

# I comportamenti di acquisto di libri in una prospettiva di comparazione internazionale. Alcuni spunti da una recente pubblicazione.

*Antonello E. Scorcu*

## Abstract

Instaurare un confronto internazionale sulle abitudini di lettura comporta numerose difficoltà, data la complessità del fenomeno. Conferma queste difficoltà anche la recente pubblicazione di una ricerca di natura comparativa promossa dall'*European and International Booksellers Federation* (EIBF, 2024) relativa alla struttura del mercato librario e basata su una ricerca sul campo effettuata nella primavera del 2024 in diciannove paesi. La ricerca riporta alcune indicazioni di base sugli indici di lettura e di acquisto a livello nazionale e confronta più in dettaglio il peso dei principali generi di libri venduti, evidenziando come il nucleo principale degli acquisti rifletta soprattutto motivazioni intrinseche alla lettura, peraltro trasversali alle tradizionali classificazioni di mercato. Relativamente al peso dei diversi canali, la maggior parte degli acquirenti utilizza sia il canale fisico che quello online. La ricerca conferma inoltre che, nel processo competitivo, i punti di forza delle librerie fisiche indipendenti riguardano prioritariamente l'offerta di una gradevole esperienza di acquisto e la loro facile accessibilità sul mercato di riferimento.

**Parole chiave:** acquisto di libri, librerie fisiche indipendenti, confronto internazionale

Establishing a sensible international comparison of reading habits has been proven difficult because of the phenomenon's complexity. These difficulties are confirmed by the recent publication of a research promoted by the European and International Booksellers Federation (EIBF, 2024) which compares national book market structures through field analysis carried out throughout spring 2024 in nineteen countries. The research

reports some basic indices on reading and purchasing for each country. It compares the weight of the main genres of books purchased, highlighting that the main core of purchases reflects above all intrinsic motivations for reading, which are transversal to traditional market classifications. Regarding the weight of the different purchasing channels, most buyers use both physical and online channels. The research also confirms that, in the competitive process, the strengths of independent physical bookstores primarily concern the offer of a pleasant purchasing experience and their easy accessibility.

**Keywords:** book purchase, independent physical bookshops, international comparison

### *Introduzione*

Un agile opuscolo di recentissima uscita e di immediata fruizione curato dall'*European and International Booksellers Federation*<sup>1</sup> compara alcuni dati chiave del mercato librario in diciannove paesi – Australia, Bulgaria, Canada, Finlandia, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Lettonia, Olanda, Nuova Zelanda, Norvegia, Portogallo, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti<sup>2</sup>.

L'analisi si concentra su alcune caratteristiche del mercato di particolare interesse per le librerie – la propensione alla lettura e all'acquisto di libri, segmentando per età dell'acquirente (adolescenti e giovani adulti di età compresa tra i 15 e i 34 anni, adulti di 35-55 anni e acquirenti di età pari o superiore a 55 anni), per genere di libro acquistato (narrativa, manualistica, saggistica, ...) e canale di acquisto (librerie fisiche e online). I dati riportati nel report appaiono di grande interesse, data la limitata disponibilità di comparazioni internazionali riguardo all'attitudine alla lettura. Quest'ultima è ampiamente riconosciuta come un importante elemento capace di alimentare il processo di crescita dell'individuo e delle società. Le reading skills sono infatti centrali

---

1 European and International Booksellers Federation, *Study on consumer behaviour: book-buying trends, reading habits & customer needs*. 2024, <<https://risebookselling.eu/wp-content/uploads/2024/10/PDD101355-RISE-Consumer-Study-Report.pdf>> (Ultima consultazione: 28 novembre 2024).

2 Nel caso della Svizzera, la rilevazione è riferita alla sola popolazione di lingua tedesca.

nel migliorare le *capabilities* di una persona e, per questa ragione, l'acquisizione di adeguate capacità di lettura fin dalla prima infanzia e la coltivazione delle abitudini di lettura costituiscono un fattore cruciale nel favorire sia le *social skill* individuali, che le capacità cognitive della persona<sup>3</sup>. La precoce acquisizione e il successivo mantenimento e potenziamento delle *reading skill* da parte di un individuo tende a riflettersi quindi in un più probabile raggiungimento di un elevato titolo di studio e nel conseguimento di una forte posizione sul mercato del lavoro<sup>4</sup>.

