di ebook rispetto agli acquirenti di libri; le condizioni socio-economiche, che sembrano maggiormente incidere tra gli acquirenti di ebook (a differenza di quanto approcci semplificati possono indurre a pensare). Variazioni che sembrano dimostrare come il livello culturale e quello socio-economico siano condizioni fondamentali e abilitanti per scegliere e sapere utilizzare le tecnologie digitali. L'acquisto degli ebook, oltre a essere una scelta per molti versi "più responsabile" rispetto a quella dei libri di carta (molti ebook sono disponibili gratuitamente in forma legale e non è particolarmente difficile, per chi sia deciso a farlo, scaricare illegalmente ebook), richiede il preventivo acquisto di uno strumento dedicato alla lettura (foss'anche semplicemente uno smartphone, ma per i lettori forti, più probabilmente, di un e-reader o di un tablet), comportando una spesa ulteriore⁷⁵ rispetto a quelle per acquisti di ebook. Ma al di là del costo, è la capacità di scelta, la conoscenza delle fonti cui approvvigionarsi degli ebook e le modalità più efficaci per leggerli che sembrano ancora essere un patrimonio limitato a pochi, segnatamente coloro che hanno istruzione, competenze tecniche, reddito, in generale una formazione culturale più ampia e articolata.

Alcuni andamenti delle vendite possono essere interessanti, come per esempio il fatto che, a differenza del mercato dei libri di carta, che vede realizzarsi una consistente concentrazione degli acquisti negli ultimi mesi dell'anno, gli acquisti di ebook si situano senza grandi variazioni durante tutti i trimestri (Fig. 25).

Si tratta di un fenomeno ben noto nei mercati digitali e che riguarda la tendenza all'acquisto secondo tempi scelti dai clienti dei negozi on line molto più autonomi di quanto avvenga, nel caso preso in esame, per i libri di carta: essendo molto meno pressanti i vincoli distributivi e informativi decisivi per determinare il successo o meno di libri di carta, le vendite degli ebook possono svolgersi lungo un arco di tempo meno concentrato e più lungo nel tempo⁷⁶. Ciò non esclude che gli ebook siano, anch'essi, soggetti a campagne periodiche di promozione, ma che queste vanno studiate e organizzate nel corso di tempi assai più lunghi rispetto al momento della pubblicazione sfruttando, per esempio, momenti specifici in cui

73. Gli acquirenti *High Affluency* sono oltre il triplo rispetto ai *Low Affluency*; cfr. il commento alla Fig. 15 per le caratteristiche dei vari gruppi.

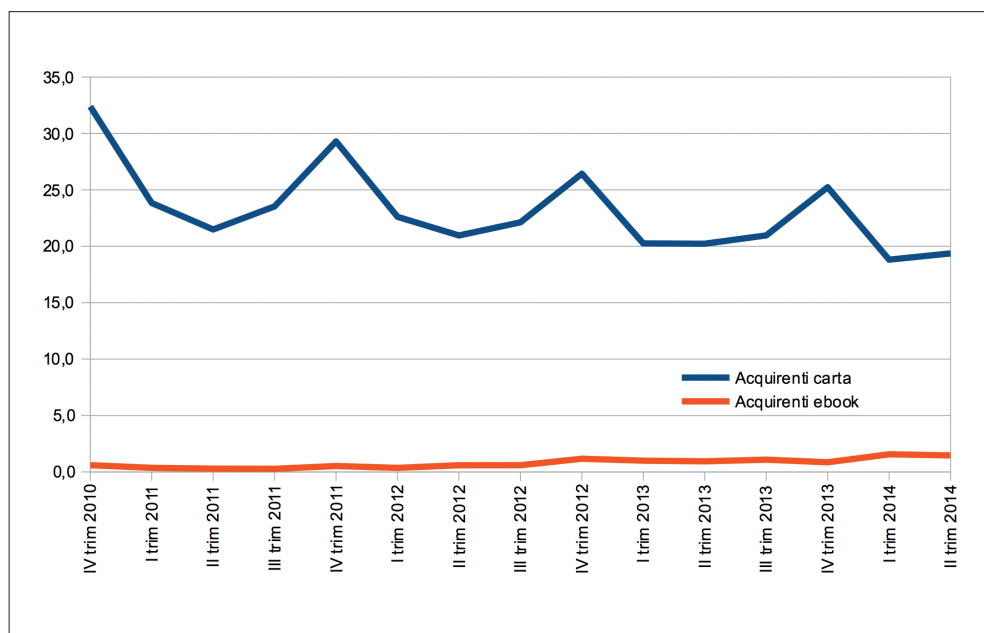
74. Quelle, come abbiamo visto in precedenza (cfr. nota 30), con figli di 0-17 anni ma non tutti sotto i 6 anni non tutti sopra i 10 anni.

75. Nonostante i prezzi di un lettore di ebook a inchiostro elettronico siano oggi attestati, per i modelli base, intorno ai 70 euro: una spesa non particolarmente elevata, soprattutto per forti acquirenti di ebook.

76. Si rinvia, anche in questo caso, alle modalità di manifestazione della *Coda lunga* (cit.).

alcuni argomenti e autori raccolgono maggiore interesse. Da questo punto di vista, il sistema progettato e realizzato da Amazon è oggi privo di rivali, con una varietà di forme promozionali, raccomandazioni e segnalazioni personalizzate che, anche e proprio per la sua pervasività e (spesso perversa) efficacia⁷⁷, andrebbe attentamente studiato dagli editori che investono nella produzione di cataloghi digitali.

Fig. 25 - Acquirenti di libri di carta e di ebook per trimestri (IV trimestre 2010-II trimestre 2014).



Elaborazione su dati Nielsen per Cepell.

Concludendo, si possono evidenziare alcuni aspetti che sembrano caratterizzare il mercato (e la lettura) dei testi digitali anche in Italia e un loro possibile sviluppo.

In primo luogo, una condizione perché si sviluppi un mercato dei testi digitali è che esistano una cultura digitale e un sistema infrastrutturale coerente che metta in condizione le persone di accedere a Internet e alla rete in modo consapevole, sfruttandone i vantaggi, conoscendone i vincoli e imparando a oltrepassarne i limiti

77. Luisa Capelli, *Hai il diritto di comprare gli ebook dove vuoi e al prezzo giusto*, in *Kit di sopravvivenza del lettore digitale*, a cura di Tropicodelibro e Quinta di copertina, 2013, pp. 40-48, <http://tropicodelibro.it/shop/ebook-tropico/kit-di-sopravvivenza-del-lettore-digitale/>.

della superficie⁷⁸. Perché ciò accada un ruolo essenziale spetta alla scuola e al sistema delle biblioteche, che dovranno svolgere sempre più un ruolo di abilitazione culturale all'universo digitale (e non agli aspetti tecnici, che ne costituiscono una minima porzione).

Una seconda questione riguarda la comprensione della specifica fisionomia dei testi digitali, il loro essere cioè svincolati dai supporti sui quali possono essere fruiti. Ciò implica un ripensamento delle forme della loro diffusione e commercializzazione (come ho mostrato per i testi accademici), che non possono più poggiare su un sistema, quello del libro di carta, che vede racchiuso in un medesimo oggetto contenuto e contenitore.

Vi è poi la necessità di affrontare il cambio di paradigma che il digitale ha imposto ai contenuti in termini di gestione e sfruttamento del diritto d'autore e del copyright. Estenuare le normative pensate nel e per il mondo analogico, prolungando oltre ogni misura accettabile i diritti di sfruttamento delle opere, o, peggio, adattandole al contesto digitale adottando sistemi di protezione che scoraggiano e rendono complicato l'uso dei contenuti⁷⁹, si ritorce, nel lungo periodo, anche contro gli interessi delle imprese.

Anche le modalità della competizione nei mercati digitali vanno assumendo aspetti inediti: società che hanno bilanci pari a quelli di Stati, collocate per lo più in paradisi fiscali e che utilizzano Internet come uno strumento per piegare a proprio vantaggio le forme della concorrenza possono essere contrastate sviluppando azioni di governance internazionale che sappiano andare oltre le norme protezionistiche, affrontando, ad esempio, insieme alle questioni fiscali, quelle dei diritti e delle tutele del lavoro⁸⁰.

Infine, vi sono compiti che attengono alla capacità di innovazione delle imprese e che potrebbero imporre ulteriori accelerazioni allo sviluppo di tale mercato: diffusione di formati standard, introduzione di device di nuova concezione, trasferimento di conoscenze (prevalentemente umanistiche) maturate nella filiera tradizionale all'interno delle produzioni digitali, inedite possibilità di relazione tra autori, editori e lettori in gran parte da esplorare⁸¹. Un interrogativo e una sfida importante ri-

78. La spinta degli operatori del settore verso la diffusione delle connessioni mobili e il conseguente accesso attraverso applicazioni chiuse e limitanti, invece, prefigura sistemi a velocità differenziale e un uso generalmente limitante delle risorse della rete.

79. Tra i molti lavori che possono essere indicati sul tema si vedano quelli, fondamentali, di Lawrence Lessig, in particolare *Il futuro delle idee*, Milano, Feltrinelli, 2006 (titolo originale *The future of ideas*, New York, Random House, 2001).

80. La letteratura inizia a essere consistente in proposito; limitandosi ad alcuni lavori si vedano: Collettivo Ippolita, *Luci e ombre di Google*, 2007, <http://www.ippolita.net/libro/luci-e-ombre-di-google>; Jean-Baptiste Malet, *"En Amazonie". Un infiltrato nel "migliore dei mondi"*, Roma, Kogei, 2013 (*En Amazonie. Infiltré dans le « meilleur des mondes*, Paris, Fayard, 2013); Marco Scotti, *Codice Amazon*, Roma, Lantana, 2014; Brad Stone, *Vendere tutto. Jeff Bezos e l'era di Amazon*, Milano, Hoepli, 2013 (titolo originale *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*, London, Random House UK, 2013).

81. Il cosiddetto *social reading* è ancora alle sue prime esperienze.

guardano la possibilità che i testi digitali sappiano corrispondere alla promessa di intertestualità, interoperabilità e convergenza che portano con sé; questioni che interpellano in primo luogo le imprese editoriali, che sono chiamate prima – o almeno contestualmente – alle preoccupazioni relative ai valori del mercato, ad aggiornare i propri ruoli e funzioni per sviluppare ricerca e innovazione in grado di rispondere a tali promesse⁸².

82. Le osservazioni di Sara Lloyd sono in proposito ancora attuali: cfr. *Il Manifesto dell'editore del XXI secolo*, 2008, SimplicissimusBook Farm, <https://simplicissimus.box.net/shared/q6swwhjc40> (titolo originale *A Book Publisher's Manifesto for the Twenty-first Century*, 2008, <http://thedigitalist.net/wp-content/uploads/2008/05/a-book-publishers-manifesto-forthe-21st-century.pdf>). Ma sono di grande stimolo anche le parole con cui Robert Darnton conclude il suo volume (*Il futuro del libro*, cit., p. 258): "Piuttosto che di migliori business plan (non che siano privi d'importanza), abbiamo bisogno di una nuova ecologia, basata sul bene pubblico invece che sul guadagno privato. Può darsi che questa non sia una conclusione soddisfacente; ma non è una risposta al problema della sostenibilità – è un appello a cambiare il sistema".

Educare per leggere. Una riflessione sulla lettura

Francesca Vannucchi

Parlare di libri e di lettura in Italia è un argomento sempre collegato ad attente valutazioni sui motivi della non lettura e sulle possibili strategie in grado di incentivare tale pratica. Disponiamo di una bibliografia cospicua di lavori che analizzano questo tema da differenti punti di vista⁸³. Quello che oggi appare maggiormente urgente è un'attenzione particolare al concetto di educazione alla lettura, che è all'origine di ogni successivo passaggio e azione. Esiste un bisogno che agisce da dentro e che ci spinge a leggere. E tale necessità va stimolata.

Sappiamo bene che leggere amplia il bagaglio della nostra conoscenza e ci consente di acquisire abilità e competenze che possono essere spese utilmente nella quotidianità. Tuttavia, non si legge solo per imparare, ma anche per il piacere di godere di un testo. Ugualmente la lettura di narrativa possiede una ricaduta positiva sull'identità dell'individuo: permette di ottenere una maggiore conoscenza della psiche umana, propria e altrui, accedendo a una migliore comprensione di sé; consente di sviluppare abilità sociali, come l'empatia, giacché la simulazione ripetuta di esperienze derivate dalla lettura di opere narrative porta all'affinamento di processi socio-cognitivi, che a loro volta possono essere utilizzati in contesti esterni alla lettura⁸⁴.

Ma quanti predicano l'influenza benefica del leggere intervengono in una causa che li concerne. "Chi non legge nemmeno scrive, e pertanto le sue argomentazioni non le possiamo sentire - o comunque non le possiamo leggere"⁸⁵. Il rischio che si compie affrontando il problema della non lettura è tendere a collocare automaticamente il lettore in una categoria superiore a quella del non lettore, facendo del libro uno strumento di separazione, anziché di aggregazione e coesione sociale, oltreché di crescita culturale.

Per "spiegare la lettura a chi non legge" è necessario innanzitutto accettare l'esistenza del non lettore, poi le sue motivazioni. Anche il lettore può provare in certe situazioni o in alcune fasi della sua vita il desiderio di non leggere e questo lo porta ad assomigliare al non lettore⁸⁶. Tale circostanza - negativa forse in termini di consumi - è in realtà vantaggiosa: per raggiungere il non lettore e capire le sue motivazioni

83. A questo proposito, tra gli altri, cfr. il lavoro a cura del Forum del Libro, *Esperienze internazionali di promozione della lettura*, «Quaderni di Libri e Riviste d'Italia», n. 65 (2014), Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 2015.

84. James Rall, Paul Harris, *In Cinderella's Slippers? Story Comprehension From the Protagonist's Point View*, in «Developmental Psychology», vol. 36, n. 2, 2000, pp. 202-208, [http://faculty.weber.edu/eamself/Classes/Practicum/Treehouse%20Practicum/Papers/Rall%20et%20Harris%20\(2000\).pdf](http://faculty.weber.edu/eamself/Classes/Practicum/Treehouse%20Practicum/Papers/Rall%20et%20Harris%20(2000).pdf).

85. Olof Lagercrantz, *L'arte di leggere e scrivere*, Genova, Casa Editrice Marietti, 1987, p. 13 (titolo originale: *Om konsten att läsa och skriva*, Stockholm, Svenska, 1985).

86. Luca Ferrieri, *La lettura spiegata a chi non legge*, Milano, Editrice Bibliografica, 2011, pp. 104-107.

bisogna provarle e viverle almeno una volta. E forse non è poi così difficile. Inoltre, è urgente uscire dal moralismo che leggere faccia diventare persone migliori⁸⁷. Per costruire una società corretta sono molti i fattori da mettere in campo. È vero, però, che la lettura permette di ampliare gli orizzonti personali, imparare da esperienze altrui, gestire le avversità con maggiore abilità, poiché amplifica la propria attitudine all'analisi e al ragionamento, utili di fronte alle situazioni critiche.

Il valore morale e pedagogico che il libro porta con sé deriva anche dalla stretta relazione instaurata con l'idea di sapere. Tradizionalmente l'essere umano ha collegato il progresso intellettuale indissolubilmente con la cultura del libro. E questo è vero, ma non solo. Oggi, è evidente, ci troviamo di fronte a numerose varianti di testo, che non sono veicolate unicamente attraverso un libro, cartaceo o elettronico che sia, ma utilizzano differenti supporti. I contenuti, con i loro significati, viaggiano potenti tramite immagini, video o brevi commenti. Le opinioni spesso si formano attraverso i social network, così come l'informazione usa questi canali per essere trasmessa. La grande quantità di messaggi a disposizione ha reso più fragile la struttura del sapere, producendo non di rado una difficoltà a riconoscere i contenuti attendibili. Per essere in grado di operare una distinzione è necessaria una capacità critica che si forma anche sui libri⁸⁸.

Internet ci ha abituato a un consumo veloce di testi, che diventano sempre più brevi e arricchiti di altri contenuti o rimandi a nuovi collegamenti, i cui percorsi sono potenzialmente molteplici. I messaggi circolano attraverso una rete globale, la cui architettura è composta di canali diversi, ognuno dei quali "rielabora, manipola, produce, inventa, propone modelli, testi e opere lavorando sui modelli, i testi e le opere di tutti gli altri canali, nelle forme dei suoi specifici e mobili linguaggi"⁸⁹. L'approccio lento e sistematico, proprio della lettura esclusiva di un libro, sembra risiedere in una dimensione privilegiata, che va cercata, conquistata e mantenuta. E se, come dimostrano gli studi delle neuroscienze, il nostro cervello non è "nato per leggere", ma una sua parte, dedicata ad altre attività, si è adattata nel tempo alla lettura dopo la nascita della scrittura, allo stesso modo qualche passaggio a ritroso potrà effettuarlo qualora non fosse adeguatamente stimolato.

A tale proposito, il neuroscienziato Stanislas Dehaene ci spiega il "paradosso della lettura". I geni non sono evoluti per permettere all'uomo di imparare a leggere. Tuttavia, a prescindere dal metodo di apprendimento e dalla lingua in uso, l'area cerebrale utilizzata per identificare le lettere scritte è la stessa per tutti: la regione occipito-temporale sinistra, sede universale del riconoscimento visivo dei caratteri⁹⁰. La sua

87. Ivi, p. 128.

88. Per un approfondimento su questo tema, cfr. Roberto Casati, *Contro il colonialismo digitale. Istruzioni per continuare a leggere*, Roma-Bari, Edizione Laterza, 2013.

89. Michele Rak, *La letteratura di mediopolis. Divertimento, devianza, simulazione, gioco, fuga, evasione, divieti, conflitto, impulso, piacere*, Bologna, Fausto Lupetti Editore, 2010, p. 7.

90. Kimihiro Nakamura, Manabu Honda, Tomohisa Okada, Takashi Hanakawa, Keiichiro Toma, Hidenao Fukuyama,

posizione precisa può leggermente variare, per ragioni di anatomia cerebrale, ma la forma visiva delle parole è collocata in ogni individuo nel medesimo posto. In seguito, l'informazione è trasmessa, in base al compito, a diverse regioni: quelle implicate nella rappresentazione del suono (regione temporale superiore), dell'articolazione (area motoria e regione precentrale) o del significato (regione frontale inferiore sinistra). Se si legge o si ascolta una parola, le vie di ingresso nella corteccia cambiano, ma l'attività converge verso le stesse aree del linguaggio⁹¹.

Il cervello di un bambino che inizia il percorso scolastico è già preparato per il riconoscimento di lettere e parole, perché il sistema visivo compie spontaneamente operazioni simili a quelle necessarie per l'identificazione delle parole e perché è dotato di un margine di plasticità che gli permette di apprendere nuove forme. Quando l'essere umano impara a leggere una parte di questo sistema si riconverte al riconoscimento invariante di lettere e parole. Tale operazione, spiegata con l'espressione "riciclaggio neuronale", è la speciale attitudine cerebrale di ridefinizione delle funzioni e degli usi dei circuiti preesistenti. In base a questa teoria il cervello è dotato di una grande plasticità, per cui alcune competenze – come il riconoscimento delle parole, la loro comprensione, l'associazione di queste a oggetti o a eventi reali – sono dovute al cablaggio tra alcune aree cerebrali un tempo adibite ad altri scopi⁹².

Un cervello che impara a leggere è un cervello che non sarà più lo stesso. Il suo adattamento alla pratica della lettura mostra, da un lato, le grandi competenze dell'essere umano, dall'altro, ne pone in evidenza i limiti. Se lettori non si nasce, ma si diventa, significa che un ruolo importante nello sviluppo dell'encefalo è svolto tanto dalla componente genetica quanto dalla stimolazione ambientale. L'individuo va definendosi attraverso il costante scambio di esperienze tra il suo organismo e l'ambiente che lo circonda. Esperienze che producono cambiamenti a livello biologico e comportamentale, creando condizioni sempre diverse nelle successive fasi di apprendimento⁹³. E un ambiente favorevole può produrre reazioni di crescita e di miglioramento delle capacità dell'individuo sia durante l'infanzia, epoca in cui la plasmabilità del cervello è elevatissima, ma anche in età adulta, giacché il cervello è ricettivo agli stimoli dell'ambiente esterno.

Intervenire precocemente e con metodi adeguati nell'educazione dell'individuo è un dovere⁹⁴. Già nel grembo materno, quando il cervello inizia il suo sviluppo, la sua

Junji Konishi, Hiroshi Shibasaki, *Participation of the left posterior inferior temporal cortex in writing and mental recall of Kanji orthography: A functional MRI study*, in «Brain», 123 (5), 2000, pp. 954-967.

