

# LA DIMENSIONE ECONOMICA DEL SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO

## RISULTATI FINALI

Il mercato del libro è in crescita, con un trend positivo che si è consolidato nel 2014. La crescita è stata sostenuta da un aumento delle vendite in tutti i canali di distribuzione, sia tradizionali che digitali. Le vendite online hanno continuato a crescere, ma a un ritmo inferiore rispetto al 2013. Le vendite in negozio hanno invece registrato un forte recupero, grazie a iniziative promozionali e a un maggiore coinvolgimento dei lettori. Le vendite in libreria hanno mostrato una crescita significativa, soprattutto nei settori della narrativa e della saggistica. Le vendite in edicola hanno invece registrato una flessione, a causa della concorrenza delle altre piattaforme di distribuzione. Le vendite in formato digitale hanno continuato a crescere, ma a un ritmo inferiore rispetto al 2013. Le vendite in formato fisico hanno invece registrato un forte recupero, grazie a iniziative promozionali e a un maggiore coinvolgimento dei lettori. Le vendite in formato fisico hanno mostrato una crescita significativa, soprattutto nei settori della narrativa e della saggistica. Le vendite in formato digitale hanno invece registrato una flessione, a causa della concorrenza delle altre piattaforme di distribuzione.



**SALONE  
INTERNAZIONALE  
DEL LIBRO TORINO**

## GLI OBIETTIVI DELLA RICERCA



**1.959** interviste al pubblico del Salone

Approfondimento Scuole: **867** tra studenti e insegnanti

Interviste espositori: **80**

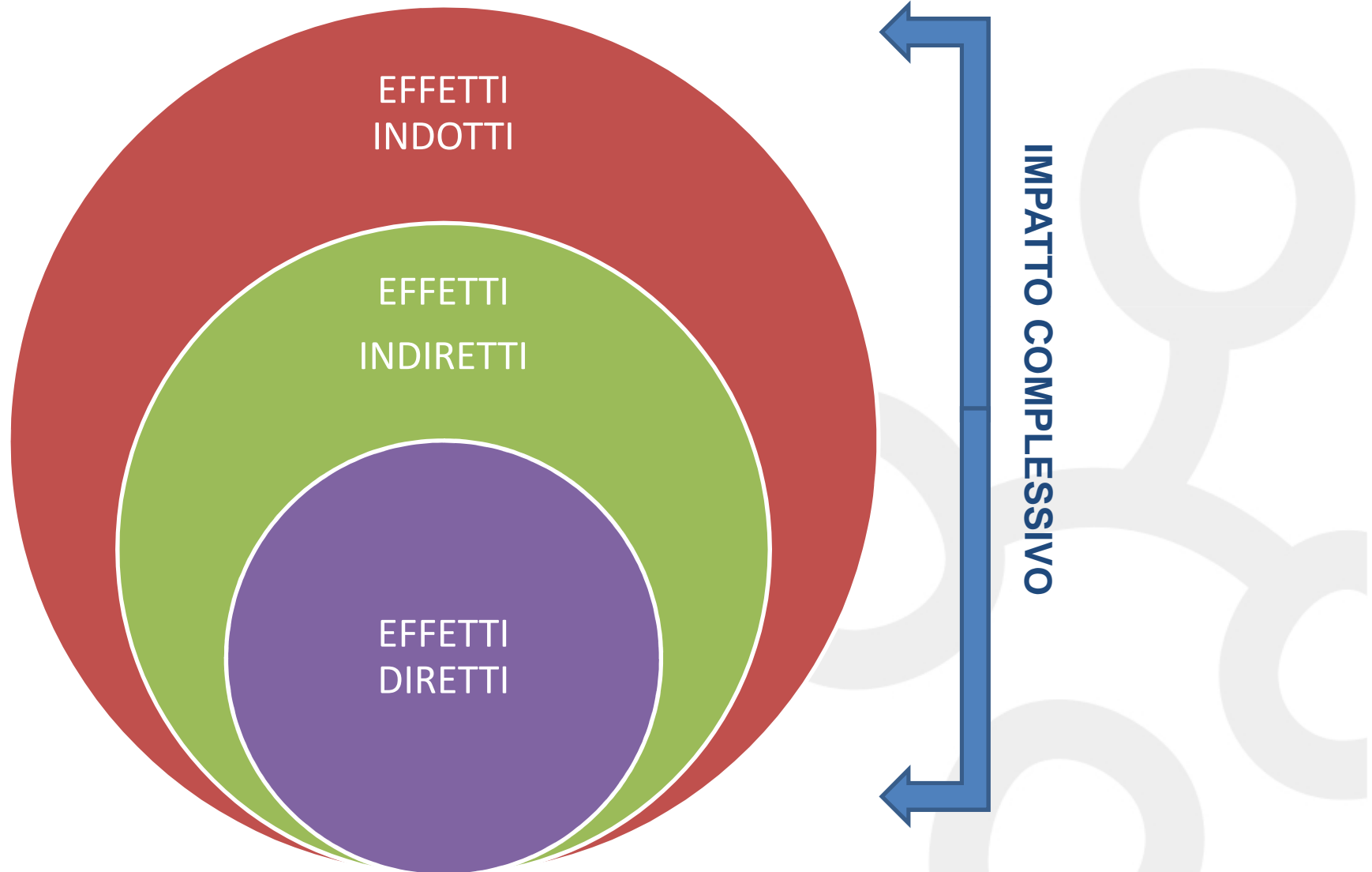
ANALIZZARE IL PUBBLICO E I PROFILI DI SPESA