Peraltro, la lettura è un fenomeno complesso e la sua precisa identificazione e misurazione comporta una serie di problemi, ben noti in letteratura. Anche se questo contributo non affronta tali problematiche, è necessario riconoscere che la semplice misurazione della propensione alla lettura deve tenere conto anche della grande variabilità nella forma del prodotto libro - dal tradizionale supporto cartaceo, agli e-book, agli audiolibri, ai blog e ai podcast, fino alla modalità di lettura ibride proprie del multimediale. La varietà delle forme di lettura è tale che i lettori spesso non si rendono appieno conto di questo aspetto. Infatti, è stato rilevato che in campioni rappresentativi della popolazione italiana, la quota di soggetti che si dichiarano lettori varia in modo considerevole a seconda del modo in cui viene formulata la domanda - in particolare esplicitando o meno l'inclusione della lettura sul web, nelle sue varie forme<sup>5</sup>. In questo senso, chi 'surfa' sul web talvolta non si considera lettore poiché nei file multimediali la lettura è indissolubilmente associata a immagini, video e audio. Le differenti modalità di lettura influenzano pesantemente sul modo con cui la stessa lettura viene percepita

---

3 Carlo Barone - Denis Fougère - Clément Pin, *Social Origins, Shared Book Reading, and Language Skills in Early Childhood: Evidence from an Information Experiment*, «European Sociological Review», 37 (2021), 1, pp. 18-31; Carlo Barone - Denis Fougère - Karine Martel, *Reading Aloud to Children, Social Inequalities and Vocabulary Development: Evidence from a Randomized Controlled Trial*, «Journal of Research on Educational Effectiveness», 17 (2024), 4, pp. 746-769; Barbara Wasik - Annemarie Hindman - Emily K. Snell, *Book Reading and Vocabulary Development: A Systematic Review*, «Early Childhood Research Quarterly», 37 (2016), 4, pp. 39-57.

4 Giorgio Brunello - Guglielmo Weber - Christoph T. Weiss, *Books are Forever: Early Life Conditions, Education and Lifetime Earnings in Europe*, «Economic Journal», 127 (2017), 600, pp. 271-296.

5 Associazione Italiana Editori (2012-2023), *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*, Milano, anni vari; Pierfrancesco Attanasio - Bruno Giancarli, *Il Libro, in Economia delle arti* (II ed.), a cura di G. Candela e A. E. Scorcu, Bologna: Zanichelli, 2024.

e, quindi, sulla sua misurazione. Anche le motivazioni alla lettura si intersecano con la sua misura. È usuale aggregare le motivazioni personali, ultime e inosservabili, distinguendo tra motivazioni intrinseche o estrinseche. Sulla base di questa classificazione, le rilevazioni disponibili sulla propensione alla lettura tendono a misurare solo le letture scelte autonomamente dal rispondente e legate al piacere di leggere, distinguendole da quelle imposte da obblighi scolastici, accademici e professionali, considerate in una categoria a parte. Peraltro, i due aspetti sono legati poiché lo sviluppo di date abitudini di lettura influenza sia la lettura, che riflette motivazioni estrinseche, che quella associata al processo di educazione formale, e viceversa<sup>6</sup>. Se una prima misura della lettura in una popolazione è espressa dal margine intensivo (la quota di lettori nella popolazione di riferimento), una più precisa misurazione del fenomeno richiede di individuare anche il margine intensivo (il grado d'intensità della lettura). Seppure con le difficoltà e le limitazioni appena ricordate, è possibile andare oltre la misura dei lettori abituali (quelli che hanno letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi), nella valutazione del margine intensivo è invece quasi d'obbligo fare riferimento al numero di libri letti, restringendo quindi il perimetro di analisi alle forme più tradizionali di lettura.

La complessità della misurazione della lettura emerge anche con riferimento alla dimensione nazionale, in quanto in diversi paesi (e anche all'interno di un dato paese, a seconda delle fonti di rilevazione) si adottano specifiche definizioni e modalità di rilevazione del fenomeno. Non è quindi semplice sviluppare una comparazione internazionale della lettura e, più in generale, delle caratteristiche del mercato librario. L'obiettivo, ambizioso, del rapporto EIBF è proprio proporre una simile comparazione, seppur limitandola ad alcune caratteristiche di fondo del mercato librario. Per questa ragione i dati presentati nel rapporto appaiono degni di attenzione. Non mancano, evidentemente, alcune importanti criticità. In particolare, ognuna delle diciannove rilevazioni nazionali, svolte in contemporanea nella primavera di 2024, si è basata su un campione rappresentativo limitato a 500 rispondenti. Se la dimensione totale del campione (9.500 persone) è in assoluto elevata, il basso numero di rispondenti in ogni paese comporta un'importante

---

6 Antonello E. Scorcu - Laura Vici - Roberto Zanola, *Good students, avid readers: The cost of academic success*, «Bulletin of Economic Research», 75 (2023), 3, pp. 609-624.

riduzione del grado di rappresentatività di ciascun campione nazionale e quindi della precisione dei risultati ottenuti<sup>7</sup>. La struttura della ricerca non consente allora di raffinare il livello di dettaglio dell'analisi, ad esempio guardando alle possibili differenze riguardo a lettura e abitudini di acquisto condizionandoli ai generi maschile e femminile, al titolo di studio conseguito dai rispondenti, oppure alla dimensione geografica all'interno di ogni paese. Questi aspetti possono essere importanti nella comprensione del fenomeno, come nel caso dell'Italia, dove è ben nota, per esempio, la grande disegualianza nella propensione alla lettura esistente tra le regioni settentrionale e meridionali<sup>8</sup>. Non sorprende quindi che numerosi paesi utilizzino campioni di dimensione maggiore, come avviene anche in Italia, se ci si riferisce alle rilevazioni sulla lettura proposte dall'ISTAT e dall'Associazione Italiana Editori.