91. Stanislas Dehaene, *I neuroni della lettura*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2009, pp. 167-169 (titolo originale: *Les Neurones de la lecture*, Parigi, Éditions Odile Jacob, 2007).

92. A questo proposito, oltre al contributo di Stanislas Dehaene, cfr. Maryanne Wolf, *Proust e il Calamardo. Storia e scienza del cervello che legge*, Milano, Vita e Pensiero, 2009 (titolo originale: *Proust and the Squid. The Story and the Science of the Reading Brain*, New York, HarperCollins, 2007).

93. Rosalba Larcán, *Prefazione*, in Roberto Truzzoli, *Sviluppare il pensiero flessibile. Un programma d'intervento*, Roma, Armando, 2002, p. 10.

94. Circa l'importanza dell'educazione alla lettura, tra gli altri, cfr. Aidan Chambers, *Il lettore infinito educare alla lettura tra ragioni ed emozioni*, Modena, Equilibri, 2015.

organizzazione funzionale dimostra una grande plasticità. La corteccia cerebrale ha elevate capacità di adattamento alle influenze ambientali e le connessioni sinaptiche sono il risultato di un processo di maturazione del cervello dell'uomo che avviene in molto tempo, dal feto fino all'essere adulto. Quello che l'individuo rappresenta è in gran parte il risultato di un apprendimento. Si acquisiscono le abilità motorie, le abilità percettive, le abilità sociali, ma anche il sistema dei valori, le attività svolte, la capacità di giudizio; si impara a leggere e a scrivere. L'epigenesi post-natale - "il fenomeno della proliferazione sinaptica che, iniziata a livello embrionale, prosegue dopo il parto con un ritmo rapido e che è tale per cui il numero e il tipo di collegamenti tra cellule nervose vengono progressivamente strutturandosi in base alle stimolazioni sensoriali"⁹⁵ - svolge un ruolo importante nella definizione dell'impronta culturale. E la lettura si iscrive nel cervello in questa fase.

Il cervello, dunque, subisce un rapido sviluppo nei primi anni di vita e la crescita è ancora più rapida precedentemente alla nascita. Fra gli eventi stimolanti che provengono dall'ambiente, di rilievo sono le variabili socio-culturali. Così come nello sviluppo della personalità conta la dimensione cognitiva che consente un adattamento all'ambiente circostante e la capacità anche di modificarlo. Ne deriva una personalità originale: "l'unicità cognitiva, affettiva, linguistica, comportamentale e sociale si viene a determinare sulla base di una soggettiva storia evolutiva"⁹⁶.

In questo affascinante contesto di sviluppo, l'importanza della lettura dei bambini e la loro risposta rispetto a questo atto sono analizzabili anche dal punto di vista quantitativo, attraverso i dati che ci derivano dalle indagini nazionali, che allo stato attuale mostrano una flessione allarmante. Nel 2015 l'Istat ha stimato che il 44% dei bambini di 6-10 anni e il 52% dei ragazzi di 11-14 anni legge almeno un libro in un anno per ragioni diverse da quelle scolastiche. Una porzione superiore alla media nazionale (42%) - e questo ci sembra un dato positivo - ma in calo rispetto agli anni precedenti. Nel 2012 le quote registrate erano, rispettivamente, del 54,3% e del 60,8% (con una media nazionale di lettori pari al 46%)⁹⁷. Inoltre secondo l'Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori su dati Istat nel 2011 il 63,3% di bambini di 2-5 anni "legge, colora, sfoglia libri o albi illustrati tutti i giorni al di fuori dell'orario scolastico"⁹⁸.

Parliamo, quindi, di un gruppo di individui i cui comportamenti dovrebbero essere attentamente analizzati, anche per capire realmente come intervenire di fronte alla preoccupante diminuzione di lettori appartenenti alla giovane età e alla successiva

95. Roberto Truzoli, *Sviluppare il pensiero flessibile. Un programma d'intervento*, cit., p. 19.

96. Ivi, pp. 19-20.

97. Istat, *La lettura in Italia*, Roma 2016, tav. 1, <http://www.istat.it/it/archivio/178337>. A proposito della lettura di bambini e ragazzi, cfr. anche Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, a cura di Giovanni Peresson e Lorenza Biava, Milano, Ediser, 2014; Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2015*, a cura di Giovanni Peresson, Milano, Ediser, 2015.

98. Aie, *L'editoria per ragazzi in sintesi*, Milano 2015, p. 1, http://www.giornaledellalibreria.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda10-81-2013.3.25/Sintesi_Bologna_2014.pdf?IDUNI=t415g0syrsrwaktzy43ukqzpw258.

confermata disaffezione rispetto a tale pratica una volta divenuti adulti. Nei primi anni di vita i libri sono associati all'esplorazione, al gioco, ai colori, al piacere. In seguito, diventano strumenti eccessivamente collegati con l'apprendimento, le competenze, il sapere e la dimensione ludica della lettura si smarrisce. Anche perché leggere è una pratica effettivamente complicata. E di questo parleremo più avanti.

Se si considera l'aspetto della produzione, il mercato per ragazzi appare vitale, sia dal punto di vista del fatturato che del volume. I dati Nielsen rilevati per l'Aie mettono in luce l'incremento delle vendite di libri destinati a bambini e ragazzi, contrariamente alla tendenza di altri settori che sono in calo oppure stabili: tra il 2012 e il 2014 la quota del volume passa dal 18,9% al 21,4% (la fiction dal 41,2% al 40,6%), quella del valore dal 14% al 16,5% (la fiction dal 38,5% al 38%). Inoltre, il genere per bambini e ragazzi è l'unico che contribuisce in modo positivo alla variazione del mercato a volume (1%). A valore, invece, sebbene in maniera differente, è positivo sia il contributo della fiction (0,3%) che quello per bambini e ragazzi (1,0%)⁹⁹.

Secondo i dati pubblicati dall'Ufficio studi dell'Aie, provenienti da fonti varie, nel 2014 la crescita di questo settore è pari al 5,7% rispetto al 2013 (nei canali trade, esclusa la grande distribuzione organizzata), per un totale stimato di 168,3 miliardi di euro¹⁰⁰. Aumentano le vendite della fascia dei bambini di 6-9 anni (+5,6%) e dei ragazzi di 10-13 anni (+15,9%)¹⁰¹. I titoli pubblicati sono 5.219 (+0,4% rispetto al 2013), gli autori italiani che scrivono abitualmente per ragazzi 320, gli illustratori 305. L'incremento riguarda anche il numero di case editrici, i cui marchi attivi nel 2013 sono 204 (195 nel 2012), e la produzione di ebook, che tra il 2012 e il 2014 passa da 822 titoli a 1.949 (1.105 nel 2013)¹⁰².

Particolarmente positivi sono i risultati che riguardano i libri per bambini di 6-9 anni che coprono da soli il 40,3% del fatturato di questo comparto. A ciò si aggiunge la fascia di individui in età prescolare (0-5 anni), la cui produzione di libri ha registrato la maggiore crescita in questi anni e rappresenta nel 2014 il 38,6% del fatturato, sebbene da un anno all'altro la flessione positiva sia stata solo dell'1,5%¹⁰³. In generale, la spesa media annua per bambino lettore di 6-14 anni è di 63,56 euro¹⁰⁴.

Come si evince dai dati appena citati e in considerazione del potenziale di questa porzione di popolazione, l'educazione alla lettura è un passaggio che può (e deve) precedere la fase di apprendimento della tecnica del leggere, articolandosi in azioni mirate dal momento successivo al concepimento della vita e lungo l'intero arco dello

99. Nielsen, *Il mercato del libro in Italia. Dinamiche e approfondimenti*, a cura di Monica Manzotti, 15 maggio 2015, pp. 13-15, http://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-3476-2015.5.18/presentazione_torino_2015.pdf?IDUNI=y2kzstddfwjw1qz1sdno5vv741.

100. Aie, *L'editoria per ragazzi in sintesi*, cit., p. 1.

101. Ansa, *Cresce il mercato libri per ragazzi, +5,7%*, 30 marzo 2015, http://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/2015/03/30/cresce-mercato-libri-per-ragazzi-57_25376e7e-efe6-495f-a0f7-a495b24346e8.html.

102. Aie, *L'editoria per ragazzi in sintesi*, cit., pp. 1-2.

103. Ansa, *Cresce il mercato libri per ragazzi, +5,7%*, cit.

104. Aie, *L'editoria per ragazzi in sintesi*, cit., p. 2.

sviluppo dell'essere umano. Tanto differenti sono i lettori tra di loro, quanto diversificate saranno le iniziative di formazione.

La donna in gravidanza legge al proprio bambino, ancora in grembo, per stabilire con lui una relazione affettiva, favorendo anche il futuro apprendimento del linguaggio e la capacità di concentrazione. Allo stesso modo, si adoperano i genitori – soprattutto la madre –, leggendo ad alta voce ai propri figli piccoli. Tale pratica produce un'influenza positiva sia dal punto di vista relazionale che cognitivo: è una bella occasione per il bambino e per il genitore di trascorrere del tempo insieme, condividendo un'attività che ne incrementa il legame affettivo, perché si nutre di scambio, coinvolgimento, attenzione reciproca. Dall'altro, aiuta a sviluppare la comprensione del linguaggio e l'attitudine futura alla lettura. Attraverso il legame affettivo con la figura dell'adulto che legge, il bambino ha la possibilità di acquisire nuove abilità, è stimolato nella sua fantasia, riconosce nella realtà le immagini viste nelle figure di un libro, ha la possibilità di incrementare il suo vocabolario. Negli asili nido e nella scuola materna sono portati avanti progetti di lettura ad alta voce dagli educatori, che si avvalgono di questo metodo anche per insegnare ai bambini a mettersi in relazione reciproca, scambiandosi idee e opinioni sulla storia ascoltata o vivendola personalmente nei giochi di gruppo, come i travestimenti. I libri sono un piacevole passatempo che i bambini spesso scelgono tra le altre attività¹⁰⁵.

Durante la scuola elementare gli alunni apprendono le tecniche di scrittura e lettura. Talvolta con difficoltà. Se il processo avviene con una certa agilità, in quest'epoca della vita dell'individuo inizia a schiudersi progressivamente davanti ai propri occhi lo stupore del significato: le lettere unite tra di loro formano delle parole, che a loro volta creano frasi, che parlano del mondo che li circonda. Il tutto, nel suo insieme, descrive, spiega, racconta, ampliando in maniera crescente il bagaglio di conoscenze del bambino. In seguito, l'individuo diventa consapevole che ogni testo non è scritto per il medesimo uso. Esistono i libri scolastici, ma anche le letture scelte personalmente per trascorrere il proprio tempo libero; i testi difficili, i classici, la poesia – forse da imparare a memoria –, ma anche i fumetti, i libri di avventura.

Nell'adolescenza la lettura – a parte quella obbligatoria, condotta per motivi scolastici e per ragioni di studio – rappresenta una delle molteplici attività possibili, tra le tante alternative e occupazioni che impegnano i ragazzi. Se negli anni precedenti si è ricevuta un'adeguata educazione alla lettura – fatta di libertà, consapevolezza, passione, consigli disinteressati –, questa può rappresentare una fase interessante per la formazione dell'individuo-adulto-lettore. Il libro diventa uno strumento di de-

105. A tale proposito, si ricorda il valore di due progetti nazionali, che hanno lo scopo di promuovere la lettura presso i bambini: *Nati per leggere* (<http://www.natiperleggere.it/>), promosso dall'Associazione Culturale Pediatri, dall'Associazione Italiana Biblioteche e dal Centro per la Salute del Bambino, e *In Vitro* (<http://www.progettoinvitro.it/>), a cura del Centro per il libro e la lettura.

finizione dell'identità, delle idee, che può gettare le basi di un futuro personale e professionale solido.

In seguito, a meno che non si decida di proseguire i propri studi e rimanere in un contesto adatto a favorire la pratica del leggere, l'ingresso nel mondo del lavoro crea una disaffezione al libro, incrementata in un secondo tempo anche dalle responsabilità e dai doveri di coloro che hanno una famiglia, dei figli. Leggere richiede del tempo a disposizione da sottrarre ad altre incombenze e del denaro per l'acquisto dei libri da prevedere nel proprio budget di disponibilità, sebbene esistano canali gratuiti - come il prestito in biblioteca o il 'furto' in casa di un amico o di un parente - ed economici - come l'acquisto di ebook a pochi euro o di eccellenti titoli in vendita sulle bancarelle o tramite il mercato dei remainders.

In una società multiculturale leggere rappresenta un'azione vantaggiosa che sottrae l'individuo all'emarginazione, sia per la possibilità di conoscere la cultura e la lingua del Paese in cui si vive, sia per l'occasione di frequentare i luoghi adibiti a tale attività, ove incontrare altre persone (le biblioteche civiche svolgono un ruolo di aggregazione fondamentale sul territorio), sia per l'opportunità di elevare il proprio stato sociale, attraverso la conoscenza che deriva dai libri. Questo è valido anche per gli anziani, per i disabili e per le altre fasce disagiate della popolazione, che vivono con difficoltà le trasformazioni accelerate dei nostri tempi. E la lettura aiuta a mantenere il passo.

Ogni età e fase della vita richiede un differente programma di educazione alla lettura, che parta sempre dal presupposto che leggere non è un dovere, ma una libera e consapevole scelta, da cui derivano anche benefici e piacere. Tanto più se si considera che leggere non è una pratica semplice, né si presenta come un'azione spontanea, giacché attiva differenti meccanismi che danno vita a un'affascinante complessità. Conosciamo bene l'articolazione del processo della lettura. La fase iniziale prevede il riconoscimento delle lettere da parte della retina e l'estrazione dei componenti base delle parole (grafemi, sillabe, prefissi, suffissi, radici delle parole); poi, entra in azione il sistema visivo, con la partecipazione di neuroni specializzati nella risposta a forme elementari più semplici. A questa prima decodifica, segue una doppia analisi, quella del suono (fonologica) e quella del significato (lessicale): la prima converte la sequenza di lettere in suoni del linguaggio (i fonemi), la seconda consente di comprenderne il senso, custodito nel proprio dizionario. Anche nella lettura silenziosa, assorta, le due vie di elaborazione delle parole funzionano in parallelo, l'una sostenendo l'altra¹⁰⁶.

Nell'analizzare in maniera desolata i dati sulla lettura in Italia, è necessario ricordare quanto sia impegnativa la passione del leggere. E anche quando essa sia spinta da un'esigenza di qualsiasi natura (svago, risoluzione di problemi, conoscenza) deve essere sollecitata da una convincente motivazione (giacché è possibile scegliere alternativi strumenti per lo svago, la risoluzione di problemi, la conoscenza). Educare

106. Stanislas Dehaene, *I neuroni della lettura*, cit., pp. 11, 29-30, 45-48.

alla lettura significa far emergere nell'individuo le ragioni per cui approcciarsi a tale pratica, affinché possa essere selezionata tra le altre, in seguito conservata, forse abbandonata qualche volta, ma poi ripresa. Il libro e il suo lettore vivono spesso una relazione che può non essere semplice. Il contesto ambientale è fondamentale ai fini della nascita, dello sviluppo e del consolidamento di questo legame. L'ambiente familiare probabilmente non è più sufficiente, sia perché è a sua volta costellato da possibilità differenti (in famiglia un genitore legge un libro, l'altro utilizza il tablet o entrambe le pratiche si alternano in base ai momenti e alle necessità contingenti), sia perché l'habitat in cui l'individuo matura si dilata facilmente oltre i confini domestici. I bambini trascorrono molto tempo fuori da casa, perché i loro genitori sono assorbiti dalle attività lavorative, e sono spesso in compagnia di altri bambini o impegnati in tante - forse troppe - occupazioni, da cui provengono altri stimoli, non di rado in grande quantità e altrettanto forti.

In tutto ciò, certamente la scuola è chiamata a svolgere un ruolo fondamentale. Tuttavia, anche in questo caso, da sola non basta. Per favorire la pratica della lettura, dovremmo essere inseriti in un ecosistema favorevole, caratterizzato da libri e da lettori, ma anche dalla valorizzazione pubblica della lettura. Una società che ne accolga i piani di educazione e promozione nei programmi scolastici, valorizzi le infrastrutture adibite a tale scopo, incentivi la formazione di personale competente, non volontario. E proprio l'investimento in risorse umane appropriate rappresenta in sé un atto che dimostra il valore dato a questo tema. Al contrario, relegare la diffusione della lettura unicamente o nella maggior parte dei casi ad attività non retribuite, oltre a sminuirne automaticamente l'importanza, la circoscrive ad ambienti elitari. E questo mette in pericolo un pluralismo necessario di idee e di azioni che provengono da tutti gli strati della società e che favoriscono la crescita e lo sviluppo del sapere.

Tali provvedimenti possono essere organizzati solo nell'ambito di politiche culturali adeguate e devono essere appoggiate da un'efficace azione dei media. Tutto dovrebbe concorrere, in maniera organica e strutturata, alla nascita di un popolo di lettori. Al contrario, troppo spesso tale pratica, lungi dall'essere favorita, è scoraggiata o, peggio, ignorata.

È evidente che le azioni di educazione alla lettura vadano articolate e indirizzate in egual modo verso il prodotto cartaceo e quello digitale, prevedendo in quest'ultimo caso un'alfabetizzazione all'uso corretto del supporto, laddove appare necessario. A ciò si dovrebbe aggiungere la creazione di mappe di pubblico dominio che indichino le vie della lettura, i luoghi del leggere, gli eventi dedicati al libro. Inoltre, sarebbe utile associare a questi incentivi le personali - e non dottrinali - motivazioni di chi sceglie un libro per trascorrere il proprio tempo, che provengano da persone comuni, veri lettori, non testimonial selezionati, lontani dalla realtà quotidiana dell'individuo. Nessuno può spiegare le ragioni della lettura meglio di un lettore appassionato che conosce bene la complessità di questo atto. E la comunicazione efficace passa spesso attraverso il canale dell'empatia.

DIVENTARE UN PAESE DI LETTORI

Tiziana Mascia

La lettura è un valore riconosciuto ovunque nel mondo perché è in grado di influenzare il futuro e la qualità di vita delle persone. Saper leggere non significa solo comprendere i contenuti di un testo, ricavare informazioni o imparare nuovi vocaboli. La lettura è qualcosa che riguarda il concetto del sé, è decisiva per la formazione della personalità di un individuo, lo aiuta ad organizzare e ad utilizzare le proprie idee, ad essere indipendente e a partecipare alla vita sociale e politica. Dalla lettura dipendono la crescita intellettuale ed economica di un intero Paese.

Ed è proprio nell'epoca attuale che la lettura assume un ruolo più importante rispetto al passato, perché l'interpretazione del mondo che ci circonda e della moltitudine di informazioni disponibili sono in funzione del saper leggere¹. Chi non raggiunge sufficienti livelli di capacità di lettura e di scrittura è esposto più che mai al rischio di abbandono scolastico, con un impatto personale, economico e sociale fortemente negativo.

Per questi motivi negli ultimi vent'anni la ricerca sulla lettura si è intensificata ed è passata dall'individuare

le modalità attraverso cui l'insegnamento e l'apprendimento della lettura possono diventare più efficaci, all'esaminare i processi cognitivi che stanno alla base della lettura e alla ricerca di pratiche sociali e culturali utili a motivare alla lettura. L'obiettivo di questi studi è non solo quello di esplorare nuovi ambiti della lettura ancora poco conosciuti, ma soprattutto quello di determinare le migliori pratiche di lettura realmente efficaci da adottare nelle scuole e in grado di aumentare il numero dei lettori. E sono numerosi i panel e le ricerche sulla lettura che forniscono indicazioni e rispondono al crescente bisogno di impostare un insegnamento di qualità per migliorare la lettura di un Paese, alcuni esempi sono: Snow, Burns e Griffin che nel 1998 hanno descritto nel loro studio² lo sviluppo della lettura precoce; il National Reading Panel³ che nel 2000 ha messo in evidenza i processi correlati all'apprendimento; il National Early Literacy Panel⁴ che più tardi nel 2008 ha realizzato un importante report sulle basi della lettura, Eurydice⁵ che nel 2011 ha

1. <<Premier's Technology Council, *A vision of 21st education*, British Columbia, 2010>>.

2. SNOW, C.E., BURNS, M.S., & GRIFFIN, *Preventing reading difficulties in young children*, Washington, DC: National Academy Press, 1998.