Un aspetto peculiare della ricerca EIBF è che la numerosità campionaria per ogni paese considerato è fissata indipendentemente dalla dimensione assoluta del mercato oggetto di studio (misurata, per esempio, in termini di popolazione). È quindi opportuno rimarcare che i risultati, che pure offrono alcune preziose indicazioni, devono essere valutati con particolare cautela, specialmente nel caso dei paesi di maggiore dimensione.

Nel report, la propensione alla lettura, in linea con altre pubblicazioni, viene misurata dalla quota di persone che hanno letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi. Per questa grandezza si dispone tuttavia anche di altre fonti; per esempio, con riferimento al 2022, l'Eurostat misura la propensione alla lettura nei paesi dell'Unione Europea, separando lettori e non lettori e, all'interno del primo gruppo, per intensità di lettura per piacere, distinguendo per genere, età, titolo di studio conseguito e condizione socioeconomica<sup>9</sup>.

Pur con una serie di cautele, è quindi possibile proporre un confronto le diverse misure riportate dalle diverse fonti. Nel caso dell'Italia, il

---

7 Il report non riporta informazioni dettagliate riguardo al processo di campionamento, alla rappresentatività dei campioni utilizzati e alla stima del grado di precisione dei risultati.

8 Patrizia Battilani - Luca Bonacini - Giuseppe Pignataro - Antonello E. Scorcu, *Propensione alla lettura, capitale umano e tassi di inattività nelle regioni italiane 1995-2020*, «Economia della Cultura», 2-3 (2022), pp. 199-215.

9 Eurostat, *Persons Reading Books in the Last 12 Months by Sex and Age*. 2016, <<https://data.europa.eu/data/datasets/ngdl70zgljmu5smxv5az2a?locale=en>> (Ultima consultazione: 28 novembre 2024).

report EIBF rileva una quota molto elevata di lettori e ben superiore a quella stimata dalle altre fonti, anche considerando la probabile differente formulazione dei quesiti rivolti ai rispondenti e l'inclusione, nella ricerca EIBF, delle letture 'imposte' agli studenti.

Sono allora i dati che riguardano la propensione all'acquisto di libri, le tipologie di libri acquistate e il peso assegnato ai diversi canali distributivi (librerie online oppure *brick-and-mortar* e, tra queste, le piccole librerie indipendenti) che costituiscono l'elemento più caratterizzante, e probabilmente di maggiore interesse, del report.

### *Il genere di libri acquistati*

Utilizzando una metodologia di rilevazione comune, la ricerca riporta, per ciascun paese, il peso delle cinque principali tipologie di libri che i rispondenti hanno acquistato più di frequente negli ultimi 12 mesi. Evidentemente, nei diciannove paesi alcune tipologie di acquisto sono più frequenti di altre: gli acquisti di libri di narrativa e di saggistica divulgativa, come anche le biografie, ricorrono sempre o quasi nei mercati considerati. I classici rientrano nei primi cinque generi di libri acquistati in undici paesi su diciannove; categorie almeno altrettanto frequenti sono i libri scolastici e di studio e la manualistica divulgativa (identificata dall'etichetta *lifestyle* in cui entrano, per esempio, i manuali di cucina oppure le pubblicazioni volte all'automiglioramento). I fumetti rientrano tra le cinque tipologie più acquistate solo in Francia e Italia, mentre i libri per bambini e ragazzi sono venduti con maggiore frequenza in Lettonia, Slovacchia e Nuova Zelanda<sup>10</sup>.

Le diverse tipologie di libri acquistati sono state aggregate e sintetizzate tramite un'analisi fattoriale, in modo da individuare l'eventuale presenza di specifiche direttrici di acquisto comuni ai vari mercati esaminati, distinte tra le tre fasce d'età. Una caratteristica dei dati è

---

10 Le rilevazioni nazionali spesso differiscono in modo sostanziale sia nella definizione dell'oggetto di indagine sia nella tipologia di analisi. Per esempio, in Italia, l'indagine multiscope sulle famiglie non considera la lettura di libri motivata da esigenze scolastiche, universitarie e professionali. In altri casi, come per il fumetto, l'attenzione è recente, e motivata dal crescere d'importanza del segmento. Uno dei principali punti di forza dell'analisi EIBF è invece proprio quella di utilizzare lo stesso framework di analisi nei diciannove mercati considerati. Ciò, in linea di principio, dovrebbe consentire un esplicito confronto dei dati rilevati a livello nazionale.

che, per ciascun paese, si individuano le cinque tipologie di libri acquistati più frequentemente considerando il complesso dei rispondenti. Avviene quindi che, per esempio, in un dato paese i libri di studio o quelli per bambini e ragazzi non rientrano nei *top five sellers* (anche se potrebbero rientrare, per esempio, con riferimento alla sola fascia d'età 15-35) magari perché la specifica composizione demografica del paese si caratterizza per una quota ridotta di giovani. Questa peculiarità della banca dati ha suggerito inoltre di imputare a zero i corrispondenti valori delle tipologie di acquisti che non rientrano nelle prime cinque classi per ciascun paese. Date queste caratteristiche dei dati e la ridotta numerosità del dataset, l'analisi fattoriale può offrire solo alcune suggestioni interpretative, ed è quindi un esercizio descrittivo con importanti limitazioni.

Ciascun fattore è una variabile derivata, costituita da una data combinazione lineare delle variabili originarie. Il fattore consente allora di identificare una specifica dimensione della struttura della variabilità dei dati e pochi fattori hanno la capacità di sintetizzare molto del contenuto informativo complessivo della banca dati. La maggiore difficoltà dell'analisi fattoriale è, evidentemente, quella relativa all'interpretazione dei vari fattori. Nell'identificazione dei *pattern* di acquisto limitiamo quindi l'analisi ai tre fattori che più spiegano la variabilità dei dati originali, tralasciando gli altri, di importanza minore. L'analisi fattoriale è stata effettuata separatamente per le tre classi d'età considerate, in quanto appare plausibile che, con l'età, si modifichino i generi preferiti dagli acquirenti.

In tutte le classi di età, ma soprattutto per le prime due, il primo fattore (Tabella 1) suggerisce l'emergere di un profilo d'acquisto che forse potrebbe essere identificato come 'selettivamente onnivoro'<sup>11</sup>, che riflette una sorta di lettura di piacere trasversale, all'interno della quale convivono la narrativa, le biografie e, con un peso inferiore, i fumetti. Non sorprendentemente il peso di quest'ultima categoria si riduce con il progredire della classe d'età, come pure avviene per biografie, mentre il peso della narrativa - sempre preponderante - segue un *pattern* opposto, aumentando con l'età. Nel primo fattore entrano invece con un peso negativo gli acquisti di libri dedicati all'istruzione e l'ampia classe del *lifestyle*. Ugualmente entrano con un peso negativo i libri per

---

11 Richard A. Peterson, *Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore*, «Poetics», 21 (1992), 4, pp. 243-258.

bambini. Relativamente poco legati a questo primo fattore risultano gli acquisti di libri non-fiction e i classici. Il peso di questo fattore è pari a circa il 40% della variabilità complessiva dei dati originari, con una quota di poco superiore nel caso degli acquisti di libri delle prime due classi di età e di poco inferiore nel caso dell'ultima classe.

Il secondo e il terzo fattore potrebbero essere associati all'acquisto di libri *high-brow* che richiedono un significativo impegno da parte del lettore e che quindi potrebbero forse essere associati a una sorta di investimento nella lettura. Più precisamente, nel caso dei giovani adulti nel secondo fattore entrano con segno positivo gli acquisti di libri legati al processo di istruzione e quelli rivolti ai bambini - dato che in questa fascia d'età tipicamente si diviene genitori. Sempre tra i giovani adulti nel secondo fattore entra con segno positivo anche l'acquisto di libri di narrativa, mentre emerge un effetto negativo per gli acquisti dei classici e di libri che rientrano nella categoria *lifestyle*. Il profilo degli acquisti 'impegnati' si modifica nelle due successive classi d'età: entrano con segno positivo l'acquisto di classici (che avevano segno opposto nel caso dei giovani) e, con un peso inferiore, gli acquisti di saggi di divulgazione. Nel secondo fattore emergono inoltre con segno positivo gli acquisti di biografie nel caso degli anziani e di libri *lifestyle* per la classe d'età intermedia.

Sempre con riferimento alle ultime due classi d'età, nel secondo fattore entrano con segno negativo (e con un peso crescente con l'età) gli acquisti di libri per bambini e di narrativa, in coerenza con l'interpretazione di un acquisto di libri 'impegnati', seppur filtrato attraverso la specificità dell'età dei rispondenti. In tutti i tre gli intervalli di età, il secondo fattore assorbe circa il 30% della variabilità complessiva delle scelte di acquisto. Questa specifica dimensione dell'acquisto di libri viene ulteriormente precisata e qualificata tramite il terzo fattore. Nel caso dei giovani adulti, in tale fattore entrano positivamente gli acquisti dei classici e dei libri di studio. Nelle due successive classi d'età rimane presente l'acquisto di libri di studio (presumibilmente per l'aggiornamento professionale) e la saggistica. Nel terzo fattore, infine, in tutte le classi d'età entra sempre con un segno negativo la manualistica divulgativa, che quindi si distingue rispetto alle precedenti tipologie di acquisto. Il peso del terzo fattore è circa il 20% della variabilità complessiva dei dati analizzati.