3. NATIONAL READING PANEL, *Teaching Children to read. An evidence-based assessment of the scientific research literature on reading and its implication for reading instructions*, 2000.

4. NATIONAL EARLY LITERACY PANEL, *Developing Early Literacy*, NIFL, 2008.

5. "La rete Eurydice fornisce informazioni e analisi sui sistemi educativi europei e sulle relative politiche. Dal 2011 è composta da 37 unità nazionali con sede in tutti i 33 paesi partecipanti al programma dell'Unione europea nel campo dell'apprendimento permanente (stati membri dell'UE, paesi dell'EFTA, Croazia e Turchia) ed è coordinata e gestita dall'Agenzia esecutiva per l'istruzione, gli audiovisivi e la cultura con sede a Bruxelles, che ne cura le pubblicazioni e ne sviluppa le banche dati".

compiuto uno studio⁶ sull'insegnamento della lettura tracciando le linee guida utili nei sistemi educativi europei o il report realizzato nel 2012 da un gruppo di specialisti della lettura High Level Group of Experts on Literacy⁷ che identifica i principi base per la promozione della lettura.

Da questi e altri studi emerge che l'apprendimento della lettura non si conclude affatto con il riconoscimento dei fonemi, dell'ortografia o con l'acquisizione della fluency. La lettura è un processo che continua a svilupparsi nell'arco dell'intera vita di una persona, un processo forse non perfettamente lineare, ma di cui si possono identificare le principali aree nei periodi più critici: dalla prima alfabetizzazione allo sviluppo della lettura nella scuola primaria, dalla lettura negli adolescenti a quella negli adulti.

La finalità di questo articolo è quella di identificare e analizzare le principali dimensioni del processo di apprendimento della lettura⁸, conoscere le competenze necessarie per diventare un bravo lettore e i fattori chiave in grado di influenzare la capacità di lettura quali la scuola, la formazione degli insegnanti, la lettura a casa e in famiglia, l'impegno, la motivazione personale e la disponibilità di vari materiali di lettura. Attraverso queste variabili si evidenziano quindi una selezione di approcci utilizzati in Europa per l'insegnamento della lettura a scuola e per la promozione della lettura sul territorio⁹.

"Il Processo di Apprendimento della Lettura"

Le analisi dei dati OCSE PISA hanno fornito preziose informazioni sullo stato dell'arte della capacità di lettura degli studenti, ma mettono in rilievo principalmente fattori individuali e non offrono informazioni sul sistema scolastico. Non mostrano quali particolari caratteristiche o pratiche di insegnamento siano le più efficaci, quali siano i punti di forza o i problemi presenti nei sistemi educativi. Ricercatori, ma anche educatori e responsabili delle politiche di istruzione di tutto il mondo hanno dedicato e tentano tutt'ora di fornire delle pratiche realmente in grado di migliorare la lettura. I risultati di queste ricerche hanno influenzato l'educazione alla lettura nei vari sistemi scolastici europei, ma il dibattito su quali siano i metodi di insegnamento realmente più efficaci è tutt'ora aperto.

Ciononostante esistono numerosi studi che collegano lo sviluppo delle abilità di lettura con specifiche pratiche e, forse ancora più importante, identificano i compor-

6. EURYDICE, *Teaching Reading in Europe. Contexts, Policies and Practices*, EACEA, 2011.

7. EU HIGH LEVEL GROUP OF EXPERTS ON LITERACY, *Final Report*, 2012.

8. Riprendo in questa sede alcune parti dell'articolo: Tiziana Mascia. *Dalla lettura alla literacy. Come si diventa lettori nel nostro tempo*, in "Biblioteche oggi Trends", dicembre 2015, p. 23-33. Si ringrazia la rivista per l'autorizzazione

9. Centro per il Libro e la Lettura, *Rapporto sulle esperienze internazionali di promozione della lettura*, a cura di Associazione Forum del Libro, 2015. < http://www.bv.ipzs.it/bv-pdf/007/MOD-BP-15-108-664_2148_1.pdf >

tamenti dei bravi lettori rispetto a coloro che riscontrano difficoltà. Da questi studi è possibile individuare le principali componenti del processo della lettura e suddividerle in: *early literacy* e *le basi della lettura* (consapevolezza fonologica, fonetica, coerenza ortografica, *fluency*, velocità e automatismo di lettura), *reading and comprehension* (strategie di comprensione dei testi e ricchezza di vocabolario) e *valutazione della lettura*¹⁰.

La Early Literacy e le basi della lettura

La ricerca ha fatto notevoli passi avanti nell'ambito dei meccanismi che influiscono nella *early literacy* e nella prima fase di apprendimento della lettura, fra queste rientrano: la *consapevolezza fonologica*, la *fonetica*, la *coerenza ortografica* e la *fluency*. Gli studi hanno constatato che promuovere la *consapevolezza fonemica* e *fonologica* in una età precoce, per l'identificazione delle parole e della loro pronuncia, garantisce una migliore attitudine all'apprendimento della lettura¹¹. Gli stadi sono consequenziali, dopo aver imparato a leggere accuratamente e correttamente, si può passare all'apprendimento della lettura veloce e con espressione. Una volta acquisiti velocità e automatismo si potrà rivolgere l'attenzione della lettura all'attività di comprensione del testo¹².

- La *consapevolezza fonologica* consiste nell'abilità di individuare e manipolare i singoli suoni di una parola e apprendere i meccanismi già nell'età prescolare, a partire dalla scuola di infanzia è collegabile al successo dell'apprendimento della lettura.
- *L'educazione della fonetica* insegna ai bambini come le lettere siano associate ad un suono (fonema) per la formazione delle corrispondenze suono-lettera e ad applicare questa conoscenza per l'apprendimento della lettura di base.

In Europa

Quasi tutti i programmi scolastici europei della scuola dell'infanzia e della scuola primaria contengono le linee guida essenziali sulla prima fase di apprendimento della lettura e specificano le abilità da stimolare definite nella *early literacy* per una

10. "Questi processi: consapevolezza fonologica, fonetica, ortografia e velocità della lettura sono quelli a cui l'insegnamento della lettura dedica maggiore attenzione, tuttavia non sono gli unici approcci esistenti. Per esempio un programma bilanciato di educazione alla lettura come il *Reading Recovery* prevede insegnanti preparati all'insegnamento della lettura che lavorano su più variabili".

11. NRL, *Teaching Children to read*, 2000.

12. "Secondo la US National Reading Panel la velocità di lettura in effetti consente di liberare le risorse cognitive e dedicarle alla comprensione dei testi".

corretta alfabetizzazione precoce. Come dimostrano i risultati OCSE PISA, il ciclo di istruzione della scuola dell'infanzia si rivela decisivo anche per il percorso scolastico successivo degli studenti¹³¹⁴.

In Europa sono nate numerose iniziative per sensibilizzare i genitori sull'importanza dell'alfabetizzazione precoce e stimolare il linguaggio nei bambini della fascia prescolare fino a 5 anni¹⁵. In Inghilterra è stata avviata una delle migliori iniziative di promozione di lettura della prima infanzia *Bookstart*¹⁶ organizzata dall'associazione inglese no profit *Booktrust*, la cui validità, efficacia e innovazione dei programmi offerti sono stati presi come riferimento e adattati anche in altri paesi d'Europa e nel mondo (alcuni esempi: in Italia In Vitro¹⁷ e in Italia e in Svizzera Nati Per Leggere¹⁸, in Germania Lesestart¹⁹, in Danimarca Bogstart²⁰, in Svizzera Buchstart e Nè pour lire²¹, in Belgio Boek Baby's²², ecc.).

La coerenza ortografica

Altro elemento che incide sull'apprendimento della lettura di base è la *coerenza ortografica* della lingua che si deve imparare a leggere. La complessità sillabica e la coerenza ortografica sono fortemente coinvolte nello sviluppo della lettura e quindi devono essere tenute in considerazione nell'ambito dell'insegnamento dei primi anni della scuola. Nelle lingue con coerenza ortografica, la stessa lettera è sempre pronunciata nello stesso modo nelle diverse parole (per esempio nelle lingue finlandese, greco, italiano e spagnolo). Nelle lingue senza coerenza ortografica il suono della lettera ha numerose variazioni (per esempio nelle lingue Inglese, francese, danese e portoghese).

La coerenza ortografica di una lingua può incidere sui risultati delle capacità di lettura degli studi PISA e deve essere tenuta in considerazione nella lettura delle classifiche internazionali dei vari paesi partecipanti²³.

13. <<http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-italy-ITA.pdf>>.

14. "In Italia, come in molti altri Paesi, gli studenti in difficoltà sono rappresentati per la maggior parte dagli studenti che hanno dichiarato di non aver frequentato la scuola dell'infanzia per più di un anno; inoltre, è aumentato il divario nei risultati tra gli studenti che non hanno frequentato la scuola dell'infanzia e coloro che l'hanno frequentata".

15. Centro per il Libro e la Lettura, *Rapporto sulle esperienze internazionali di promozione della lettura*, a cura di Associazione Forum del Libro, 2015. <http://www.bv.ipzs.it/bv-pdf/007/MOD-BP-15-108-664_2148_1.pdf>

16. <<http://www.bookstart.org.uk/>>

17. Centro per il Libro e la Lettura <<http://www.progettointro.it/>>

18. <<http://www.natiperleggere.it/>>

19. <<http://www.lesestart.de/>>

20. <<http://www.kulturstyrelsen.dk/institutioner/biblioteker/fokusomraader/boern/bogstart/>>

21. <<http://www.buchstart.ch/buchstart/de/>> <<http://www.buchstart.ch/buchstart/fr/index.asp>>

22. <www.boekbabys.be>

23. FIGAZZOLO, L., *The impact of PISA 2006 on the education policy debate*, Education International Research, 2009. "Among the ingredients for success we find aspects related to orthography. In Finnish, each letter makes a single logical sound and there are no irregular words, which makes learning to read easy".

La Fluency

La *fluency* è la capacità di leggere un testo in maniera accurata, rapida, con espressione e senza sforzo²⁴. La definizione inoltre può includere anche il riconoscimento immediato dei vocaboli.

Alcuni bambini con difficoltà di lettura possono raggiungere un'elevata correttezza nella lettura ma non riescono ad essere sufficientemente fluenti e, senza questa abilità, la comprensione dei contenuti sarà per loro limitata. La ricerca sottolinea l'importanza di questa competenza ma non fornisce indicazioni certe su quali siano i metodi di insegnamento più efficaci per migliorarla. Esiste una scala di valutazione multidimensionale utile agli insegnanti per comprendere la capacità di *fluency* degli studenti elaborata da Zutell e Rasinski (1991)²⁵ e generalmente si consigliano: pratica, esperienza con la lettura indipendente e utilizzo di vari materiali di lettura; tuttavia i lettori con difficoltà riescono ad ottenere progressi solo se guidati da un insegnante specializzato.

E se negli ultimi 20 anni sono stati fatti molti passi avanti nell'ambito della ricerca e dell'insegnamento degli aspetti della lettura legati alla *early literacy* e ai fondamenti di base della lettura, sia a scuola, sia al di fuori del contesto scolastico, non altrettanto si può affermare nell'ambito del *reading and comprehension*, dove per poter ulteriormente progredire è necessario maggior collegamento tra la teoria e la pratica oltre ad una corretta valutazione delle capacità di lettura²⁶.

Reading and Comprehension: sviluppare la comprensione dei testi

Quando la fase di *early literacy* si consolida e si innescano velocità e automatismo, si è pronti per affrontare lo stadio successivo di *reading and comprehension*. Qui il focus della lettura cambia e passa dalla semplice abilità di saper decodificare le parole alla capacità di comprendere un messaggio o un intero testo. Coloro che non riescono a progredire adeguatamente nella prima fase, leggeranno senza riuscire a comprendere correttamente il significato di un testo e quindi ad utilizzare la lettura come strumento per l'apprendimento, per lo studio e per diventare forti lettori.

Dagli ultimi anni novanta, l'attenzione della ricerca si concentra maggiormente su questa componente del processo di lettura^{27,28} e lo rimarrà almeno fino a quando non

24. READING RESEARCH QUARTERLY, *Aligning Theory and Assessment of Reading Fluency: Automaticity, Prosody, and Definitions of Fluency*, © International Reading Association, 2010.

25. ZUTELL, J., & RASINSKI, T. V., *Training teachers to attend to their students' oral reading fluency. Theory Into Practice*, 1991.

26. SCOTT G. PARIS, STEVEN A. STAHL, *Children's Reading Comprehension and Assessment*, CIERA, 2005.

27. BARBARA M. TAYLOR AND DAVID PEARSON, *Teaching Reading: Effective Schools, Accomplished Teachers*, CIERA, 2002.

28. CATHERINE SNOW, *Reading for Understanding toward a R&D program in reading and comprehension*, RAND Corporation, 2002.

si saranno compresi appieno i meccanismi di funzionamento. In passato si tendeva soprattutto a valutare la capacità della lettura in funzione dell'accuratezza e della *fluency* e l'opinione personale sui contenuti era ritenuta meno significativa o comunque, non altrettanto importante quanto la memorizzazione del testo²⁹.

Il *National Reading Panel* ha individuato un insieme di strategie di *reading and comprehension*, come anche il progetto della Comunità Europea *ADORE Teaching Struggling Adolescent Readers*³⁰ ha sviluppato un modello di buona educazione alla lettura con un elenco di linee guida.

Fra le principali strategie in grado di migliorare la lettura e la comprensione dei testi si rilevano:

- *Apprendimento cooperativo*: discutere e confrontarsi fra studenti sui contenuti di un testo.
- *Utilizzo delle conoscenze pregresse*: essere capaci di collegare i contenuti ad esperienze, cultura, conoscenze personali acquisite prima della lettura del testo.
- *Utilizzo di organizzatori grafici e semantici*: costruire rappresentazioni grafiche e visuali ovvero riepilogare i contenuti di un testo attraverso disegni, grafici, schemi e mappe.
- *Interazione con l'insegnante*: interazione con l'insegnante attraverso domande e risposte sul testo letto. Il riscontro immediato consente di verificare la comprensione del testo.
- *Elaborazione di domande*: Elaborare deduzioni e interpretazioni durante la lettura del testo, estrapolare il significato non solo letterale, formulare domande sui contenuti ed essere in grado di dare risposte in autonomia.
- *Struttura della storia*: saper riconoscere e analizzare la struttura della storia (introduzione, parti principali, finale, parti narrative, dialogo, ecc.) e utilizzarle per recuperare informazioni e costruire una cronologia di eventi.
- *Riassunto*: selezionare le informazioni più importanti di un testo e riassumerle. Essere in grado di identificare contenuti principali e secondari, i principali personaggi, eventi o altri elementi per creare anche una struttura con titoli intermedi.
- *Emulazione dei forti lettori*: l'insegnante verbalizza i pensieri, elabora l'informazione durante la lettura di un testo. Lo studente può conoscere così il meccanismo con cui un forte lettore ricava il significato di un testo (come affronta la lettura, come supera le difficoltà, come attribuisce un significato ai vocaboli sconosciuti, come e quali strategie di comprensione utilizza, ...).

La lettura non è un processo di tipo tecnico e passivo ma include competenze di condivisione e capacità di critica che consentono di scegliere una strategia piuttosto che un'altra per ricavare il significato di un testo. L'analisi delle strategie di *reading*

29. S. G. PARIS, S. A. STAHL, *Children's Reading Comprehension and Assessment*, CIERA, 2005.

30. CHRISTINE GARBE, KARL HOLLE, SWANTJE WEINHOLD, *ADORE - Teaching Struggling Adolescent Readers in European Countries: Key Elements of Good Practice*, Peter Lang GmbH, 2010.

and comprehension ci porta quindi a considerare il lettore come parte attiva del processo, che formula domande, discute e si confronta con i coetanei.

E in effetti, la ricerca sottolinea che le strategie sono realmente efficaci se utilizzate come parte di un metodo di lettura multi strategico, ecco perché i migliori lettori utilizzano congiuntamente più strategie per la comprensione di un testo mentre i lettori deboli si limitano all'utilizzo di una sola strategia e spesso scelgono di procedere con la lettura anche se non hanno capito il significato.

In Europa

Tutti i programmi scolastici europei definiscono le linee guida principali del *reading and comprehension*, sia per la scuola primaria, sia per la scuola secondaria e consigliano anche l'utilizzo di diverse strategie per la comprensione dei testi in funzione delle diverse età e stadi di sviluppo. Ma nella realtà solo un terzo dei paesi richiede agli insegnanti l'utilizzo di strategie multiple, negli altri casi l'insegnante ha l'autonomia di scegliere il metodo di insegnamento preferito che si focalizza, come indicano i risultati dell'indagine PIRLS 2006³¹, su una sola strategia che è quella del riassunto. Quindi un metodo di insegnamento non adeguato per progredire correttamente nell'apprendimento della lettura.

Diversi sistemi scolastici, come quello finlandese, stanno incentivando il metodo di insegnamento della lettura di tipo cooperativo che prevede il *reciprocal teaching* ovvero il confronto e l'apprendimento attraverso piccoli gruppi di lavoro aperti alla discussione. Non solo a scuola, ma anche al di fuori del contesto scolastico sono nate diverse iniziative di promozione della lettura principalmente rivolte ad un pubblico di adolescenti, come in Germania il programma *Reading Scout*³², si avvale della *peer review* come strumento di persuasione per bambini e adolescenti di età simile. Prevede speciali gruppi di lavoro formati da studenti che si preparano per diventare mediatori e affiancare i loro coetanei nell'attività di lettura. Questa modalità stimola l'utilizzo di strategie multiple perché consente di confrontarsi con i coetanei per formulare domande, avere chiarimenti e dialogare con altri studenti sui libri letti.

Anche un progetto come quello di un premio letterario può rivelarsi una buona occasione per confrontarsi sulla comprensione dei contenuti dei libri letti. Nel premio letterario norvegese *Bokslukerprisen*³³ gli studenti che intendono aderire al progetto e fare parte della giuria ricevono una raccolta di racconti e avranno un periodo di tempo da dedicare alla lettura durante la quale riceveranno la visita di una sorta di tutor che suggerisce loro delle linee guida su come argomentare al pubblico le proprie scelte letterarie, su come esprimere le proprie opinioni. In sintesi viene loro insegnato ad avere spirito critico.

31. EURYDICE, *Teaching Reading in Europe. Contexts, Policies and Practices*, EACEA, 2011.

32. <<http://www.stiftunglesen.de/programmbereich/jugend-und-freizeit/lesescouts>>.

33. <http://bokslukerprisen.no>

Ricchezza lessicale

La comprensione dei testi letti è correlata anche alla quantità di vocaboli conosciuti, e occorre ampliarne costantemente la conoscenza per migliorare l'apprendimento della lettura. La ricerca suggerisce l'implementazione di un programma di sviluppo del vocabolario di base già nei primi anni della scuola, in cui lo studio dei vocaboli deve essere visto come un'attività di apprendimento continuo. Si parte dall'avere nessuna conoscenza del significato delle parole fino a ricavarne:

1. un senso generale del termine,
2. una conoscenza ristretta del significato,
3. una padronanza del concetto della parola anche al di fuori del contesto,
4. fino a saper gestire l'utilizzo metaforico del vocabolo.

È il passaggio alla scuola secondaria che richiede agli studenti la lettura e l'utilizzo di un linguaggio più articolato di tipo accademico che spesso si rivela un grosso ostacolo per coloro che non hanno raggiunto un'adeguata capacità di lettura.

In Europa

Per facilitarne l'apprendimento di nuovi vocaboli specialistici è funzionale l'approccio dell'educazione alla lettura interdisciplinare che non limita l'insegnamento alla lingua principale (italiano, inglese, francese, ...), ma coinvolge anche le altre materie in questo obiettivo. Un esempio è il progetto danese *Vi læser per livet*³⁴ gestito dall'associazione degli insegnanti *Danmarks Lærerforening* (DLF) e rivolto soprattutto ai ragazzi che spesso abbandonano le scuole secondarie, che non hanno raggiunto competenze sufficienti e non sono più motivati alla lettura. L'obiettivo è quello di utilizzare un metodo che non limiti l'educazione alla lettura solo alle ore dedicate alla lingua danese, perché tutti gli insegnanti delle materie scolastiche sono coinvolti e responsabili del progresso dei loro studenti nel campo della lettura.