## I comportamenti di acquisto di libri

<i>Tabella 1. Scomposizione fattoriale delle principali tipologie di acquisto di libri. Diciannove paesi, 2024</i>									
Fascia d'età dell'acquirente	15-34 anni			35-54 anni			55 e più anni		
Genere di libro acquistato	Primo fattore	Secondo fattore	Terzo fattore	Primo fattore	Secondo fattore	Terzo fattore	Primo fattore	Secondo fattore	Terzo fattore
Classici	0,092	-0,641	0,408	0,015	0,597	0,179	-0,212	0,622	0,250
Istruzione/ educazione	-0,518	0,343	0,535	-0,561	-0,469	0,400	-0,389	-0,616	0,410
Biografie	0,781	0,025	0,241	0,623	-0,104	0,096	0,675	0,383	0,005
Saggistica (nonfiction)	-0,112	0,038	0,039	-0,047	0,363	0,615	-0,103	0,317	0,683
Narrativa (fiction)	0,726	0,430	-0,109	0,883	-0,259	-0,161	0,912	-0,335	-0,084
Manualistica (lifestyle)	-0,305	-0,353	-0,560	-0,546	0,408	-0,586	-0,700	0,296	-0,574
Bambini e adolescenti	-0,198	0,515	-0,268	-0,274	-0,518	-0,185	-0,151	-0,645	-0,121
Fumetti	0,385	-0,251	-0,230	0,380	0,314	-0,097	0,301	0,272	-0,215

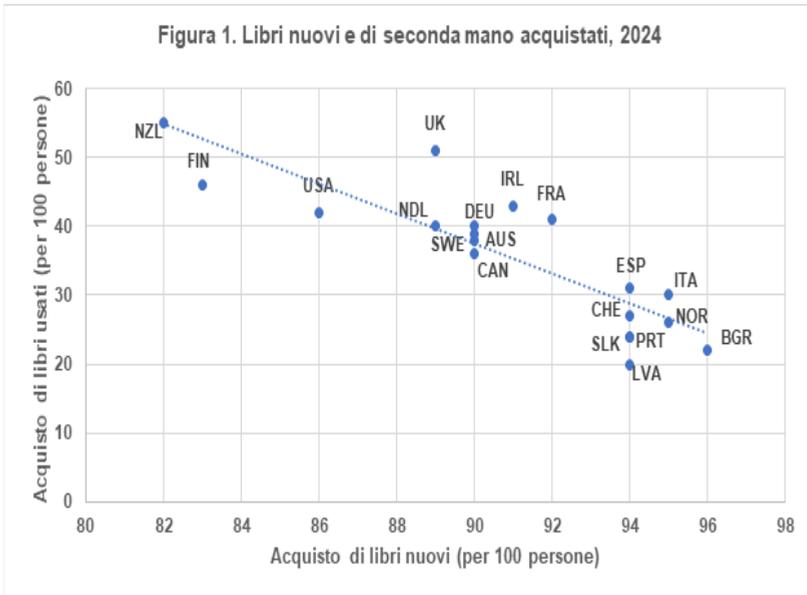
*Tabella 1 - Fonte: elaborazioni su dati EIBF, 2024*

### *Il format dei libri acquistati e mercato del libro usato*

Distinguendo tra i diversi supporti del libro, nel confronto internazionale emerge con nettezza la sostituibilità tra l'acquisto della versione cartacea e di e-book e audiolibri: nelle risposte agli intervistati, la correlazione che emerge tra l'acquisto del formato cartaceo e degli e-book è pari a -0,54: un aumento dell'1% degli acquisti in un formato si associa quindi, in media, a una riduzione di oltre mezzo punto percentuale di acquisti nell'altro formato. Il grado di sostituibilità, sempre espresso dal coefficiente di correlazione, è ancora superiore nel caso del confronto tra supporto cartaceo e audiolibro, il cui valore è -0,74. Al contrario, l'acquisto di libri su supporto diverso da quello cartaceo sembra riflettere una limitata complementarità, con un coefficiente di correlazione positivo e pari a 0,27: i paesi in cui è relativamente elevato l'acquisto

di e-book sono anche quelli che, in media, presentano un acquisto di audiolibri relativamente elevato.

I dati riportati evidenziano inoltre una netta associazione negativa tra l'acquisto di libri nuovi e di libri usati (Figura 1)<sup>12</sup>. In linea di principio, una nazione che legge molto potrebbe essere caratterizzata da una elevata quota di acquisti sia libri nuovi che di libri usati. In questo frangente, nel confronto internazionale, emergerebbe un legame positivo tra le due grandezze. Sembra però più ragionevole aspettarsi che, all'interno di ciascun mercato nazionale, tenda a prevalere una relazione di sostituibilità tra l'acquisto di libri usati e nuovi. Dalla Figura 1 emerge infatti con nettezza che all'aumento della quota di lettori che acquistano sul mercato dell'usato si associa una tendenziale riduzione della quota di lettori che acquistano libri nuovi. Il grado di sostituibilità tra gli acquisti di libri nuovi e usati è peraltro meno netto in alcuni paesi (Regno Unito, Irlanda, Francia) in cui a una quota di acquisti del nuovo si associa anche un importante peso del libro usato.



*Figura 1 - Fonte: elaborazione su dati EIBF, 2024*

<sup>12</sup> La ricerca non considera il formato specifico dei libri usati, anche se è ragionevole attendersi una prevalenza molto netta del supporto cartaceo.

Le Figure 2-4 illustrano la propensione all'acquisto (per 100 rispondenti in ciascun paese) di libri cartacei, e-book e audiolibri nei diciannove mercati considerati. Per tenere conto del diverso grado di diffusione dei supporti, nelle figure si utilizzano diverse scale. L'acquisto di libri in formato cartaceo rimane sempre largamente maggioritario (Figura 2) rispetto agli e-book (Figura 3) e agli audiolibri (Figura 4); inoltre questa tipologia d'acquisto non presenta variazioni particolarmente marcate tra le diverse classi di età considerate. Al contrario, l'acquisto degli e-book e ancor più degli audiolibri non solo è minore, ma manifesta forti diversità tra paesi e classi di età. Gli e-book sono diffusi particolarmente nel Regno Unito, negli Stati Uniti e in Nuova Zelanda, mentre sono relativamente meno diffusi in Portogallo, Slovacchia, Bulgaria e Finlandia (Figura 3). Come prevedibile, è presente una maggiore tendenza all'acquisto da parte degli adolescenti e dei giovani adulti (15-34 anni) rispetto alle altre fasce d'età, particolarmente in Francia, Italia, Svezia, Finlandia, Canada, Regno Unito e Stati Uniti. Riguardo agli audiolibri, relativamente più diffusi in Norvegia, Svezia, Finlandia e Stati Uniti, le differenze tra classi di età suggeriscono una caduta della quota degli acquisti principalmente per i lettori più anziani, mentre sono simili i *pattern* rilevati per gli acquirenti di 15-34 anni e 35-54 anni (Figura 4).