La valutazione formativa

Affinché la capacità di lettura possa migliorare e progredire occorre valutarla costantemente in ogni sua fase. La valutazione più opportuna è quella di tipo formativo che ha l'obiettivo di monitorare e migliorare i processi di insegnamento, offrendo un riscontro diretto e continuo a insegnanti e studenti. È integrata nelle attività quotidiane di lettura e di studio, comprende il coinvolgimento degli studenti nel processo e la modifica del metodo dell'insegnamento in funzione dei risultati della valutazione³⁵. Anche le *scale di valutazione*³⁶ risultano utili per recuperare specifiche informazioni riguardo ai livelli di apprendimento raggiunti dagli studenti.

34. <<http://www.dlf.org/>>.

35. CAROL BOSTON, *The Concept of Formative Assessment*. ERIC Digest, 2002.

36. ZUTELL, J., & RASINSKI, T. V., *Training teachers to attend to their students' oral reading fluency. Theory Into Practice*, 1991.

In Europa

La tendenza generale delle scuole europee è quella di misurare gli obiettivi di apprendimento a fine ciclo scolastico per la scuola sia primaria, sia secondaria e raramente si adottano le scale di valutazione. La valutazione più utilizzata è quella di tipo complessivo e si riferisce alla raccolta periodica e sistematica dei risultati del percorso scolastico per la verifica degli obiettivi di apprendimento. Di solito si effettua a conclusione di un periodo di studio ed è utilizzata dagli insegnanti per informare studenti e genitori, e per prendere decisioni sulla carriera scolastica.

In alcune scuole dei Paesi Bassi per valutare le capacità di lettura, sostenere i progressi e aumentare le competenze letterarie fra i giovani, si utilizzano delle liste di lettura *Lezen voor De Lijst*³⁷. L'idea è quella di proporre agli studenti solo libri adatti alle loro reali capacità di lettura, scelti con l'aiuto di un sito Internet www.lezenvoordelijst.nl dedicato a studenti e insegnanti delle scuole secondarie, nonché a genitori e a bibliotecari che possono consultare centinaia di titoli raggruppati in base al grado di difficoltà e nelle diverse lingue olandese e tedesco. Gli insegnanti hanno così la possibilità di costruire un programma personalizzato di lettura secondo un modello con sei livelli a difficoltà crescente e gli studenti sono stimolati a raggiungere sempre livelli superiori di apprendimento.

Formazione degli insegnanti

Un serio insegnamento della lettura richiede la presenza nelle scuole di specialisti della lettura o comunque di insegnanti che abbiano ricevuto una formazione iniziale teorica e pratica adeguata che includa la capacità di: utilizzare molteplici strategie di lettura, coinvolgere gli studenti, avvalersi di una varietà di materiale di lettura e applicare tecniche di valutazione appropriate. Questa professionalità si raggiunge solo attraverso uno sviluppo continuo della formazione che sia in grado di promuovere cambiamenti duraturi e di attivare un confronto della conoscenza fra insegnanti.

Lo specialista di lettura

Lo specialista di lettura è un professionista con specifica preparazione ed esperienza nell'ambito della lettura che ha la responsabilità di agire come insegnante di lettura principale o di assistere l'insegnante in un ruolo di leadership, sia per migliorare la performance di lettura della classe, sia per aiutare gli studenti con difficoltà. Tali figure possono lavorare in vari ambiti pubblici e privati ad uno o a più livelli: scuola di infanzia, scuola primaria di primo e secondo grado, scuola secondaria e corsi per adulti.

37. <<http://www.lezenvoordelijst.nl/de-leezniveaus/15-tm-19-jaar>>.

All'interno di *Standards for Reading Professional*³⁸ si trova una lista esaustiva di competenze che uno specialista di lettura deve possedere. Elenco di competenze utile per differenziare lo specialista da qualsiasi altro professionista della lettura. Il ruolo dello specialista richiede un percorso definito da un corposo programma che prevede una preparazione avanzata e adeguate credenziali. Specificatamente gli specialisti di lettura devono possedere: titolo di studio – laurea e altre certificazioni e competenze indicate in ogni ambito negli standard. Gli specialisti di lettura devono altresì avere esperienza in aula, capacità di valutazione degli studenti e capacità di collaborazione con l'insegnante di classe. La maggior parte degli specialisti di lettura lavora all'interno delle scuole primarie, ma può svolgere un ruolo fondamentale anche nelle scuole medie e nelle scuole superiori. A questi livelli, gli specialisti lavorano per migliorare la didattica nelle varie materie, insegnare strategie efficaci di lettura e apprendimento e, in generale, assistere l'insegnante a: migliorare la comprensione della lettura in classe in ogni disciplina scolastica, utilizzare i libri di testo in maniera idonea, costruire strategie efficaci di lettura.

Nel passato gli specialisti di lettura venivano considerati educatori che lavoravano con gli studenti con difficoltà di lettura, incrementando o supplendo il lavoro dell'insegnante. Oggi lo specialista lavora con gli studenti di tutta la classe e, insieme all'insegnante principale, predispone e migliora il programma di lettura. Qualora alcuni studenti avessero bisogno di un approccio personalizzato (per esempio come accade con il programma *Reading Recovery*) lo specialista potrà seguire lo studente in un ambiente dedicato, al di fuori della classe.

In Europa

Nelle scuole europee la maggior parte degli insegnanti frequenta solo corsi a breve termine e non ha una adeguata preparazione per l'insegnamento della lettura. Alcuni Paesi hanno definito le linee guida ufficiali direttamente correlate alla preparazione dei futuri insegnanti di lettura, ma è difficile avere una visione dettagliata della qualità e dei contenuti della formazione.

In Europa è sicuramente la Finlandia a distinguersi per i successi ottenuti nel campo dell'insegnamento della lettura grazie alla eccellente preparazione degli insegnanti e degli altri professionisti che operano nel settore. In questo contesto da oltre 30 anni l'Associazione Finlandese per la lettura *FinRa*³⁹ svolge un ruolo fondamentale per la formazione e la preparazione di insegnanti e operatori con conferenze, incontri tematici e la diffusione della rivista specializzata *Kielikukko*. Il focus della rivista sono i risultati delle ultime ricerche e i consigli pratici per migliorare l'insegnamento della lettura e della scrittura a scuola, veicolati tramite articoli, esempi, interviste,

38. ILA, *Standards for Reading Professional*, 2010

39. <<http://finnishreadingassociationenglish.blogspot.fi/>>.

recensioni di libri, risultati sull'efficacia di metodi didattici e confronti con ciò che viene organizzato negli altri paesi sugli stessi temi. Il giornale è letto da insegnanti, ricercatori e, in generale, da chi lavora nel settore dell'educazione alla lettura.

Lettori con scarso rendimento

In Europa c'è sicuramente una forte attenzione al tema dei lettori con difficoltà, soprattutto a seguito dei risultati degli studi PISA con i quali si è portata a conoscenza la presenza di un significativo numero di lettori deboli. Tutti i sistemi di istruzione prevedono qualche forma di supporto per questo tipo di studenti che incontrano problemi, di solito causati da una concatenazione di fattori e possono risiedere in diverse fasi del processo di lettura: nella lettura precoce, nell'apprendimento di base così come anche nello sviluppo della comprensione della lettura. È compito unicamente dell'insegnante valutare se lo studente ha bisogno di una qualche forma di supporto.

In Europa

Le metodologie utilizzate per supportare le difficoltà di lettura includono il supporto specialistico, l'utilizzo di materiale didattico differenziato e la riorganizzazione del ritmo di lavoro. Nei sistemi educativi in cui si prevede un supporto specialistico in classe si lavora principalmente con diversi materiali di lettura. Questo tipo di supporto è frequente nei paesi scandinavi (Danimarca, Svezia, Islanda, Norvegia e nel Regno Unito), molti altri sistemi di istruzione forniscono invece un supporto esterno alla scuola con specialisti per l'apprendimento, logopedisti e si utilizzano materiali di lettura analoghi ai compagni ma si procede ad una diversa velocità. Fra i paesi che utilizzano questo metodo vi sono diversi paesi dell'est (Lituania, Ungheria, Polonia e Slovenia). In alcuni sistemi dove c'è meno possibilità di usufruire di un insegnante o un supporto dedicato vengono assegnati compiti extra. Questo modello viene utilizzato in Bulgaria, Austria, Romania. L'utilizzo degli stessi materiali ma ad una velocità e un ritmo diversi e l'assegnazione di una quantità di compiti inferiore è l'approccio seguito in Belgio, Francia, Lussemburgo e Slovacchia.

Raramente è possibile avvalersi di uno specialista della lettura per un supporto personalizzato. Professionisti specializzati e realmente capaci di insegnare a superare le difficoltà di lettura esistono solo in pochi paesi, fra questi Irlanda, Malta, Regno Unito, Finlandia, Svezia, Norvegia e Danimarca. Negli altri paesi la tendenza diffusa è quella di avvalersi di un supporto rappresentato per la maggior parte da logopedisti o psicoterapeuti perché non vi sono insegnanti specializzati nella lettura che possano sostenere gli insegnanti di classe tradizionali nel loro lavoro⁴⁰. Gli

40. EURYDICE, *Teaching Reading in Europe. Contexts, Policies and Practices*, EACEA, 2011.

studi PIRLS mostrano come gli insegnanti tendano in realtà a sottostimare il numero degli studenti che hanno realmente bisogno di supporto supplementare, come invece si evidenzia dai risultati dell'indagine e in diversi sistemi scolastici europei sembra diffusa l'abitudine di ricondurre le difficoltà di lettura a una immaturità da parte degli studenti, e spesso si attende che sia il tempo a risolvere i problemi senza introdurre nessun altro tipo di intervento.

Una delle migliori iniziative in grado di supportare i lettori in difficoltà della scuola primaria e secondaria è il programma neozelandese *Reading Recovery*. La Nuova Zelanda è riconosciuta a livello internazionale come uno dei Paesi che nel mondo industrializzato ha ottenuto maggiori successi nell'ambito dell'educazione alla lettura, nonostante l'alto tasso di immigrati, grazie a uno dei programmi più rappresentativi che è appunto il *Reading Recovery*⁴¹. Ovvero un'efficace proposta educativa in grado di migliorare i meccanismi di apprendimento nei bambini con difficoltà di lettura a scuola. Si tratta di un'azione complementare alla didattica e prevede un sostegno quotidiano fornito da tutor-insegnanti con una serie di lezioni individuali. Grazie ai successi ottenuti, viene ora ampiamente utilizzato anche alcuni paesi europei, come per esempio nel Regno Unito⁴², i cui esiti della valutazione dimostrano che, se il programma è applicato in modo affidabile e coerente permette di ottenere ottimi risultati, con un calo costante nel numero di bambini che necessita ulteriore assistenza a lungo termine.

Altri fattori che influenzano la lettura al di fuori della scuola: lettura a casa e in famiglia, impegno e motivazione alla lettura nel tempo libero e varietà di materiali di lettura.

L'educazione alla lettura rappresenta un'attività chiave della scuola ma, nella società attuale, molte occasioni di educazione alla lettura si realizzano al di fuori del contesto formale scolastico con numerosi stimoli in grado di promuovere la lettura nella vita quotidiana. E se fino ad ora si è parlato di processo di apprendimento della lettura e delle varie fasi che lo compongono, di seguito si intendono citare anche altri aspetti chiave che la influenzano fortemente e sono: l'impegno e la motivazione nella lettura nel tempo libero, l'ambiente familiare e la disponibilità di vari materiali per la lettura. Nel 2012 un gruppo di specialisti della lettura *High Level Group of Experts on Literacy* ha anche elaborato un report⁴³ contenente una lista di fattori realmente in grado di influenzare la lettura con delle pratiche utili da seguire per ogni fascia di età.

41. <<https://www.readingrecovery.ac.nz>>.

42. <<http://ilc.ioe.ac.uk/rr.html>>.

43. EU HIGH LEVEL GROUP OF EXPERTS ON LITERACY, *Final Report*, 2012.

La lettura a casa e in famiglia

Le abitudini di lettura adottate dai genitori in casa sono decisive per lo sviluppo del linguaggio e dell'alfabetizzazione dei bambini, specialmente negli anni che precedono l'ingresso a scuola perché influenzano, come si è già visto, la fase di *early literacy*. Ma anche successivamente, fino all'età dell'adolescenza, il ruolo dei genitori nell'attività di supporto alla lettura è determinante per la formazione di un bravo lettore⁴⁴.

Nei programmi di lettura dedicati alle famiglie, tra cui il già citato *Bookstart*, l'obiettivo è proprio quello di sostenere i genitori nelle attività di promozione di lettura con i figli nella fase prescolare. Tali programmi, in generale, prevedono diverse attività:

- stimolare le abilità e le attitudini
- Interazione genitore bambino
- Attività e abitudini di lettura dei genitori

I genitori possono contribuire in vari modi per migliorare l'apprendimento e la capacità di lettura dei loro figli in età precoce ma la ricerca indica in particolare la prima attività, quella di stimolare le abilità e le attitudini dei bambini, come la più efficace^{45,46}. Tuttavia in Europa la maggior parte dei programmi di lettura rivolti alle famiglie, come le donazioni di libri e le iniziative di lettura ad alta voce, si focalizzano sul secondo tipo di attività e tendono a promuovere l'interazione genitore-bambino.

In Europa

Un programma efficace destinato alle famiglie che intende responsabilizzare anche il ruolo del padre è il progetto tedesco di promozione di lettura *Mein Papa liest vor!* Il cui obiettivo è quello di rafforzare l'importanza del padre, soprattutto per i figli maschi, come modello di riferimento per stimolare la passione alla lettura. Nel programma sono coinvolte anche le aziende in cui lavorano i genitori che rendono disponibile, sulla intranet aziendale, un ampio fascicolo che include tutte le informazioni di base, suggerimenti per la lettura ad alta voce, un elenco di storie da raccontare e altre informazioni accessorie aggiornate settimanalmente. La selezione di storie proposte per

44. KAREN D. WOOD - WILLIAM E. BLANTON, *Literacy Instruction for Adolescents: Research-Based Practice*, The Guilford Press, 2009.

45. <<Sénéchal, M., *Reading Books to Young Children: What It does and doesn't do*, L1 – Educational Studies in Language and Literature, Carleton University, Ottawa, Canada, 2006>>.

46. "Alcuni tipi di attività che i genitori condividono con i figli hanno maggiore influenza rispetto ad altri. I risultati dell'analisi di M. Sénéchal hanno mostrato che in generale il supporto dei genitori ha effetti positivi sull'acquisizione delle capacità di lettura. Ma l'attività di insegnare specifiche attività, come l'alfabeto, la lettura delle parole e la corrispondenza lettere e suono di ogni lettera, aveva più influenza rispetto all'esercizio di altre attività".

la lettura tiene conto dei diversi interessi dei bambini e dei ragazzi in base alla diversa fascia di età e alla base culturale di riferimento. I padri possono così, comodamente dal loro posto di lavoro, stampare il fascicolo e la storia della settimana, portarla a casa e leggerla ai loro figli prima di andare a dormire o durante il fine settimana. Il progetto si configura come un servizio di lettura ai padri che lavorano e nasce anche dai risultati degli studi svolti dalla fondazione *Stiftung Lesen* sulla lettura ad alta voce, nei quali si riscontra che solo l'8% dei padri legge ai propri figli.

Impegno e motivazione alla lettura nel tempo libero

Numerosi studi hanno dimostrato che per incentivare e migliorare le capacità di lettura delle persone, specialmente dei ragazzi, rivestono un ruolo fondamentale l'impegno e la motivazione individuale soprattutto nel tempo libero. Per esempio le indagini OCSE PISA hanno rilevato una correlazione tra *reading proficiency* e *reading engagement* più elevata rispetto al legame esistente tra status socio economico e capacità di lettura. Anche negli studi PIRLS 2001 e 2006, si rileva che gli studenti più motivati alla lettura riuscivano a raggiungere i migliori risultati. Chi legge meglio, legge di più e chi legge di più, legge meglio⁴⁷, educare alla lettura significa anche saper innescare appunto questo circolo virtuoso.

E perché alcune persone si impegnano nel tempo libero nella lettura più di altre? Alcuni ricercatori hanno evidenziato l'importanza della motivazione come obiettivo personale⁴⁸, in cui la motivazione alla lettura è a sua volta influenzata dall'ambiente di lettura e dalla cultura che circondano il lettore⁴⁹, così i bambini e gli adolescenti che si impegnano nella lettura come attività di piacere vedono se stessi come membri di una comunità di lettori che interagisce socialmente intorno ai libri.

Anche l'insegnamento efficace a scuola prevede l'enfasi non solo sulle competenze ma anche sullo stimolare l'interesse attraverso la ricerca e la discussione sui libri. Fra le principali azioni in grado di stimolare l'impegno e la motivazione vi sono: l'apprendimento collaborativo, la disponibilità di materiale di lettura vario, l'autonomia nella scelta del materiale da leggere e le visite di luoghi che valorizzino i libri.

In Europa

Un confronto fra l'impegno alla lettura, la scelta dei materiali e la frequenza di lettura può essere ricavato dagli studi internazionali di lettura (PISA e PIRLS) dove

47. DANIEL T. WILLINGHAM, *Raising Kids Who Read: What Parents and Teachers Can Do*, Hoboken (NJ), John Wiley & Sons, 2015.

48. <<Allan Wigfield - John T. Guthrie - Kathleen C. Perencevich - Ana Taboada - Susan Lutz Klauda, Angela Mcrae - Pedro Barbosa, the individual's personal goals, values and beliefs with regard to the topics, processes and outcomes of reading, Wiley Periodicals, 2008 Wiley Periodicals, Inc.>>.

49. <<Christina Clark - Kate Rumbold, *Reading for Pleasure. A research overview*, National Literacy Trust, 2006>>.

emerge che le percentuali più alte degli alunni che leggono tutti i giorni si trovano nei Paesi Bassi e Islanda, mentre fra coloro che leggono meno in Italia in Slovacchia.

La lettura come attività di piacere svolta nel tempo libero si collega all'aumento di abilità legate alla comprensione del testo, all'ampliamento del vocabolario e soprattutto alla possibilità di diventare forti lettori. In Germania i Club di lettura *Leseklubs*⁵⁰ sostengono le competenze di lettura e del linguaggio in uno spazio dedicato al tempo libero dove bambini e giovani possono stare insieme, coltivare le proprie passioni ed accrescere la propria cultura e competenza in una atmosfera piacevole e rilassata. I club di lettura sono ambienti di apprendimento extrascolastici e di lettura attraenti, in cui i bambini e i giovani si incontrano regolarmente e svolgono attività di lettura ma possono anche dedicarsi ad altre attività ricreative. Alla fine del 2014 in Germania erano attivi 250 Club di Lettura.

Varietà di materiali di lettura

I lettori che hanno superato la fase iniziale di apprendimento della lettura e si preparano ad affrontare la fase di *reading and comprehension* devono essere incoraggiati anche attraverso la lettura di una varietà di materiali e testi. Quindi non solo libri da leggere ma anche altri testi come quotidiani e riviste e non fare affidamento esclusivamente sul tradizionale canone del testo letterario.

Anche in questo contesto i risultati PISA 2000 e 2009 hanno suggerito che i ragazzi che regolarmente leggevano una varietà di testi come anche testi riviste quotidiani ottenevano buoni risultati di lettura. Questo suggerisce che testi solitamente considerati di minor valore, come riviste o anche testi online, possono in realtà contribuire efficacemente ad incentivare la lettura, in specie fra i ragazzi che tendenzialmente sono meno interessati alla fiction rispetto alle loro coetanee.

In Europa

Un esempio di programma che incentiva la lettura è una particolare forma di promozione, di tipo giornalistico, che consente ai giovani di partecipare e acquisire un linguaggio legato all'attualità e al contesto in cui si vive attraverso le notizie fornite dai media. Un buon esempio è il progetto austriaco *Zeitung in der Schule* (ZIS)⁵¹ si occupa di distribuire e diffondere per fini didattici i giornali all'interno delle scuole. Con un approccio graduale si insegna agli studenti a leggere i giornali, a distinguere la notizia da una opinione, a valutare la validità delle fonti e ad analizzare con spirito critico le informazioni ricevute che diventano a scuola tema di discussione.

50. <<http://www.leseklubs.de/>>.

51. <<http://www.zis.at/>>.

E in Italia?