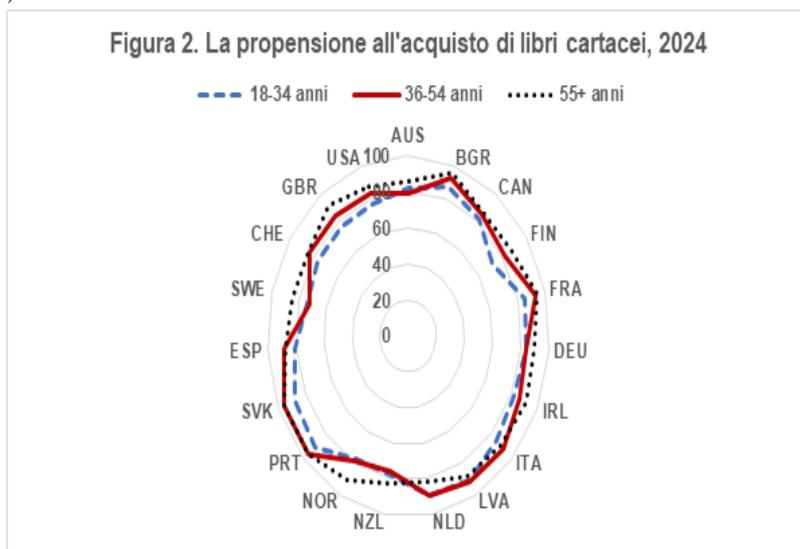


Figura 2 - Fonte: elaborazione su dati EIBF, 2024

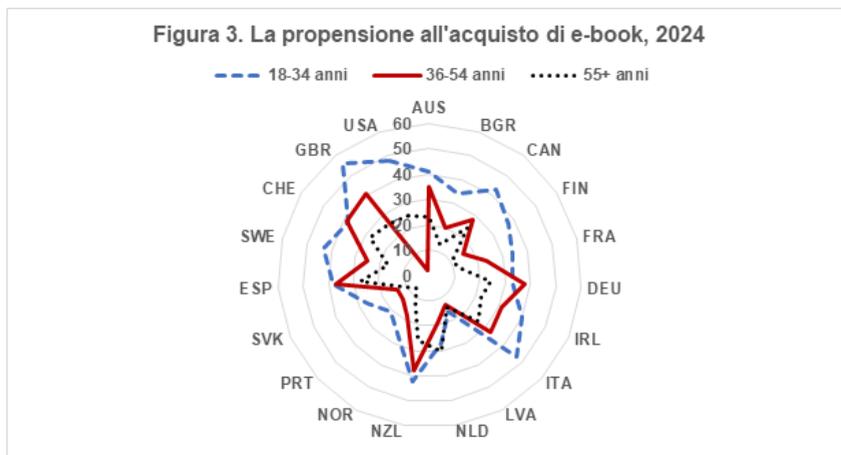


Figura 3 - Fonte: elaborazione su dati EIBF, 2024

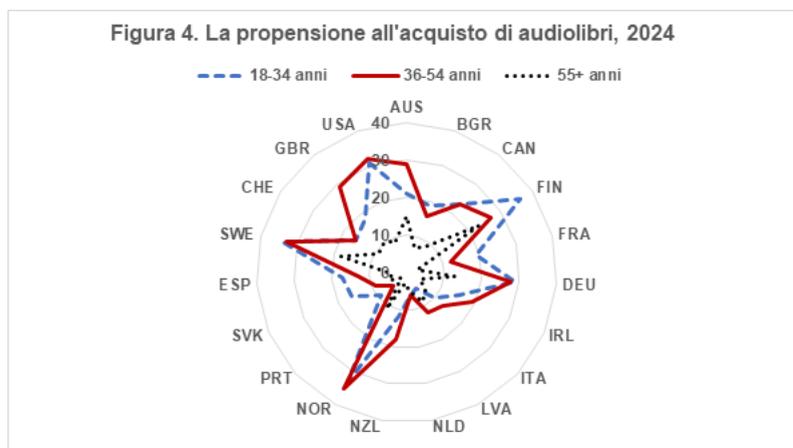


Figura 4 - Fonte: elaborazione su dati EIBF, 2024

### *I canali di acquisto*

Il report rivolge un'attenzione particolare alla scelta del canale di vendita nei diversi paesi, valutando il peso degli acquisti effettuati esclusivamente presso librerie fisiche, oppure online o degli acquisti multi-canale, il caso di gran lunga più frequente. Evidentemente, tra questi canali emerge sempre una correlazione negativa: sebbene gli specifici *pattern* nazionali di acquisto siano diversi, in media l'aumento del peso, per esempio, degli acquisti in librerie fisiche tende ad associarsi alla riduzione dell'importanza degli altri due canali di vendita.

È quindi forse più interessante analizzare le caratteristiche che portano i rispondenti ad acquistare nelle librerie fisiche indipendenti, il segmento che affronta le maggiori difficoltà, dato il peso crescente dell'online e delle catene librerie e che, anche per questo sfavorevole *trend* di mercato, è stato oggetto di attenzione e talvolta anche di tutela da parte delle autorità pubbliche.

Il report considera le cinque più importanti caratteristiche distintive che giustificano, per i rispondenti di ciascun paese, l'acquisto nelle librerie fisiche indipendenti. Queste caratteristiche, peraltro, si sovrappongono in buona parte con le librerie fisiche *tout court*. A livello nazionale, le motivazioni più importanti variano di poco: la piacevole atmosfera che si respira in queste librerie, che migliora l'esperienza di acquisto, la facilità di accesso alla libreria, anche in termini di vicinanza fisica, nonché l'immediata disponibilità di un elevato numero di titoli, la possibilità di sfogliare ed esaminare i libri e la facilità nel processo di acquisto sono i punti che caratterizzano positivamente questo canale di vendita, in linea con la richiesta dell'acquirente di poter disporre di informazioni dirette e specifiche sul prodotto libro, prima di procedere all'acquisto<sup>13</sup>. Non sono invece considerati punti importanti la possibilità di acquistare a prezzi vantaggiosi (punto che qualifica invece soprattutto il canale online) e, forse sorprendentemente, il poter ricevere consigli e raccomandazioni da parte del libraio – fattori che vengono segnalati, rispettivamente, solo in otto e due casi su diciannove.

Applicando anche in questo ambito l'analisi fattoriale (e seguendo le stesse linee già descritte in precedenza) nella tabella 2 si riportano

---

13 Federica Formiga, *I lettori e i loro comportamenti d'acquisto dopo la pandemia*, «Nuovi Annali della Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari», XXXVII (2023), pp. 259-272.

i primi tre fattori che sintetizzano molta della struttura informativa espressa dalle variabili originarie.

<i>Tabella 2. Scomposizione fattoriale delle principali motivazioni per l'acquisto di libri in librerie fisiche indipendenti. Diciannove paesi, 2024</i>			
Motivazioni	Primo Fattore	Secondo Fattore	Terzo Fattore
Luogo di facile accessibilità	0,332	0,357	0,206
Ampia selezione di titoli	0,273	0,425	0,345
Possibilità di sfogliare i libri	0,486	0,205	-0,700
Atmosfera piacevole	0,536	-0,005	0,274
Facilità nel processo di acquisto	-0,391	0,678	-0,019
Prezzi bassi	-0,931	-0,317	0,019
Consigli e raccomandazioni di lettura	0,513	-0,704	0,081

*Tabella 2 - Fonte: elaborazione su dati EIBF, 2024*

Il primo fattore che descrive le principali motivazioni all'acquisto in librerie fisiche indipendenti sembra suggerire, nel posizionamento competitivo della libreria, l'importanza di essere percepita come una *comfort zone* da parte di chi utilizza (peraltro di norma non in via esclusiva) questo canale di acquisto. Questo aspetto qualifica la libreria fisica indipendente e la differenzia rispetto agli altri canali di vendita. Nel fattore che esprime tale dimensione entrano con peso positivo la facile accessibilità della libreria e l'immediata disponibilità agli occhi dell'acquirente di un'ampia selezione di libri, che è possibile sfogliare, valutandone direttamente la qualità e la rispondenza alle proprie esigenze o *desiderata*. Pesi positivi sono assegnati al ricevere consigli di lettura e al godere di un'atmosfera piacevole all'interno della libreria. Al contrario, nel primo fattore entrano con segno negativo gli elementi più strettamente connessi alla dimensione mercatile, quali la facilità nel processo di acquisto e, soprattutto, la concorrenza di prezzo. Il secondo fattore tende a descrivere i punti di forza che rilevano soprattutto per un lettore autonomo, che continua ad apprezzare l'accessibilità fisica della libreria, la possibilità di scegliere tra numerosi titoli e di valutare direttamente il libro, ma che tiene in considerazione soprattutto la facilità del processo d'acquisto. L'elevato grado di autonomia dell'acquirente si sostanzia invece nel peso negativo assegnato al ricevere consigli e raccomandazioni da parte del libraio. Il terzo fattore, di più difficile

interpretazione, sembra guardare alla tipologia del canale di accesso al mercato (l'accessibilità, la disponibilità di titoli e l'atmosfera piacevole che caratterizza la libreria), piuttosto che alla focalizzazione specifica sul singolo prodotto libro.

Guardando trasversalmente al contributo della diverse motivazioni, emerge con nettezza la limitata rilevanza degli aspetti legati al prezzo, mentre i punti di forza delle librerie fisiche indipendenti sono (come già riconosciuto in letteratura) la copertura del territorio, con la connessa facilità di accesso al punto di vendita; l'offrire un contesto piacevole di scelta, di cui gode chi sceglie tale canale d'acquisto<sup>14</sup>; l'ampia, immediata e diretta disponibilità di titoli che, seppure di molto inferiore a quella offerta dalle librerie online, non viene percepita comunque come un fattore di debolezza nel processo concorrenziale<sup>15</sup>.

### Conclusioni

Definire e misurare con precisione la lettura in differenti contesti istituzionali è un esercizio tanto utile quanto complicato da realizzare. Il rapporto EIBF si propone, proprio in questa prospettiva, l'ambizioso obiettivo di confrontare la propensione alla lettura e l'acquisto di libri in diciannove paesi, caratterizzati da un livello di sviluppo medio alto, tramite una rilevazione statistica svolta nella primavera del 2024. Mentre l'utilizzo di una stessa metodologia di analisi dovrebbe permettere un esplicito confronto tra le diverse nazioni considerate, caratterizzate da strutture e caratteristiche del mercato librario molto diverse, la contenuta dimensione dei campioni e le limitate informazioni relative alle caratteristiche delle rilevazioni non permettono di dare un giudizio preciso riguardo all'affidabilità dei risultati pubblicati. Si conferma quindi la grande difficoltà nel misurare in modo appropriato e preciso un fenomeno complesso come la lettura.

---

14 Gemma T. M. O'Brien, *Small and slow is beautiful: well-being, 'socially connective retail' and the independent bookshop*, «Social & Cultural Geography», 18 (2017), 4, pp. 573-595; David Piovesan - Thomas Paris, *Resistance to the risk of commoditization in the cultural industries: the strengthening and rootedness of bookshops*, Post-Print hal-04691622, HAL 2024.

15 Daniel Lüke, *Tales of Tails: Sales Distribution and the Role of Retail Channels in the German Book Market*, «MAGKS Papers on Economics», 2024, n. 202419.

Tra i risultati riportati nella ricerca di particolare interesse appaiono le valutazioni relative al genere di libro acquistato. Tenendo conto delle scelte specifiche nelle diverse fasce d'età, emerge la centralità di due distinte dimensioni del processo di vendita che, con le opportune cautele interpretative, si possono associare al perimetro delle letture di piacere da un lato e alle letture per motivi di studio dall'altro. Entrambe queste categorie appaiono comunque trasversali rispetto alle usuali classificazioni adottate (narrativa, saggistica, ...).

Il supporto cartaceo rimane sempre largamente maggioritario e, inoltre, uniformemente distribuito nei diversi mercati nazionali considerati. La penetrazione dei nuovi supporti (e-book e audiolibri) è inferiore e, inoltre, concentrata su un numero limitato di paesi e specifica per alcune fasce d'età.

Un ulteriore punto d'interesse della ricerca è l'analisi degli elementi che identificano e qualificano il posizionamento di mercato delle librerie fisiche indipendenti, cioè delle peculiari caratteristiche che consentono di mantenere la vitalità di tale canale distributivo. La vicinanza della libreria, il contatto diretto e la frequentazione fisica della stessa da parte del lettore sono gli *asset* competitivi specifici di questo canale di vendita che più vengono apprezzati dal pubblico dei lettori e che rimangono di difficile raggiungimento per le vendite online.