Le scuole italiane affrontano delle sfide sempre più complesse: le classi contano un numero elevato di studenti con esigenze differenti, da bambini capaci, supportati a casa e in famiglia e da coloro che manifestano invece difficoltà di diversa natura. Questa situazione, unita agli alti livelli di alfabetizzazione e di capacità di lettura richiesti dalla società moderna, sollecitano sempre di più la presenza nelle scuole di insegnanti competenti per superare ogni tipo di difficoltà legate alla lettura. Difficoltà che non significano solo dislessia, ma che possono riguardare anche altri ostacoli di tipo emotivo, motivazionale, educativo e di apprendimento. Ad oggi invece nella scuola italiana la formazione teorica e pratica degli insegnanti è lasciata all'iniziativa del singolo docente e non è prevista la presenza dello specialista di lettura. Spesso i genitori non sono consapevoli del percorso necessario e avrebbero bisogno loro stessi di supporto per poter seguire adeguatamente i propri figli nella crescita di figli lettori. Il risultato? L'Italia si è classificata nello studio PISA 2012 con un punteggio inferiore alla media dei Paesi OCSE e non va meglio con gli indici di lettura, uno fra i più bassi in Europa. Secondo l'indagine ISTAT 2014 in Italia le persone che hanno letto almeno un libro nell'arco di 12 mesi sono solo il 41% della popolazione complessiva, addirittura in calo rispetto al 2013⁵². In sintesi, l'unica certezza è che più della metà degli italiani ancora oggi, nel XXI secolo, non legge nemmeno un libro all'anno. E come evidenziato in questo articolo, i Paesi che sono riusciti più di altri a costruire una cultura della lettura e aumentare il numero di lettori, sono quelli che a partire da una approfondita analisi e ricerca hanno fatto poi seguire dei programmi operativi a vari livelli istituzionali. Programmi che coinvolgono il lettore già dai suoi primi anni di vita e lo accompagnano supportandolo adeguatamente fino all'età adulta.

52. <<http://www.istat.it/it/archivio/lettura>> "Nel 2014, oltre 23 milioni 750 mila persone di 6 anni e più dichiarano di aver letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali. Rispetto al 2013, la quota di lettori di libri è scesa dal 43% al 41,4%".



LA BIBLIOTECA DI PUBBLICA LETTURA: UN VALORE PER LA COMUNITÀ

Laura Cavagnini – Alberto Bettinazzi

Prospettive di metodo

Ogni istituzione pubblica, così come ogni attività privata, dovrebbe essere valutata non solo per il benessere che procura ai portatori di interesse, ma più in generale dovrebbe essere considerata a partire dal valore che è in grado di generare per la collettività, mettendo cioè in luce quanto essa riesca a servire i diritti della persona promuovendone il pieno sviluppo.

Le cose però non sono andate sempre così. In America, all'indomani del fallimento della banca d'affari *Lehman Brothers* si è calcolato che un insegnante avrebbe dovuto lavorare 4.500 anni per guadagnare quello che l'amministratore delegato della banca guadagnava in un anno. Ora, l'insegnante con il suo lavoro crea valore per la comunità; l'amministratore delegato della banca invece ha contribuito in modo significativo alla distruzione di valore (non solo) economico e all'innescare della peggiore crisi dagli anni Trenta del Novecento.¹ Il punto su cui ci si vuole soffermare non è il fatto che esistano differenze significative da un punto di vista delle remunerazioni, cosa che tutti siamo disposti a riconoscere e ad ammettere. L'aspetto delicato è che le differenze siano slegate dal concetto di «creazione di valore», in particolare del valore comune, del «bene collettivo».

Partendo da questa premessa, possiamo asserire che la biblioteca di pubblica lettura è un valore per la comunità. Infatti la biblioteca è una infrastruttura per l'accesso alla cultura e all'informazione che sono un bene primario e un diritto per ogni persona, poiché contribuiscono alla sua crescita come essere umano e come cittadino. In particolare, la biblioteca, ogni biblioteca, è portatrice di valore culturale, sociale ed economico. L'esistenza di questi valori è desumibile a partire dagli effetti (esternalità positive) che la biblioteca produce a beneficio di tutta la comunità e non solo degli utilizzatori. Un primo punto da affrontare è verificare quale grado di consapevolezza la comunità abbia maturato.

Nel 2010, ciò che ha spinto il Sistema Bibliotecario Brescia Est a dare avvio con Nomesis² al progetto *ConsultAzione* è stata la consapevolezza che qualcosa, nelle biblioteche di pubblica lettura, stava cambiando e che il loro tradizionale posizionamento nella comunità avrebbe subito dei contraccolpi. Di cosa si trattava?

1. L'esempio è tratto dalla Introduzione di Leonardo Becchetti al libro di MASSIMO CALVI, *Capire la crisi*, ed. Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ) 2012, p. V.

2. Nomesis – ricerche e soluzioni di marketing – è una società di consulenza di marketing nata nel 1989 a Brescia. Lavora per società di livello nazionale operanti nel settore bancario, della grande distribuzione, assicurativo e di produzione.

1. Metamorfosi di natura tecnologica: non solo il tema degli ebook era presente anche se non si parlava ancora di biblioteca e di prestito digitali; si ponevano invece con molta nitidezza il problema gestionale e la necessità dell'efficientamento del sistema di catalogazione.
2. Cambiamenti di natura economica: si era nel pieno della crisi e da un lato vi era la consapevolezza che la biblioteca pubblica poteva essere un supporto di natura anticiclica; dall'altro si stava già sperimentando una continua e incessante riduzione dei trasferimenti pubblici.
3. Rivolgimenti di ordine sociale, con un'utenza che stava profondamente cambiando, per la maggior frequenza d'uso da parte di persone alloglotte, soprattutto immigrati di seconda generazione, profondamente diversi, nel rapporto con le istituzioni pubbliche, sia rispetto agli italiani, sia rispetto agli immigrati di prima generazione.
4. Modificazioni di paradigma poi nella pubblica opinione, per cui il servizio pubblico biblioteca rischiava di sembrare uno spreco di risorse scarse, anziché un portatore di valore aggiunto.

Di fronte a questi scenari, la certezza era che le biblioteche, e i bibliotecari, avrebbero in qualche modo dovuto adeguarsi. Sul tema il dibattito era già acceso, tanto che la regione Lombardia, si mostrava ben consapevole del problema:

...l'approccio tradizionale non è produttivo e bisogna prendere atto che la biblioteca – pur facendo parte del mondo non profit – per catturare nuovo pubblico, deve agire come i soggetti economici che operano sul mercato. (...) Per rapportare sempre di più la biblioteca al territorio è opportuno mutare prospettiva strategica e passare da un approccio centrato sul patrimonio ad una nuova visione che ha gli utenti come punto di riferimento.³

Mettere al centro gli utenti, imparare a soddisfare le loro esigenze e cambiare il modo di lavorare e di proporsi in maniera coerente con i cambiamenti in atto, era ciò che il progetto «ConsultAzione» si prefiggeva. Per realizzare l'obiettivo si sono dovute mettere in campo diverse azioni.

Il progetto ha preso le mosse da un'indagine sui bibliotecari, finalizzata a capire come percepivano il proprio ruolo e quanto erano consapevoli che nel loro modo di essere e di lavorare inevitabilmente avrebbero dovuto fare i conti con i nuovi paradigmi. Da questa indagine di clima è emersa la disponibilità ad affrontare le sfide, coniugata con la consapevolezza che la famiglia professionale aveva un elemento identitario forte nella competenza e nella professionalità. Facendo leva su queste doti essa era disposta a mettersi in gioco e a recepire volentieri concetti di marketing quali la centralità del cliente, la soddisfazione dei bisogni, la misurazione dei risultati, l'ascolto, l'acquisizione e la fidelizzazione.

3. <http://www.cultura.regione.lombardia.it/shared/ccurl/600/254/DGR%20PROGRAMMA%20REGIONALE%20BIBLIOTECHE%202010-2012.pdf>, Regione Lombardia, Programma regionale triennale 2010-2012 in materia di biblioteche e archivi storici di enti locali o di interesse locale.

La seconda è consistita in un'indagine sui frequentatori e sui non frequentatori delle biblioteche. Ciò ha messo in luce un divario abissale tra i due diversi universi: alla domanda «le biblioteche pubbliche sono una grande risorsa per la comunità?» si dichiarò molto d'accordo l'81% dei frequentanti, ma solo il 45% dei non frequentanti. Ancor più significativo il dato di chi si dichiarò molto d'accordo con l'affermazione «le biblioteche pubbliche permettono ai cittadini un reale risparmio»: l'84% dei frequentanti ma solo il 41% dei non frequentanti⁴.

Nella fase successiva, quella della stesura del piano di marketing, si è quindi ritenuto utile e opportuno lavorare su azioni finalizzate ad aumentare la percezione di valore delle biblioteche pubbliche non solo sui frequentanti, ma soprattutto sui non frequentanti. Come corollario poi si è deciso di individuare una modalità scientificamente ed economicamente corretta per calcolare il risparmio generato dalle biblioteche.

Analisi del contesto

Il lavoro fatto in questi anni dalle Biblioteche del Sistema Brescia est non si è quindi limitato ad aprire una visuale attorno ai concetti di efficacia, efficienza, soddisfazione del cliente, ma ha scelto di puntare a una maggiore comprensione di quanto la comunità tutta, e gli utilizzatori nello specifico, siano consapevoli del valore che la biblioteca di pubblica lettura riveste per raggiungere i traguardi di un più spiccato benessere collettivo e di una più matura convivenza democratica. Il contesto di analisi e di riflessioni che si andava sviluppando in quegli anni infatti imponeva la presa d'atto che i risultati, pur importanti, raggiunti dalle biblioteche non sono sufficienti per assicurarci quella legittimazione sociale e quel consenso politico-amministrativo indispensabili per garantire investimenti e risorse nonostante il periodo di ristrettezze e difficoltà della finanza pubblica.

La terza indagine dell'Osservatorio Ipsos-Anci Lombardia, pubblicata a novembre 2012, ad esempio, non menziona biblioteche e istituti della cultura tra le priorità locali (p. 16), mentre annovera le biblioteche tra i primi servizi che si possono comprimere quando le risorse scarseggiano. Infatti, guardando ai dati comparati 2011 e 2012 si vede la biblioteca, insieme alle attività culturali, comparire al terzo posto laddove si elencano i servizi con tagli sopra la media sia per il 2011 che per il 2012 (p. 25). Inoltre, la stessa biblioteca, insieme alle attività culturali, compare al primo posto nella domanda formulata ai cittadini per sapere, se essi fossero Sindaci, quali servizi ridurrebbero per diminuire i costi: il 21% degli intervistati ha citato la biblioteca come prima risposta e il 37% l'ha menzionata tra le opzioni possibili (p.26).⁵

4. Nomesis, Indagine sui residenti dei comuni afferenti alle biblioteche del Sistema Bibliotecario Brescia Est, 1000 interviste ad altrettanti nuclei familiari, metodo di rilevazione CATI, giugno 2011.

5. Si può vedere una sintesi grafica dell'indagine al seguente indirizzo: http://anci.lombardia.it/xnews/apl/_private/cli/STRATEG91Q9ZXXG/att/Report%20ANCI%20Lombardia%20sc%20no%20giov.pdf [ultima consultazione: martedì 01 aprile 2014].

Dal punto di vista dei cittadini, come abbiamo appurato nel sondaggio effettuato (*supra*), c'è una notevole differenza di percezione tra quanti usano e la biblioteca e quindi sono disposti a sostenerne il valore non solo per se stessi ma per l'intera comunità e quanti, non utenti, non comprendono invece che la presenza della biblioteca pubblica genera esternalità positive anche per chi non la frequenta in prima persona.

Eppure le biblioteche e le reti di biblioteche, specialmente nelle comunità lontane dai grandi centri urbani, sono spesso l'unico punto di riferimento per la vita culturale e sociale dei territori e sono in prima linea nella lotta a uno dei mali che affligge l'Italia, il bassissimo tasso di lettura. Per un Paese che deve competere a livello internazionale non è certo confortante sapere che solo 4 italiani su 10 leggono almeno un libro all'anno. E meno del 14% dei lettori può dirsi "lettore forte" (ovvero, un lettore che legge almeno un libro al mese).

L'indagine «La produzione e la lettura di libri in Italia 2012 e 2013» realizzata dall'ISTAT e pubblicata il 30 dicembre 2013 è ricca di spunti di riflessione sia per quanto riguarda i rapporti tra la lettura e la qualità della vita (la condizione economica delle famiglie composte da persone che dichiarano di non leggere libri risulta relativamente peggiore rispetto a quelle dei lettori) e tra la lettura e i consumi culturali in genere (la mancata frequentazione dei libri risulta correlata con l'esclusione da altre forme di partecipazione e fruizione culturale). Dai dati ISTAT si evincono anche nessi tra la lettura e la disponibilità di ricchezza (le regioni italiane in cui si legge di più sono anche quelle con un reddito più elevato), con la inevitabile conclusione che la condizione economica delle famiglie composte da persone che dichiarano di non leggere libri risulta relativamente peggiore rispetto a quelle dei lettori.⁶

Eppure l'accesso alla conoscenza e alla informazione rappresenta una opportunità che dovrebbe essere capace di generare "mobilità sociale" (più precisamente mobilità intergenerazionale del reddito). Il fatto che la maggioranza della popolazione non tenga quindi nella giusta considerazione le utilità che derivano spiega risultati come quello che la *Conference Board of Canada* ha pubblicato nel gennaio 2013 esaminando il tasso di mobilità sociale in 13 Paesi considerati tra i più progrediti e ricchi del mondo: l'istituto canadese ha stilato una classifica, attribuendo ad ogni Stato un determinato punteggio, e l'Italia si è aggiudicata il penultimo posto.⁷

Purtroppo le conseguenze del disinteresse che circonda la pubblica lettura e della diffidenza ad investire in essa «si possono leggere nei risultati dell'indagine OCSE in 24 Paesi sviluppati: in una scala che va da 0 a 500 il punteggio medio degli italiani

6. Questi temi sono da tempo sotto osservazione da parte di molti studiosi e sono oggetto di esaustive ricerche effettuate da GIOVANNI SOLIMINE, *Acquisto e lettura di libri in Italia*, in *Rapporto sulle biblioteche italiane 2007-2008*, a cura di V. Ponzani, Roma, Associazione Italiana Biblioteche, 2009; Id., *L'Italia che legge*, Roma-Bari, Laterza, 2010; e Id., *L'Italia delle differenze. Il caso della lettura tra passato, presente e futuro*, in *L'Italia delle biblioteche: scommettendo sul futuro nel 150° anniversario dell'Unità nazionale*, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 2012.

7. <http://www.conferenceboard.ca/hcp/details/society/intergenerational-income-mobility.aspx> [ultima consultazione: martedì 01 aprile 2014].

(da 16 a 65 anni) nelle capacità linguistiche di lettura e scrittura (*literacy*) è pari a 250 (media Ocse 273) e in quelle numeriche (*numeracy*) scende a 247 (Ocse 269); siamo ultimi nelle competenze alfabetiche, dietro gli spagnoli, e penultimi in quelle scientifiche, rovesciando le posizioni (i greci non partecipavano alla gara).⁸

Altre statistiche potrebbero essere citate per mettere in luce che laddove si legge poco vi sono anche minori opportunità di sviluppo, un tenore di vita più basso e una fragilità sociale più accentuata. È noto che gli Stati europei con bilanci ed economie più solidi vantano anche indici di lettura assai più robusti di quelli italiani e questo *spread* pesa non solo sulla formazione e sul futuro dei nostri giovani ma anche sulla vitalità della nostra economia, sulla creatività della nostra imprenditoria e sulle opportunità di mercato. Il valore della biblioteca è dunque costituito primariamente dalle opportunità e dagli stimoli che essa genera: è dunque un valore culturale e sociale.

Per altro, ritornando ancora per un attimo alla ricerca dell'ISTAT, la biblioteca potrebbe contribuire e, di fatto contribuisce, ad eliminare alcune delle barriere che vengono additate come ostacoli alla lettura. Secondo gli editori, i principali fattori di ostacolo alla lettura dei libri sono:

- mancanza di efficaci politiche scolastiche di educazione alla lettura;
- il basso livello culturale della popolazione;
- politiche pubbliche di incentivazione all'acquisto dei libri inadeguate;
- scarsa promozione dei libri e della lettura da parte dei media.

In Italia, le biblioteche sono l'unico istituto che tradizionalmente si occupa di far nascere e di coltivare i lettori.⁹ Per questo la biblioteca, che favorisce la lettura ed elimina alcune barriere, può a buon diritto essere annoverata tra i «beni meritori» ovvero quei beni capaci di generare esternalità positive anche se fruiti solo da una parte della popolazione.

Dal punto di vista di chi scrive è dunque particolarmente grave il fatto che «l'art. 19 del Decreto sulla *spending review* [art. 19 del DL 6 luglio 2012, n. 95 convertito con modificazioni dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135] ha escluso i servizi culturali dal novero delle funzioni fondamentali dei Comuni: ciò significa che biblioteche, teatri, musei, archivi potranno essere finanziati solo dopo aver provveduto a tutte le funzioni obbligatorie».¹⁰

Dato quindi che in questi ultimi anni molte decisioni attorno ai servizi pubblici sono state prese a partire da esigenze economiche e di bilancio contingenti, abbiamo

8. F. ROTONDO, *Se son libri, (s)foglieranno*, in «Biblioteche Oggi», novembre 2013, p. 51.

9. «Mediamente le case editrici puntano molto di più al miglioramento della propria quota piuttosto che all'ampliamento della base dei lettori» (F. SEVERINO, *Marketing dei libri: teorie e casi di studio*, Milano, Ed. Bibliografica 2012, p. 35).

10. GIOVANNI SOLIMINE, CHIARA FAGGIOLANI, *Biblioteche moltiplicatrici di welfare: verso la biblioteconomia sociale*, in «Biblioteche Oggi», vol. XXXI, n. 3 (aprile 2013), p. 16.

voluto completare il percorso di analisi dei valori della biblioteca mettendo in luce il fatto che esiste anche un valore economico della biblioteca. Esso normalmente viene circoscritto all'ambito delle risorse che l'istituzione spende per svolgere la sua attività (la biblioteca come cliente) e di quelle che impegna per pagare il personale che vi lavora. Tuttavia è possibile e doveroso ampliare il discorso osservando che il servizio di pubblica lettura riesce a fungere da leva economica producendo un significativo risparmio, ovvero soldi che restano a disposizione dei cittadini. Quest'ultimo effetto si può misurare con un piccolo artificio: immaginando l'esistenza di un mercato che offra, a pagamento, gli stessi servizi delle nostre biblioteche. Ora, la biblioteca è in grado di far risparmiare la comunità come dimostra il saldo tra i costi di gestione (sopportati dal Comune) e l'ammontare di ciò che i cittadini avrebbero speso se avessero acquistato a pagamento i medesimi beni e servizi (soldi che invece hanno risparmiato).

Il risparmio generato: primi risultati

Dalle considerazioni fin qui espresse si deduce che l'obiettivo principale del progetto, di cui queste note rappresentano una sintesi didascalica, era quello di dare evidenza a cittadini, frequentatori e amministratori del valore delle nostre biblioteche anche in termini economici. In particolare si voleva esprimere il concetto di risparmio generato che tante volte passa in secondo piano rispetto a considerazioni di più ampia portata sul valore culturale e sociale della presenza di questi servizi.

Nell'affrontare il tema del calcolo del risparmio generato dalle biblioteche di pubblica lettura, siamo partiti da alcune osservazioni, per meglio definire obiettivi e modalità di analisi. Innanzitutto, la questione solo apparentemente banale, per cui il fatto che il servizio bibliotecario sia gratuito non significa che non si possa dargli un valore (anche economico). Anzi, riuscire a sintetizzare una realtà così complessa con un solo numero, che per sua natura è immediatamente confrontabile e non necessita di spiegazioni, visto che tutti sappiamo precisamente qual è il significato di 30 o 100 euro, ci pareva già di per sé un cambiamento culturale e gestionale.

Quello che ci interessava non era il bilancio sociale *tout court*, perché i benefici sociali e culturali della biblioteca rilasciano i loro effetti su un arco cronologico molto ampio. Ritenevamo invece più interessante, e maggiormente spendibile nel contesto in cui ci troviamo, uscire dalla prospettiva autoreferenziale, più burocratica e amministrativa, del costo dei servizi erogati per assumere la prospettiva dei cittadini e delle famiglie, maggiormente interessati a conoscere quanto il servizio pubblico fa loro risparmiare: volevamo riuscire a calcolare un numero

che desse in estrema sintesi l'ordine di grandezza del valore¹¹ di una biblioteca di pubblica lettura.

La novità di questa prospettiva non ha ancora incontrato modelli di calcolo del risparmio generato consolidati e univocamente riconosciuti. Probabilmente le differenze, in termini di dimensioni, finalità, *governance*, che si riscontrano tra biblioteche non facilitano l'individuazione di un metodo privo di approssimazioni e adattamenti, per cui anche per noi si trattava di raccogliere ciò che era disponibile adattandolo (e semplificandolo) alla nostra realtà¹².

Fortunatamente per quanto riguarda la disponibilità di dati non abbiamo dovuto affrontare grossi problemi: infatti le biblioteche pubbliche raccolgono molti indicatori di *performance*, che possono (e dovrebbero) essere utilizzati in modo armonico per calcolarne il valore economico. I dati buoni sono stati utilizzati con la convinzione che, essendo il nostro un modello empirico, si dovesse recepire appieno il principio della cautela, imputando solo valori certi e prudenziali.

La metodologia seguita ha visto alcuni passaggi obbligati, che riepiloghiamo velocemente:

1. Ricognizione bibliografica e analisi critica di *case history*: abbiamo cercato casi in cui si ponesse il tema del calcolo del valore economico delle biblioteche, cercando di valutare criticamente la adattabilità dei casi alla nostra realtà. Per questo abbiamo cercato sia modelli italiani¹³, sia modelli anglosassoni¹⁴
2. Studio di modelli economici di analisi: come riportato nella tabella 1, tra i principali modelli analizzati quello delle analogie di mercato, di valutazione contingente, il metodo dei prezzi edonici, il modello ottimizzante e il calcolo del *Return On Investment*.
3. Scelta del modello economico più vicino alla nostra realtà: il metodo che ci presentava maggiori benefici in termini di immediatezza concettuale, facilità espositiva e disponibilità dei dati, oltre che di coerenza con gli obiettivi preposti, ossia di generare un solo numero esplicativo e sintetico, è stato quello delle analogie di mercato.

11. Per valore, coerentemente alle teorie dell'analisi costi/benefici, intendiamo il valore economico – monetario – o sociale – monetizzabile.

12. Dal punto di vista metodologico abbiamo tratto notevoli spunti dal modello di bilancio sociale predisposto dalla biblioteca di Pistoia, all'interno del quale un capitolo è dedicato al risparmio generato <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/assets/files/download/files-vari/bilanciosociale2011.pdf>

13. Tra i materiali consultati di autori italiani: ROBERTO VENTURA, *La biblioteca rende. Impatto sociale e economico di un servizio culturale*, Editrice Bibliografica, 2010; PIERALDO LIETTI e STEFANO PARISE, *Il bilancio sociale della biblioteca*, in «Bollettino AIB», issn 1121-1490, vol. 46 n. 1/2 (March-June 2006), p. 9-21; MARIA CASSELLA, *Se la biblioteca accademica calcola il ritorno del suo investimento*, in «Biblioteche oggi», ottobre 2009.

14. ANNE MORRIS, JOHN SUMSION, AND MARGARET HAWKINS, *Economic Value of Public Libraries, in the UK, 2002* <http://www.librijournal.org/pdf/2002-2pp78-87.pdf>; *The Economic Impact of Libraries in Indiana* http://www.ibrc.indiana.edu/studies/economicimpactoflibraries_2007.pdf.

Tab. 1 – Modelli economici di analisi del valore dei beni pubblici presi in considerazione

	Cos'è	Punti di attenzione
ANALOGIE DI MERCATO	Consente di valutare quei beni che presentano caratteristiche simili a beni scambiati sul mercato, attraverso l'utilizzo dei prezzi di questi ultimi	Il bene deve essere sufficientemente omogeneo e il prezzo di mercato deve ragionevolmente approssimare la disponibilità a pagare degli utenti
VALUTAZIONE CONTINGENTE	attraverso sondaggi di opinione si quantificano sia la disponibilità a spendere per ottenere un miglioramento, sia la disponibilità a una compensazione economica nel caso in cui il servizio non fosse più disponibile	Utilizzabile quando non ci sono valori monetari di riferimento per lo stesso bene o beni analoghi. Il concetto di disponibilità a pagare può contenere numerose distorsioni
METODO DEI PREZZI EDONICI	È basata, come la precedente, sul concetto di disponibilità a pagare, ma utilizza tecniche econometriche che isolino i singoli servizi attraverso simulazioni	Il concetto di disponibilità a pagare può contenere numerose distorsioni Difficile trovare realtà confrontabili che permettano di isolare i singoli servizi
OPTIMISATION MODEL	Calcola il costo-efficacia della lettura tramite il calcolo del beneficio percepito - costo per l'uso del servizio (es.: in tempo) = surplus del consumatore. quando il costo supera il beneficio percepito l'uso del servizio s'interrompe	Più utile per calcolare la ragione economica di esistenza di una biblioteca che non il valore. La prospettiva è quella della biblioteca, non quella dell'utente o del territorio
R.O.I.	Il ROI è un indicatore impiegato per valutare la redditività degli investimenti di un'azienda e si calcola ponendo in rapporto il reddito operativo con il capitale investito. E' una misura dei benefici finanziari ottenuti a fronte dei costi che si sono dovuti sostenere.	La misurazione del valore sotto sta alle stesse problematiche precedenti. Non è alternativo ma è un'utile misurazione aggiuntiva

4. Spacchettamento del "servizio bibliotecario" nei microservizi, cui poi attribuire un valore di mercato. Quello che qui ci ha guidato è stato cercare di definire i singoli servizi in ottica di marketing, ossia leggendo i fenomeni, in questo caso i servizi, nella maniera in cui li legge, li disaggrega e li percepisce il cliente, attribuendogli un valore che non necessariamente coincide con quello che gli attribuisce il fornitore.
5. Attribuzione di un valore economico ai microservizi: una volta elencati i microservizi, abbiamo attivato la fase di ricerca dei prezzi di mercato, cercando le analogie massime. Per esempio, il prestito dei libri è stato valorizzato con il prezzo medio

secondo l'ISTAT dei libri al 2012¹⁵. Per le riviste, si è calcolato il prezzo medio delle riviste presenti in tre biblioteche del sistema, ed è stato portato a valore unitario. Non tutti i servizi sono stati valorizzati, da un lato per l'indisponibilità dei dati (per esempio manca un dato a livello di singola biblioteca del numero degli ebook e della musica dati in prestito, o dei quotidiani e delle riviste consultati online), dall'altro per il principio di cautela cui ci siamo ancorati (per esempio, il valore dello spazio fisico o del servizio di reference abbiamo preferito considerarlo nullo, non perché assente in assoluto, ma perché sul mercato è possibile trovare altri spazi di aggregazione o altre modalità di reference che, seppure meno qualificati, sono gratuiti).

Tab. 2 - Servizi della biblioteca di pubblica lettura e loro valorizzazione

	Valore unitario
PRESTITO LIBRI CARTACEI	€ 19,43 [*]
PRESTITO DVD	€ 3,00
CONSULTAZIONE LIBRI CARTACEI	€ 19,43
CONSULTAZIONE QUOTIDIANI	€ 1,20
CONSULTAZIONE RIVISTE	€ 5,00
ACCESSO SALA INFORMATICA	€ 2,50
PARTECIPAZIONE A CORSI E A EVENTI DI PROMOZIONE ALLA LETTURA	€ 4,00

* Il valore unitario è dal dato dal prezzo di copertina ricavato dalla rilevazione ISTAT «La produzione e la lettura di libri in Italia» (periodo di riferimento: anni 2011-2012) pubblicata nel 2013 e disponibile all'indirizzo: <http://www.istat.it/it/archivio/90222>. Il prezzo medio dell'anno successivo, reperibile sul sito <http://www.istat.it/it/archivio/108662>, è di 20,29 €.

6. *Check* sui dati disponibili e dati mancanti: una volta elencati i servizi e il prezzo unitario, abbiamo analizzato la disponibilità dei dati sulle occorrenze, ovvero il numero di libri e dvd prestati, di partecipanti ai corsi e così di seguito che andranno moltiplicati per il valore unitario per calcolare il valore del servizio. I sistemi informativi del sistema coprono i dati sui libri presi in prestito, sui dvd presi in prestito, e una attenta e puntuale registrazione di chi frequenta la sala informatica permette di avere il dato specifico. Tutti gli altri dati non sono presenti nei sistemi, per cui si è dovuto procedere alla raccolta dei dati.
7. Recupero empirico dei dati mancanti: per i dati mancanti è stato chiesto alle singole biblioteche di fare il conteggio in tre settimane dell'anno – scelte a

15. Un possibile affinamento del modello può prevedere la valorizzazione del prezzo del prestito di libri non con il prezzo medio ISTAT, ma con il prezzo effettivo di copertina del libro prestato, dato presente, ma non disponibile, nel gestionale attualmente in uso.

campione – di coloro che hanno partecipato a corsi o eventi e di coloro che hanno consultato libri e riviste. Il risultato è stato inferito all'intero anno.

8. Infine, è stato calcolato il risparmio generato totale, dato dalla formula:

$$\begin{aligned} \text{Risparmio generato totale} &= \text{Costi totali} - \text{Ricavi totali} \\ \text{Con: Costi totali} &= \text{spese di funzionamento in parte corrente} \\ &+ \text{spese di investimento in conto capitale} \\ \text{Ricavi totali} &= \sum_i \text{valore}_i \times \text{numero}_i \end{aligned}$$

E calcolato il risparmio per residente, per famiglia e per frequentante, semplicemente dividendo il risparmio totale rispettivamente per il numero dei cittadini, per il numero delle famiglie e per il numero degli iscritti alla biblioteca.

Quello che volevamo ottenere, con questo modello di analisi, era una modalità di lettura semplice, diretta e facilmente comunicabile. I miglioramenti che possono essere fatti, a partire da un utilizzo più efficace dei dati disponibili, sono molti, ma riteniamo che, nella sua semplicità, questo modo di raccontare un mondo complesso e ricchissimo quale quello delle biblioteche di pubblica lettura restituisca in modo potente il concetto di *valore*: culturale, sociale, ma anche economico.

Gli esempi che seguono mostrano i primi risultati di questo esperimento:

Anno 2013 - Risparmio generato dalla Biblioteca di MONTIRONE			
ELEMENTI CONSIDERATI	VALORI	SUDDIVISIONE DELLE SPESE	VALORI
Spesa complessiva dal conto consuntivo dell'Ente*	€ 61.487,61		
Abitanti residenti nel Comune	5178	Spesa per abitante	€ 11,87
Utenti attivi (residenti nel Comune)	997	Spesa per utente attivo	€ 61,67
Famiglie residenti nel Comune	2062	Spesa per famiglia	€ 29,82
SERVIZI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE	OCCORRENZE NELL'ANNO	VALORE UNITARIO	VALORE TOTALE
Prestito locale libri**	11621	€ 19,43	€ 225.796,03
Prestito locale audiovisivi, multimedia, DVD	1806	€ 3,00	€ 5.418,00
Prestito interbibliotecario in entrata libri	1377	€ 19,43	€ 26.755,11
Prestito interbibliotecario in entrata audio, multimedia, DVD	291	€ 3,00	€ 873,00
Consultazione libri della biblioteca	5025	€ 19,43	€ 97.635,75
Lettura quotidiani	0	€ 1,20	€ 0,00
Lettura riviste	250	€ 5,00	€ 1.250,00

Utilizzo dei pc della biblioteca o della rete WiFi (numero sessioni)	518	€ 2,50	€ 1.295,00
Partecipazione a corsi e a eventi di promozione della lettura	1483	€ 4,00	€ 5.932,00
Risparmio totale	€ 303.467,28	REDDITIVITÀ DELLA BIBLIOTECA	493,54%
Risparmio per persona residente	€ 58,61		
Risparmio per utente attivo	€ 304,38		
Risparmio per famiglia	€ 147,17		

* La spesa complessiva, tratta dal conto consuntivo dell'ente, comprende tutte le voci di spesa di parte corrente (personale, gestione ordinaria della sede, acquisti, promozione della lettura, quota di adesione al sistema bibliotecario) ed eventualmente di conto capitale (acquisto di attrezzature, arredi, pc...) ad eccezione del valore dell'immobile che è di proprietà dell'ente e non è gravato da mutui.

** Il valore unitario è dal dato dal prezzo di copertina ricavato dalla rilevazione ISTAT «La produzione e la lettura di libri in Italia» (periodo di riferimento: anni 2011-2012) pubblicata il 16 maggio 2013 e disponibile all'indirizzo: <http://www.istat.it/it/archivio/90222> [ultima consultazione: martedì 01 aprile 2014]. Siamo consapevoli che il prestito non vale quanto il prezzo di copertina del libro (come se le biblioteche lo regalassero all'utente), tuttavia il prezzo di copertina è l'unico indicatore capace di esemplificare il costo che dovrebbe obbligatoriamente sostenere chi voglia effettuare una lettura.

Anno 2013 - Risparmio generato dalla Biblioteca di MAZZANO

ELEMENTI CONSIDERATI	VALORI	SUDDIVISIONE DELLE SPESE	VALORI
Spesa complessiva dal conto consuntivo dell'Ente	€ 135.239,60		
Abitanti residenti nel Comune	12286	Spesa per abitante	€ 11,01
Utenti attivi (residenti nel Comune)	2176	Spesa per utente attivo	€ 62,15
Famiglie residenti nel Comune	4856	Spesa per famiglia	€ 27,85
SERVIZI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE	OCCORRENZE NELL'ANNO	VALORE UNITARIO	VALORE TOTALE
Prestito locale libri	26571	€ 19,43	€ 516.274,53
Prestito locale audiovisivi, multimedia, DVD	4176	€ 3,00	€ 12.528,00
Prestito interbibliotecario in entrata libri	4110	€ 19,43	€ 79.857,30
Prestito interbibliotecario in entrata audio, multimedia, DVD	1.406	€ 3,00	€ 4.218,00
Consultazione libri della biblioteca	2175	€ 19,43	€ 42.260,25
Lettura quotidiani	5975	€ 1,20	€ 7.170,00
Lettura riviste	1150	€ 5,00	€ 5.750,00
Utilizzo dei pc della biblioteca o della rete WiFi (numero sessioni)	6682	€ 2,50	€ 16.705,00
Partecipazione a corsi e a eventi di promozione della lettura	1557	€ 4,00	€ 6.228,00
Risparmio totale	€ 555.751,48	REDDITIVITÀ DELLA BIBLIOTECA	410,94%
Risparmio per persona residente	€ 45,23		
Risparmio per utente attivo	€ 255,40		
Risparmio per famiglia	€ 114,45		

Anno 2013 - Risparmio generato dalla Biblioteca di POZZOLENGO

ELEMENTI CONSIDERATI	VALORI	SUDDIVISIONE DELLE SPESE	VALORI
Spesa complessiva dal conto consuntivo dell'Ente	€ 31.818,00		
Abitanti residenti nel Comune	3461	Spesa per abitante	€ 9,19
Utenti attivi (residenti nel Comune)	446	Spesa per utente attivo	€ 71,34
Famiglie residenti nel Comune	1376	Spesa per famiglia	€ 23,12
SERVIZI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE	OCCORRENZE NELL'ANNO	VALORE UNITARIO	VALORE TOTALE
Prestito locale libri	5633	€ 19,43	€ 109.449,19
Prestito locale audiovisivi, multimedia, DVD	42	€ 3,00	€ 126,00
Prestito interbibliotecario in entrata libri	1447	€ 19,43	€ 28.115,21
Prestito interbibliotecario in entrata audio, multimedia, DVD	329	€ 3,00	€ 987,00
Consultazione libri della biblioteca	104	€ 19,43	€ 2.020,72
Lettura quotidiani	0	€ 1,20	€ 0,00
Lettura riviste	0	€ 5,00	€ 0,00
Utilizzo dei pc della biblioteca o della rete WiFi (numero sessioni)	126	€ 2,50	€ 315,00
Partecipazione a corsi e a eventi di promozione della lettura	1488	€ 4,00	€ 5.952,00
Risparmio totale	€ 115.147,27	REDDITIVITÀ DELLA BIBLIOTECA	361,89%
Risparmio per persona residente	€ 33,27		
Risparmio per utente attivo	€ 258,18		
Risparmio per famiglia	€ 83,68		

In conclusione possiamo ben dire che la biblioteca è «un problema sociale», nel senso che il suo funzionamento dovrebbe riguardare tutta la comunità e non solo i suoi utilizzatori abituali. Infatti sono tutti i cittadini a beneficiare, direttamente o indirettamente, della sua presenza e delle esternalità positive che genera. Oggi più che mai si dovrebbe affermare con forza che la biblioteca di pubblica lettura è un bene collettivo, un patrimonio di tutti, non solo perché aperta a tutti, ma perché in grado di ampliare il suo raggio di attività a favore di tutta la comunità. E anche da un punto di vista economico, la biblioteca, generando un consistente risparmio nella comunità¹⁶, produce di fatto un *surplus* di risorse, un "utile" che la rende sicuramente ascrivibile al capitolo di spesa per gli investimenti (ovvero, spesa che nel tempo produce un ritorno ben superiore) piuttosto che al capitolo, oggi molto *sub judice*, della spesa pubblica corrente.

16. ROBERTO VENTURA, *La biblioteca rende: impatto sociale e economico di un servizio culturale*, Milano, Editrice Bibliografica 2010.



APPASSEGGIO NELLA LETTERATURA

Maria Teresa Natale, Giuliana Zagra (Associazione culturale GoTellGo)

Il progetto IO LEGGO può considerarsi il punto di arrivo di un processo di riflessione intorno al valore della "passeggiata" come momento culturale partecipato che la nostra associazione sta portando avanti già da alcuni anni e che si è tradotta in una serie di iniziative concrete verificate sul campo.

Passeggiare insieme, al di là dell'aspetto contenutistico del percorso, può considerarsi di per sé un atto culturale, in quanto contiene al suo interno momenti significativi quali quelli della socializzazione, della condivisione dei saperi, della presa di coscienza del territorio con cui si interagisce.

Il binomio letteratura-territorio si è sviluppato quindi si può dire quasi naturalmente all'interno del nostro lavoro, proprio perché l'interazione tra questi due elementi è spesso fortissima e inscindibile, tanto che sempre più è oggetto di interesse e di approfondimento in vari settori, a partire dal turismo alla scuola e alla didattica in genere.

La letteratura è uno strumento formidabile per rievocare il nostro passato, per ricostruire atmosfere, stili di vita, paesaggi, ormai cancellati dal tempo, per restituire memoria e vissuto a luoghi che oggi rischiano sempre più di perdere la loro identità. Viceversa il territorio consente di contestualizzare il racconto, a volte stimolando voli di fantasia, di entrare dentro il microcosmo narrativo e in questo modo di far avvicinare di più i potenziali lettori al libro e alla lettura.

Da questa convinzione nasce dunque il progetto "APPasseggio nella letteratura" finanziato nel 2015 nell'ambito del Bando della Regione Lazio "IO LEGGO" che prevedeva iniziative e interventi regionali in favore della promozione del libro, della lettura e delle piccole e medie imprese editoriali del Lazio.

Il progetto si prefiggeva alcuni obiettivi fondamentali: la definizione di una metodologia per la creazione di itinerari letterari, la realizzazione di una serie di percorsi letterari nel territorio regionale, l'organizzazione di laboratori per incentivare la lettura e il turismo letterario, la realizzazione di un sito web dedicato.

Ciò allo scopo di affiancare alla componente turistica di valorizzazione del territorio un'azione più specifica e mirata di promozione della lettura. La formula proposta si sviluppa su due piani: l'invito alla lettura di opere narrative legate a un contesto territoriale e in parallelo la ricostruzione della memoria di territori che sono stati al centro di una significativa "vita culturale".

Diamo qui conto dei principali risultati del progetto.

Linee guida per la progettazione di itinerari letterari

Le *Linee guida per la progettazione di itinerari letterari*, disponibili in formato cartaceo e liberamente scaricabili dal web (<http://www.appasseggionellaletteratura.it/>)

it/progettazione_itinerari_letterari), sono state realizzate nella versione 1.0 a maggio 2015. L'obiettivo era fornire uno strumento di base, un punto di partenza, agli istituti culturali, alle associazioni e agli operatori turistici che vogliano realizzare itinerari letterari e promuovere nuove modalità di valorizzazione del territorio associate alla promozione della lettura.

Le linee guida possono considerarsi un manuale pratico in cui emergono i rapporti tra territorio, letteratura e turismo e vengono forniti gli elementi necessari alla costruzione di un itinerario letterario. A partire dall'analisi della passeggiata letteraria e delle sue caratteristiche identificative, del target di utenti e fruitori a cui è rivolta, si forniscono suggerimenti e modelli concreti per la costruzione dei percorsi e della loro valorizzazione, in modo che possano diventare un'opportunità coinvolgente anche per le comunità presenti sul territorio. Non mancano anche utili spunti per organizzare laboratori sperimentali di lettura espressiva.

Nell'ambito del progetto, abbiamo realizzato il sito web www.appasseggonellaletteratura.it contenente alcuni suggerimenti concreti di itinerari letterari, il manuale con le linee guida metodologiche; una banca dati degli operatori della filiera culturale; un modulo di *crowdsourcing* per permettere anche agli utenti esterni di proporre punti di interesse. Per la realizzazione del sito web è stato utilizzato il software open source MOVIO, reso disponibile dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo.

Il sito web, <http://www.appasseggonellaletteratura.it>, è stato lanciato pubblicamente a dicembre 2016, nell'ambito di Più libri Più liberi, la Fiera della media e piccola editoria che ogni anno si tiene a Roma a fine anno.



Homepage del sito

Uno strumento molto interessante all'interno del sito è la *Banca dati Luoghi del libro*, contenente circa 1700 schede di soggetti, pubblici o privati, che partecipano alla diffusione della lettura nella Regione Lazio: biblioteche di tutti i tipi, da quella di condominio alla Nazionale; bibliobus; librerie moderne e antiquarie, specializzate e generaliste; mercatini di libri usati; aree di bookcrossing; caffè letterari; bibliopoint e centri di promozione della lettura. Attraverso una mappa geografica o inserendo parole chiave nella maschera di ricerca, i cittadini potranno cercare i luoghi della lettura più vicini a loro o che corrispondono alle loro esigenze. Le informazioni a corredo delle schede provengono da due nuclei principali: l'Anagrafe delle Biblioteche Italiane, curata dall'Istituto Centrale per il catalogo Unico delle Biblioteche Italiane, e la pubblicazione del 2011 "Librerie intraprendenti del Lazio. Guida alle librerie intraprendenti della regione Lazio", curata da Maurizio Caminito, Sabina de Tommasi, Sara Severoni con il supporto di Flavia Castelli. Si è inoltre proceduto all'integrazione dei dati mancanti includendo anche altre tipologie di luoghi della lettura. Ogni luogo del libro, oltre ad essere schedato, è stato geolocalizzato sulla mappa di Google, integrata nel software MOVIO tramite API. Curioso notare come l'alto numero di luoghi dei libri inseriti in banca dati vada a rappresentare in mappa la forma del territorio della Regione Lazio.

Da sito web si può accedere anche alla *Banca dati Citazioni*, contenente al momento 500 citazioni letterarie, relative al territorio del Lazio. Le citazioni sono ricercabili attraverso chiavi diverse: autore, provincia, comune, secolo, genere.

Anche in questo caso, ogni citazione, oltre ad essere schedata, è stata geolocalizzata sulla mappa di Google.

Cerca i luoghi dei libri

NOME

PROVINCIA

COMUNE

CAP

MUNICIPIO

TIP

AMBITO

Risultato della ricerca:
900 di carta
provincia: Roma
comune: Roma
tipo: Libreria antiquaria e usato

Selezionare una voce dall'elenco:
Bibliobus
Bibliotecnica
Bibliopoint
Biblioteca condominiale
Biblioteca ecclesiastica
Biblioteca privata
Biblioteca pubblica
Biblioteca pubblica statale
Biblioteca scolastica
Biblioteca specializzata
Biblioteca universitaria
Bookcrossing zone
Caffè letterario
Centro di promozione della lettura
Libreria
Libreria antiquaria e usato
Libreria specializzata
Mercato libri usati

Maschera di ricerca della banca dati Luoghi dei libri

Cerca le citazioni

AUTORE

PROVINCIA

COMUNE

SECOLO

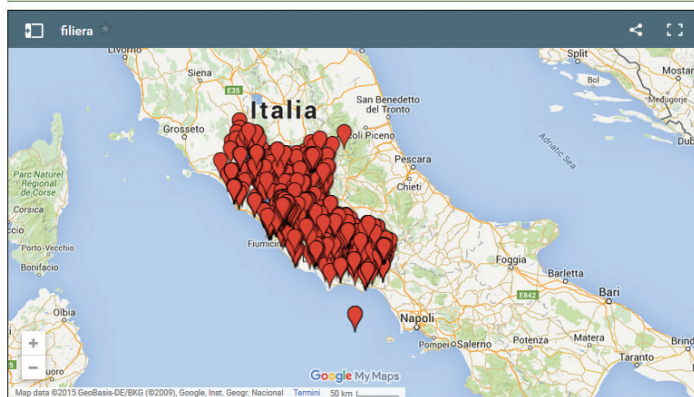
GENERE

Risultato della ricerca:
Albinati, Edoardo (19)
provincia: Roma
comune: Roma
nazione autore: Italia
secolo: XX-XXI
luogo_citato: Via del Mar

Selezionare una voce dall'elenco:
Autobiografia
Biografia
Cronaca
Diario
Diario di viaggio
Editoriale
Epistolario
Guida storica
Intervista
Letteratura per ragazzi
Orazione
Poema epico
Poesia
Racconto

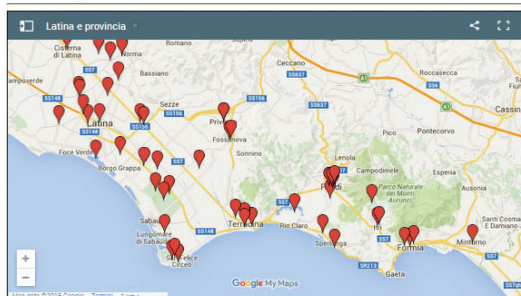
Maschera di ricerca della banca Citazioni letterarie

I luoghi del libro su mappa

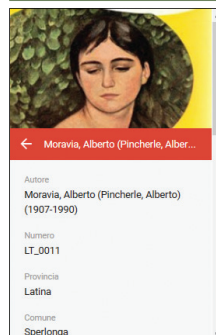


Tutti i luoghi dei libri geolocalizzati

Latina e provincia



Latina e provincia



Esempio di citazioni geolocalizzate su GoogleMap

Abbiamo anche avviato la costruzione della *Banca dati Scrittori*, su base regionale, in cui elencare per ogni scrittore i luoghi a lui associati a Roma e nel Lazio (targhe, statue, case, tombe ecc.), corredati ove possibile con le immagini dei luoghi.

Ci auguriamo che nel tempo il sito venga arricchito di maggiori informazioni grazie al contributo degli utenti che potranno fornire indicazioni e inviare immagini mediante un modulo dedicato. I dati raccolti verranno vagliati dalla redazione che provvederà a pubblicarli sul sito nelle rispettive sezioni.

Nell'ambito del progetto, abbiamo anche realizzato numerose passeggiate letterarie in cui è stato messo in pratica quanto proposto nelle Linee guida.

Siamo convinti, anche sulla base delle valutazioni ricavate dalle nostre esperienze, che le passeggiate letterarie corrispondano a una precisa domanda, talvolta inconsapevole da parte dei cittadini, poiché, insieme alle altre azioni di promozione del libro e della cultura, contribuiscono a migliorare la qualità della vita all'interno di una comunità territoriale più o meno ampia.



Passeggiate letterarie

APPasseggio nella Letteratura





Ernesto Preziosi
Il Vittorioso. Storia di un settimanale per ragazzi 1937-1966
Il Mulino, Bologna 2012,
pp. 352
ISBN 9788815237880

«Il Vittorioso» è stato un periodico a fumetti fondato nel 1937 e chiuso nel 1970, dopo che già nel 1967 aveva cambiato nome (era stato «Vitt: il rotocalco dei ragazzi»). Promosso dalla Gioventù Italiana di Azione Cattolica, circolava non in edicola, ma nelle parrocchie e negli oratori; trovava ne «L'Avventuroso» un rivale nell'editoria periodica per ragazzi e sceglieva di pubblicare soltanto autori e disegnatori italiani. Tra le sue firme si trovavano Caesar, Craveri, Landolfi, Nizzi, Fenzo; sulle sue pagine debuttò il giovane Jacovitti con Pippo e gli inglesi, di propaganda antibritannica.

Ernesto Preziosi, docente di Storia contemporanea all'Università degli Studi di Urbino «Carlo Bo» e autore di varie pubblicazioni, ha ripercorso questa storia nella storia d'Italia: all'inizio, troviamo Gino Bartali che va a visitare la tipografia in cui si stampa il giornale, nel 1940. Già nel 1937 il campione aveva donato una bicicletta legandola a un premio per estrazione del giornale (e non sarebbe stata l'unica donazione del ciclista nella storia della testata), tanto che il poeta Luigi Giglioli gli aveva dedicato una poesia, *Bartali e il Vittorioso*. Questi episodi già evidenziano perfettamente la direzione che il giornale si proponeva di indicare:

si trattava del tentativo cattolico di istituire un modello di pedagogia, di educazione, di militanza, di associazionismo giovanile diverso, anzi opposto, a quello fascista. Le sue origini vengono rintracciate in quel Movimento aspirantistico all'interno della Società della Gioventù Cattolica (poi Gioventù Italiana di Azione Cattolica), la cui principale novità era il tentativo di rendere i ragazzi veri protagonisti, un tentativo di associazionismo cattolico per giovani, rivolgendosi loro con spirito missionario. La storia del «Vittorioso» è anche la storia di chi cercava di raccogliere la sfida all'alfabetizzazione durante

la guerra (e negli anni Trenta, il mondo del fumetto aveva conosciuto un vero boom), una storia che attraversa il periodo della Resistenza e del dopoguerra e che muta, deve mutare, quando i suoi protagonisti si trovano costretti a fare i conti con le nuove forme (non solo del fumetto) negli anni Cinquanta. Ma è già un altro mondo.

Michela Monferrini



Roberto Moiso
Un romanzo di carta
Gli Specchi, Marsilio, Venezia 2014
pp.206
ISBN 9788831718509

Docente di Comunicazione Pubblica all'Università di Torino, Roberto Moiso ha scritto una storia della principale, e senza rivali, fiera letteraria italiana: il Salone del Libro di Torino, che dal 1988 ha conosciuto molti

cambiamenti, ha visto fallimenti, nascite, successi (di case editrici, di collane, di scrittori, di libri). È una storia strettamente connessa a quella delle persone che l'hanno dapprima immaginata, poi realizzata non senza difficoltà, dubbi, interferenze (anche politiche), quindi dei protagonisti che da quasi trent'anni la rendono possibile e grande; ma è anche connessa alla storia di un luogo, il Lingotto di Torino restaurato da Renzo Piano che ne è il cuore pulsante, il centro nevralgico, ogni anno letteralmente invaso – come tutta la città, del resto – da "addetti ai lavori", lettori, studenti, curiosi.

La particolarità del libro di Moisis – nel quale inoltre si trova una bella galleria di immagini storiche del Salone – è quella di trattare una materia da saggio, come fosse un romanzo (si veda il capitolo sul derby culturale Torino-Milano): con quel che di avventuroso, di pionieristico, di romantico, quasi di visionario che inevitabilmente questa storia doveva recare con sé. Sin dal primo momento, quando un libraio con molta esperienza e molti Paesi negli occhi, una politica e un commercialista si incontrano e partoriscono un'idea che cambia un po' il volto dell'annuale calendario culturale italiano sino ai nostri giorni, un'idea che ha subito la grande fortuna di avere il logo disegnato, firmato da Armando Testa: è nato il Salone. È un percorso ricco di aneddoti

e curiosità, un percorso che finisce per essere molti percorsi, se si considera che soprattutto negli ultimi anni il Salone è diventato un progetto che copre l'intero anno culturale e si ramifica in diverse iniziative che non riguardano soltanto Torino, ma l'intero Paese. Moisis segue tutte le piste e fa certamente del Lingotto, per chi ci andrà in periodo di Fiera e dopo aver letto il libro, un luogo ricco di storia, oltretutto di cultura.

Michela Monferrini



Luciana Cumino

Come gestire gli ebook in biblioteca

Nicola Cavalli

Come promuovere la lettura attraverso il social reading

Cristina Bambini

Come organizzare la presenza della biblioteca sui social network

Caterina Raimonda

Come costruire un percorso di lettura tra biblioteca e scuola

Collana Library Toolbox

Editrice Bibliografica, Milano 2014

ISBN 9788870758016

ISBN 9788870758085

ISBN 9788870757996

ISBN 9788870758047

La lettura digitale rappresenta un fenomeno che le biblioteche non possono di certo ignorare, ma che devono raccogliere come una sfida: il divario tra nativi digitali (coloro che sono nati nell'era del web 2.0) e immigranti digitali (quelli che, invece, hanno vissuto la transizione dal mondo essenzialmente cartaceo e dei telefoni fissi all'epoca dei social network, degli smartphone e degli e-reader) si colmerà lentamente e una strategia di trasformazione può risultare efficace per la sopravvivenza e lo sviluppo delle biblioteche. Questa soluzione accomuna i quattro saggi pubblicati nella collana Library Toolbox dell'Editrice Bibliografica. In "Come gestire gli ebook in biblioteca" l'autrice illustra come organizzare il prestito digitale nelle biblioteche pubbliche, sulla base di esempi vincenti nel territorio italiano: informazioni utili su strumenti e modalità idonei per avviare servizi di prestito di e-book ed e-book reader sono precedute da un'interessante panoramica generale sugli e-book e le

regolamentazioni vigenti. Prestare documenti digitali nel rispetto della legge sul diritto d'autore è possibile e costituisce un nuovo ramo dei servizi bibliotecari. Questi ultimi possono anche avvalersi delle opportunità del gratuito in rete o di accordi con case editrici.

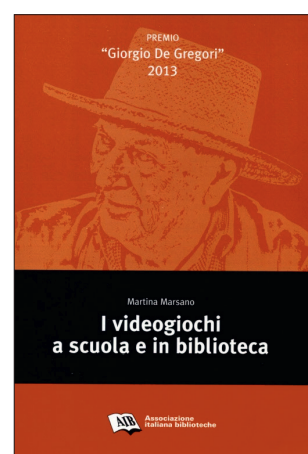
Sfruttare il carattere associativo e di condivisione della lettura diventa ancora più semplice attraverso l'attività di social reading, un ulteriore strumento che può mantenere le biblioteche protagoniste anche con il passaggio al digitale. La lettura come momento di socializzazione e creazione di un sentimento di comunità: lo scambio di commenti, note e osservazioni, ovvero il social reading, può essere organizzato nel contesto di una biblioteca, attraverso alcuni accorgimenti messi in luce nel saggio "Come promuovere la lettura attraverso il social reading". Andare incontro agli utenti significa anche imparare a parlare il loro linguaggio e adattarsi a nuovi metodi di promozione delle attività della biblioteca: ecco che i social network diventano efficaci agende di pubblicazione e piattaforme di visibilità. "Come organizzare la presenza della biblioteca sui social network" si dimostra un utile prontuario per creare relazioni, condividere attività e presentare i servizi dell'istituzione sulla vetrina

affollata di Facebook e Twitter. La comunicazione social si affianca al lavoro quotidiano della biblioteca e diventa uno strumento importante per instaurare un rapporto emotivo con frequentatori reali e virtuali, senza per questo perdere la rispettabilità di ente pubblico.

Tra i compiti delle biblioteche viene preso in esame anche il modo di appassionare alla lettura gli esponenti per eccellenza della categoria dei nativi digitali (i ragazzi dagli 11 ai 14 anni). L'agile volume "Come costruire un percorso di lettura tra biblioteca e scuola" offre alcuni consigli preziosi, oltre che vere e proprie liste di libri appartenenti a diversi generi e a tematiche allettanti per la fascia d'età. Il bibliotecario saprà creare l'atmosfera giusta e catturare l'attenzione delle classi in visita, proponendo un percorso di lettura e spiegando il funzionamento del servizio di prestito. Grazie all'esperienza diretta dell'autrice, è possibile districarsi nel vastissimo panorama della letteratura per ragazzi e trovare spunti stimolanti per consigliare a lettori di gusti e attitudini diverse una serie di libri che difficilmente li deluderanno. Far fronte con lucidità e concretezza al passaggio al digitale, al cambiamento di abitudini di lettura e a nuovi sistemi di promozione sono gli obiettivi degli autori

(professionisti e ricercatori del settore) di questa serie di saggi, che si avverano una risorsa indispensabile sia per il personale che per gli utenti (reali e futuri) delle biblioteche.

Caterina Sansoni



Martina Marsano
I videogiochi a scuola e in biblioteca
 Associazione italiana biblioteche, Roma 2014
 pp.120
 ISBN 9788878122338

Considerare i videogiochi una forma di intrattenimento non è altro che un luogo comune e risulta ancor di più riduttivo dopo la lettura del libro di Martina Marsano. Si dimostra convincente la tesi che vede il videogioco un tramite efficace tra il popolo dei nativi digitali e, da una parte, il mondo dell'istruzione

e, dall'altra, le biblioteche. In effetti, sembra possibile attuare strategie di apprendimento basate sui videogiochi, che presentano caratteristiche tali da incentivare fortemente l'assimilazione di nuove conoscenze. Attraverso il gioco, il bambino e l'adolescente sviluppano capacità di *problem solving*, tolleranza all'errore e interazione sociale, il tutto accompagnato da una decisa motivazione e da una buona dose di divertimento. Nonostante restino sospese le tematiche riguardanti il rapporto dei videogiochi con alcune implicazioni di genere (resta effettivamente un mondo prettamente maschile) e con forme di dipendenza e di violenza (soprattutto a causa di giochi di combattimento), è indubbia la loro valenza positiva nell'ambito dell'apprendimento. Ormai la lacuna tra vita scolastica (ancora basata su un vecchio paradigma d'istruzione) e vita non scolastica (dove i nativi digitali diventano sempre più *multitasking* e utilizzano un metodo di apprendimento informale) si avverte sempre più profonda. È qui che entra in scena il videogame, il cui plusvalore va ricercato nella sua caratteristica vincente, l'apprendere giocando (*edutainment*). In questo contesto, anche il fallimento non rappresenta un problema, ma un prerequisito fondamentale per imparare.

Una serie di videogiochi e di realtà scolastiche incentrate sul *digital game-based learning* viene riportata a riprova di quest'importante utilizzo dei videogame. Questi ultimi, se inseriti in spazi ed eventi appropriati, possono contribuire positivamente a rendere la biblioteca un luogo pubblico conviviale e un'istituzione democratica per eccellenza. Il videogioco rappresenta non solo un elemento di cultura e un prodotto talvolta artistico, ma può creare anche senso di comunità e sviluppare maggiori capacità relazionali negli utenti che si vedono coinvolti in un evento di *gaming*. Attraverso alcune interviste a diretti interessati, sono riportati esempi dei benefici delle attività di gioco collettivo nelle biblioteche, le quali mostrano così un'attenzione particolare al pubblico più giovane e non solo, coinvolgendo anche i genitori. Grazie a questo excursus sul mondo dei videogiochi e sulle sue incursioni nella dimensione culturale e sociale, si comprende che il gioco come prerogativa umana trova indubbiamente nei videogame la sua esplicitazione più vicina al mondo dei nativi digitali e si dimostra un'ottima forma di apprendimento alternativo: sfruttare questa risorsa da parte delle scuole e delle biblioteche italiane (visto che per ora è soprattutto negli

Stati Uniti che le suddette strategie trovano terreno fertile) potrebbe avverarsi una soluzione vincente, a patto di ricorrere a forme di saggezza digitale e ad impieghi moderati e controllati da personale preparato.

Caterina Sansoni



Nicola De Bellis
**Introduzione alla bibliometria:
 dalla teoria alla pratica**
 Associazione Italiana
 Biblioteche, Roma 2014
 pp.205
 ISBN 9788878122277

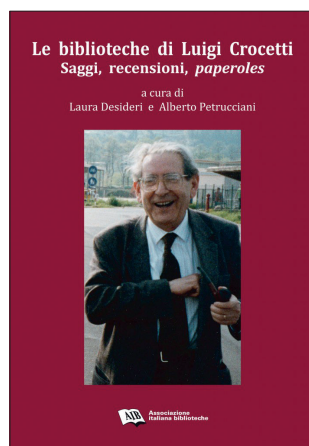
Volendo semplificare, la bibliometria è quella scienza che attraverso l'uso di tecniche matematiche e statistiche, analizza i modelli di distribuzione delle pubblicazioni scientifiche e ne verifica l'impatto all'interno delle comunità scientifiche.

È una scienza giovane, i cui studi risalgono agli anni Venti, ma che deve ancora esprimere appieno le sue potenzialità. È infatti solo nel periodo della creazione massiccia di banche dati e, ancora di più, della creazione di risorse open source (nel cui campo c'è ancora molto da fare) che la bibliometria potrà far pesare seriamente il suo contributo in ambito culturale. In questo saggio, l'autore Nicola De Bellis, docente presso la Biblioteca Medica di Modena e Reggio Emilia ed esperto di bibliometria, ne traccia un percorso al fine di presentarne un'introduzione, dai suoi aspetti più tecnici agli esempi applicativi: la sua storia, gli strumenti – tra cui troviamo anche Google Scholar –, metodologie di analisi e strumentistica, la costruzione di mappe, le fonti, le potenzialità, lo studio dei risultati, le applicazioni commerciali, i punti di incrocio e possibilità con le altre scienze.

La difficoltà – che l'autore del libro non nasconde, ma che cerca di interpretare – è che a differenza di molte altre scienze definite "esatte", dove l'oggetto è matematicamente, fisicamente, statisticamente stabilito, la bibliometria usa la matematica, la scienza, la statistica, avendo per oggetto dati sensibili di variazione soggettiva, psicologica, sociale, ma li tratta, deve trattarli,

da oggetti scientificamente determinati, diventando quel campo del sapere in cui anche le pubblicazioni diventano dato, hanno fonti precise, una metodologia di interpretazione più che certa, risultati esatti: perché in fondo chi l'ha detto che la cultura non può e anzi non deve essere analizzata anche alla lente di ingrandimento della scienza?

Michela Monferrini



Le biblioteche di Luigi Crocetti. Saggi, recensioni, paperoles

A cura di Laura Desideri e Alberto Petrucciani,
Associazione Italiana Biblioteche, Roma 2014
p. 671
ISBN 9788878122314

"Dalla metamorfosi nascerà una nuova vitalità della biblioteca, se i bibliotecari

avranno coraggio di viverla, questa biblioteca, anche se forse non è la biblioteca sognata; di vivere questo mondo anche se non è il migliore dei mondi possibili"

Luigi Crocetti

A sette anni dalla scomparsa, l'Associazione Italiana Biblioteche ha pubblicato *Le biblioteche di Luigi Crocetti*, un'ampia antologia – a cura di Laura Desideri e Alberto Petrucciani, con la cronologia curata da Silvia Alessandri, che completa il volume – di scritti prodotti nell'intero arco della vita professionale (dal 1963 al 2007) di uno dei massimi bibliotecari del Novecento italiano, che seppe indicare con lucidità la strada della modernizzazione alle generazioni dei bibliotecari suoi contemporanei. Ripercorrere oltre quarant'anni dell'intensa e longeva vita professionale di Crocetti è – spiega Stefano Parise (AIB) – non solo un omaggio a un indiscusso maestro, ma anche un modo per condividere le competenze e la serietà che emerge da ogni pagina scritta. L'intento infatti è stato quello, sottolineato anche dai curatori, di progettare un libro, che somigliasse quanto più possibile all'autore, destinato a chi ha conosciuto personalmente Luigi Crocetti e a quanti si avvicineranno e lo scopriranno attraverso la lettura.

Tutto il percorso professionale dello studioso è stato scandito da un'attività scientifica ed editoriale intensa, solo in minima parte però affidata a lavori monografici. Gli scritti, spesso occasionali, prendono spunto da situazioni concrete per poi diventare riflessioni puntuali nel dibattito sulle biblioteche, senza perdere di vista mai il fermento politico culturale contemporaneo. D'altra parte Crocetti era convinto che "le biblioteche debbano per loro natura essere profondamente immerse nel flusso culturale generale". Novità di questa pubblicazione rispetto ad altre raccolte in commercio, è la presenza di recensioni, presentazioni e prefazioni. I documenti scelti (180 in tutto) – organizzati in otto sezioni con ordine interno cronologico (Biblioteche, bibliotecari, biblioteconomia; L'Associazione; Restauro, conservazione, tutela; Classificazione e catalogazione; Bibliografie e cataloghi; Libro editoria lettura; Conservare il Novecento; Lettere e paperoles), più l'inedita *Relazione sulla Biblioteca Moreniana* redatta su incarico della Provincia di Firenze nel 1989 – danno l'idea della profondità con cui Crocetti ha trattato temi diversi con uno stile letterario asciutto ed essenziale. I testi inclusi nell'antologia, accuratamente rivisti, sono stati già divulgati in precedenza in una grande

varietà di sedi, diversissime quanto a norme redazionali, ed è per questo motivo – si spiega nella Nota dei curatori – che si è ritenuto opportuno uniformarli con interventi che rispettassero possibilmente le preferenze e le abitudini dell'autore.

Luigi Crocetti (Giulianova 20 febbraio 1929 – Firenze 10 marzo 2007)

Bibliotecario nella Biblioteca nazionale centrale di Firenze, dove è stato fra l'altro responsabile della classificazione e del laboratorio di restauro, poi Soprintendente ai beni librari della Regione Toscana.

Nel 1985-1986 direttore del Gabinetto Vieusseux di Firenze. Socio dell'AIB dal 1960, presidente della Sezione Toscana dal 1963 al 1965 e di nuovo nel 1967-1968, presidente nazionale dal 1981 al 1987. Socio d'onore dell'Associazione Italiana Biblioteche dal 1988. Fondatore e primo direttore della rivista «Biblioteche oggi», curatore delle edizioni integrali italiane della *Classificazione decimale Dewey*, è autore di numerosi studi dedicati in modo particolare alla cooperazione bibliotecaria, alla classificazione bibliografica, alla conservazione e al restauro, in parte raccolti in *Il nuovo in biblioteca e altri scritti* (Roma: AIB, 1994).

Pamela Giannone



Gian Arturo Ferrari

Libro

Bollati Boringhieri, Torino, 2014
pp. 215

ISBN 9788833924809

La vita emotiva, interiore, degli uomini ha trovato nei libri quella comprensione, quel colloquio, quell'intima rispondenza a sé che non sempre gli altri uomini sono stati in grado di offrire.

È complicato definire il libro perché nel corso del tempo è molto cambiato e continua a farlo. Il libro è fondamentalmente la forma delle cose che hanno un senso, è il nostro modo di dare senso alla realtà. Questo spiega a *Che tempo fa* (ospite di Fabio Fazio il 17 maggio 2014) Gian Arturo Ferrari presentando il suo saggio efficacemente intitolato *Libro* (Bollati Boringhieri), dedicato alla memoria di Paolo Boringhieri.

3La trasformazione che sta apportando l'ebook non è stata certamente il primo cambiamento sostanziale che ha coinvolto il libro che, nella sua lunga storia, è passato, ad esempio, da una forma compiuta e chiusa, quella del libro tradizionale, a un concetto del tutto nuovo con l'avvento dell'innovazione chiamata tipografia.

I libri fino alla stampa avevano varcato il tempo attraverso una catena di copie che li avvicinava a chi li leggeva. L'unità di questo insieme – quell'unicum creato dall'autore e così conservato – è stata scossa quindi dall'invenzione della stampa, che ha allontanato dall'oggetto libro il soggetto umano e ha creato una divisione tra testi stampati e l'oceano di inediti. La stampa dunque – proprio perché non tutti i volumi potevano essere pubblicati – ha agito come il primo meccanismo di selezione.

Dopo un resoconto della storia millenaria del libro, Gian Arturo Ferrari dedica una terza parte del saggio, piuttosto stringata a dire il vero, all'ebook (di cui ancora c'è tantissimo da studiare) che, a differenza della stampa che era una tecnica specifica del libro, è l'applicazione al libro di una tecnologia di dimensioni e ambizioni molto più vaste. Ciò che l'autore sottolinea è che il libro si

trova a questo punto a un bivio e una delle strade porta al declino dell'editoria libraria – quella che ha dominato tutto il Novecento – nella sua forma industriale.

Tra le constatazioni che l'autore mette nero su bianco una è sicuramente il superamento del formato digitale rispetto a quello cartaceo nell'editoria scientifico-professionale, che risulta ancora molto debole nel settore cosiddetto di varia, il quale comprende la narrativa e tutto ciò che leggiamo per piacere. A prescindere da queste distinzioni, la diffusione dell'ebook presenta un grande vantaggio (il prezzo) e alcuni ostacoli, uno dei quali è rappresentato dalla modalità di acquisto (con l'ebook non c'è un'esposizione, un assortimento come invece avviene per i libri di carta). Il saggio, lasciando aperti una serie di interrogativi circa il futuro del libro, si conclude con un cauto ottimismo perché "il libro è uno scambio del meglio che abbiamo e che riceviamo. Il libro è un dono".

Pamela Giannone

La biblioteca come servizio.

Scritti di Anna Maria Mandillo

A cura di Luca Bellingeri e

Giovanna Merola

Associazione italiana

Biblioteche, Roma 2015

pp. 284

ISBN 9788878122383

Questa raccolta di scritti nasce, a un anno dalla scomparsa di Anna Maria Mandillo, con l'intento di far emergere la concezione democratica e propositiva della biblioteca come lei la intendeva, non dimenticando la funzione sociale presente nei suoi scritti che ricoprono un arco di tempo di quasi quarant'anni (1971-2009). I quarantuno articoli a firma della Mandillo, scelti dall'Associazione Italiana Biblioteche, sono suddivisi in sezioni tematiche, articolate per argomenti ritenuti particolarmente significativi per lo sviluppo delle biblioteche in Italia. I nove interventi della prima sezione riguardano il deposito legale, della cui legislazione vigente vengono denunciati tutti i limiti, sostenendo che la legge: è vecchia in rapporto alla realtà politica, profondamente mutata rispetto al fascismo che l'ha ispirata; è ambigua, perché vuole rispondere a scopi opposti, di censura – che non ha più senso – e culturale – di raccolta e conservazione della produzione editoriale

La biblioteca come servizio
Scritti di Anna Maria Mandillo

a cura di
Luca Bellingeri e Giovanna Merola



del paese-; è esosa per i tipografi che finiscono per dover consegnare ben otto copie; è ripetitiva in quanto più destinatari delle copie d'obbligo hanno le stesse funzioni e finiscono per svolgere le medesime operazioni. Tra i propositi per una nuova legge viene evidenziato l'intento culturale di costituzione dell'archivio delle pubblicazioni che si stampano in Italia.

La seconda sezione, dedicata al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (MiBACT) e quindi alle biblioteche statali, prevede otto interventi incentrati sulle continue riforme avutesi dalla fine degli anni Novanta, delle quali l'autrice critica la eccessiva attenzione agli aspetti burocratico-amministrativi a scapito di quelli tecnico-culturali. Lo scopo è quello di passare da una biblioteca italiana tradizionale, statica, a una biblioteca come centro dinamico d'informazione e di offerta di servizi a livelli diversi, in modo tale da guadagnare una posizione paritaria in Europa.

Il terzo raggruppamento di nove articoli raccoglie contributi incentrati sulla cultura del servizio, che la studiosa considerava un elemento fondamentale per chi lavora in biblioteca; seguono due sezioni con

alcuni interventi scritti in due differenti momenti della sua vita professionale, dedicate rispettivamente alla professione, con quattro testi fra il 1985 e il 2009 legati al suo lavoro nell'Associazione Italiana Biblioteche, e al diritto d'autore, tema al quale lei si dedica con il nascere delle nuove tecnologie, con cinque testi fra il 1995 e il 2009. Per quest'ultimo aspetto si profila la questione che, se crescono le possibilità di potenziare i servizi in biblioteca mediante l'impiego delle tecniche e dei mezzi informatici, crescono di pari passo i dubbi sulle modalità di erogarli legittimamente e cresce d'altra parte fra gli autori, gli editori e i produttori l'allarme per il possibile uso indiscriminato dei prodotti dell'editoria, soprattutto elettronica, anche in biblioteca.

Anna Maria Mandillo nasce a Roma il 20 febbraio 1940. Si laurea nel 1962 in Lettere all'Università La Sapienza di Roma. Vince il concorso per il ruolo dei bibliotecari bandito dal Ministero della pubblica istruzione. Lavora con Angela Vinay presso la Biblioteca nazionale centrale di Roma. Presso l'ICCU è Responsabile del Servizio di informazioni bibliografiche, Capo laboratorio per le informazioni bibliografiche, Responsabile del Servizio



Chiara Faggiolani
Ricerca Qualitativa
 Associazione Italiana
 Biblioteche, Roma 2015
 pp. 95
 ISBN 9788878122390

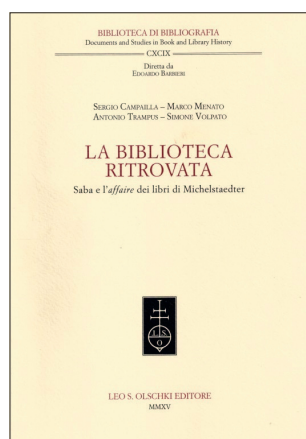
Questo breve volume costituisce un esauriente compendio alla ricerca qualitativa applicata al mondo bibliotecario. Ricerca che mira alla misurazione e alla valutazione della qualità dei servizi offerti dalla biblioteca. Prima di fornire una voce enciclopedica, l'autrice si sofferma sulla difficoltà che la definizione stessa di "Ricerca Qualitativa" comporta, essendo questa: «un approccio teorico che adotta un atteggiamento naturalistico verso il suo oggetto di indagine, studiando i fenomeni nel loro *contesto* naturale tentando di dare loro un senso o una *interpretazione*, nei termini del *significato* che

la gente dà ad essi». Prima di entrare nella parte tecnica e operativa dell'indagine, troviamo un breve accenno alla storia di questo tipo di ricerca, che vede gli Stati Uniti come protagonisti, soffermandosi sulle tappe principali che hanno portato al suo sviluppo. Non viene trascurata la sua storia in italiana, che però, in ritardo rispetto ad altri paesi, parte dagli anni 50 per subire una svolta significativa solo negli anni 90.

Nella seconda parte del libro si entra nel vivo dell'indagine, viene descritto come effettivamente avviene la ricerca in biblioteca: attraverso delle fasi, non sempre nette e distinte tra loro, che consistono: in un disegno della ricerca, nella raccolta dei dati attraverso interviste e focus group con gli utenti, nell'analisi e nell'interpretazione dei dati raccolti, nella comunicazione dei risultati ottenuti, per finire con la definizione dei correttivi per il miglioramento del servizio. Il libro approfondisce ogni fase del processo per poi finire con una riflessione sul futuro. Secondo l'autrice, in biblioteca si sente l'esigenza di un cambiamento culturale sotto diversi aspetti. In particolare, bisognerebbe riuscire ad individuare i temi sui quali sviluppare nuove indagini, ed essendo scopo della ricerca qualitativa lo studio delle percezioni, motivazioni e dei bisogni degli

utenti, l'autrice auspica che questo tipo di approccio possa migliorare i processi della biblioteca.

Laura Cambiganu



Sergio Campailla, Marco Menato, Antonio Trampus, Simone Volpato

La biblioteca ritrovata.

Saba e l'affaire dei libri di Michelstäeder.

Olschki Editore, Firenze 2015
pp. 83

ISBN 9788822263940

Umberto Saba, in una lettera rivolta ad un suo acquirente, scrive: «[...] ho avuto da poco la possibilità di entrare in possesso di una biblioteca goriziana di uno scrittore-filosofo (lo conobbi a Firenze anni anni addietro) che mi pare molto interessante.».

Lo «scrittore-filosofo» in questione era Carlo

Michelstäeder, morto suicida in giovane età, nel 1910. L'acquirente Cesare Pagnini, podestà di Trieste durante l'occupazione tedesca ma anche studioso e collezionista triestino.

Pagnini arricchisce la propria biblioteca con i volumi di Carlo e quelli del padre Alberto Michelstäeder ma – stranamente – non lascerà mai segno di possedere questo fondo. Sarà solo nel 2013 che il libraio Simone Volpato, inventariando la biblioteca di Pagnini, porterà alla luce la provenienza dei volumi grazie alla scoperta di timbri ed etichette applicate sulle copertine – o sui frontespizi – che riportavano la dicitura: «A.MICHLSTADTER – GORIZIA» e «CARLO MICH», evidentemente utilizzate per distinguere i libri del figlio da quelli del padre. Inoltre su molti volumi è presente la firma manoscritta di Carlo «C. Michelstäeder» o la sua sigla «CM». Carlo aveva infatti l'abitudine di annotare, postillare e firmare i propri libri, abitudine che permette di conoscere nuovi aspetti riguardanti il filosofo, e gli studi da lui condotti. "La biblioteca ritrovata" descrive le vicende di questo fortuito ritrovamento, e dedica una particolare attenzione alla figura di Cesare Pagnini, l'acquirente della Biblioteca Michelstäeder. Gli ultimi due capitoli sono dedicati al catalogo del Fondo, costituito

da duecentosessantuno unità,
tra libri, opuscoli e periodici,
ordinati per autore.

I volumi ritrovati vanno ad
aggiungersi al già esistente -
ma modesto - Fondo di Carlo
Michelstäeder. Il Fondo, prima
del suddetto ritrovamento,
era costituito dal lascito
testamentario della sorella
di Carlo. Paula Michelstäeder
precedentemente, aveva
venduto la parte di biblioteca
familiare - sopravvissuta alle
guerre e traslochi - alla libreria
Saba. Tenendo per sé solo sei
volumi postillati da Carlo che
solo alla morte di lei verranno
riuniti al Fondo, denominato
"Biblioteca Michelstäeder".

I volumi sono catalogati
nella banca dati del Servizio
Bibliotecario Nazionale, e sono
a disposizione degli studiosi.

Laura Cambiganu

Finito di stampare
nel mese di aprile 2016

LIBRI E RIVISTE D'ITALIA
1-4/2015

hanno collaborato a questo numero:

Alberto Bettinazzi

Laureato in Lettere e Filosofia presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore sede di Brescia, dal 2001 si occupa di biblioteche di pubblica lettura e dal 2004 dirige il Sistema Bibliotecario Intercomunale Brescia est, che ha come capofila il Comune di Rezzato (BS). Come Bibliotecario è iscritto all'elenco degli Associati AIB.
a.bettinazzi@comune.rezzato.bs.it

Luisa Capelli

Docente di Economia e gestione delle imprese editoriali presso l'Università di Roma Tor Vergata, svolge attività di consulenza e formazione per enti pubblici e imprese private sui processi di innovazione, le tecnologie e gli ambienti digitali.
luisacapelli@gmail.com

Laura Cavagnini

Lavora da 15 anni come consulente manageriale presso Nomesis e si occupa in prevalenza di progetti innovativi per aziende, enti e organizzazioni che necessitano di soluzioni su misura e portatrici di cambiamento.
laura.cavagnini@nomesis.net

Tiziana Mascia

Collabora con diversi editori, biblioteche, fondazioni e riviste di settore per lo sviluppo e la promozione della letteratura per ragazzi. Si occupa di attività di ricerca e di consulenza nell'ambito di progetti legati all'educazione alla lettura.
tizianamascia@tizianamascia.it

Carmela Morabito

Storica della psicologia e delle neuroscienze cognitive, insegna Psicologia Generale e Introduzione alle Scienze del Comportamento all'Università di Roma Tor Vergata. Ha pubblicato numerosi saggi e volumi sulle basi neurobiologiche delle funzioni cognitive e sulla storia delle ricerche su di esse.
carmela.morabito@uniroma2.it

Maria Teresa Natale

Free lance, esperta di digitalizzazione del patrimonio culturale e gestione di progetti europei, è presidente dell'Associazione culturale GoTellGo, per la quale coordina progetti di conoscenza del territorio attraverso il cammino lento e la cultura della passeggiata, anche attraverso l'uso di nuove tecnologie.
maria.teresa.natale@gmail.com

Miria Savioli

Ricercatrice presso l'Istat. Esperta di statistiche culturali.
savioli@istat.it

Francesca Vannucchi

Ph.D. in Letteratura e comunicazione (La letteratura nella società mediale - Università di Siena), è ricercatore (Università Guglielmo Marconi) e docente (Università di Roma Tor Vergata). Si occupa di ricerca sociale, comunicazione, nuovi media, forme di narrazione digitale e multimediale, lettura, promozione culturale e scientifica.
vannucchi@lettere.uniroma2.it

Giuliana Zagra

Già responsabile degli Archivi e biblioteche d'autore contemporanee presso la Biblioteca nazionale centrale di Roma, attualmente svolge attività di promozione culturale collaborando con vari enti e associazioni. È la curatrice delle passeggiate letterarie dell'Associazione culturale GoTellGo.
giuliana.zagra@gmail.com

Hanno collaborato alla recensione dei libri

Laura Cambiganu, Giorgia Di Pietro, Pamela Giannone, Michela Monferrini, Caterina Sansoni