QUANTIFICARE LA SPESA DIRETTA DERIVANTE DAL SALONE

STIMARE GLI IMPATTI ECONOMICI COMPLESSIVI



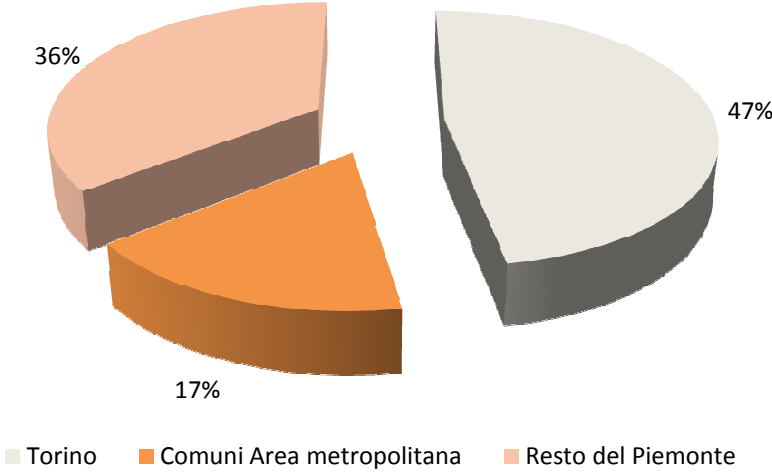
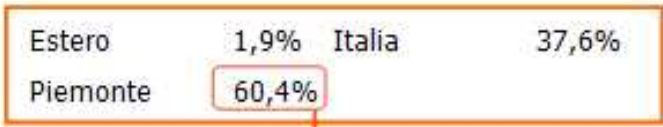
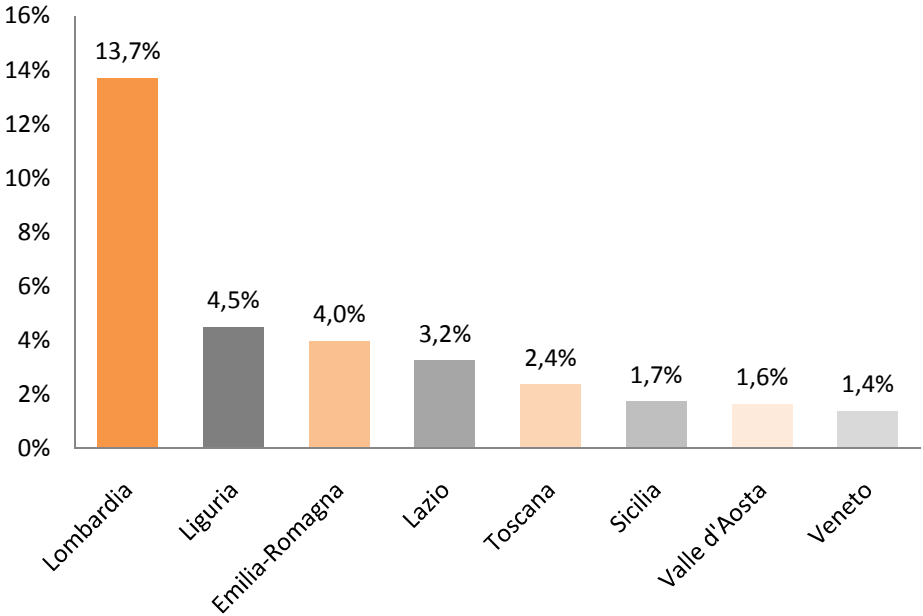


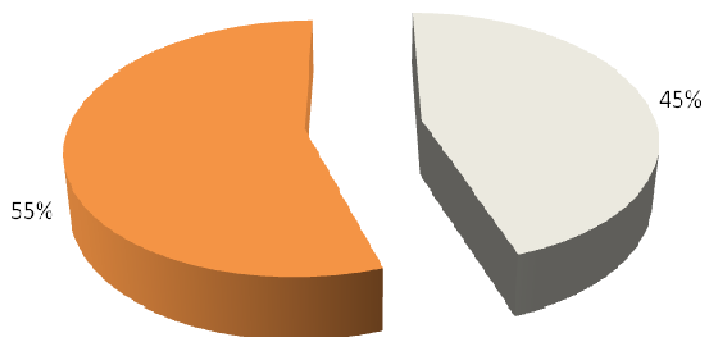


# IL PUBBLICO

Più di 300.000 visite in cinque giorni,  
 di cui 29.500 derivanti da visite scolastiche.

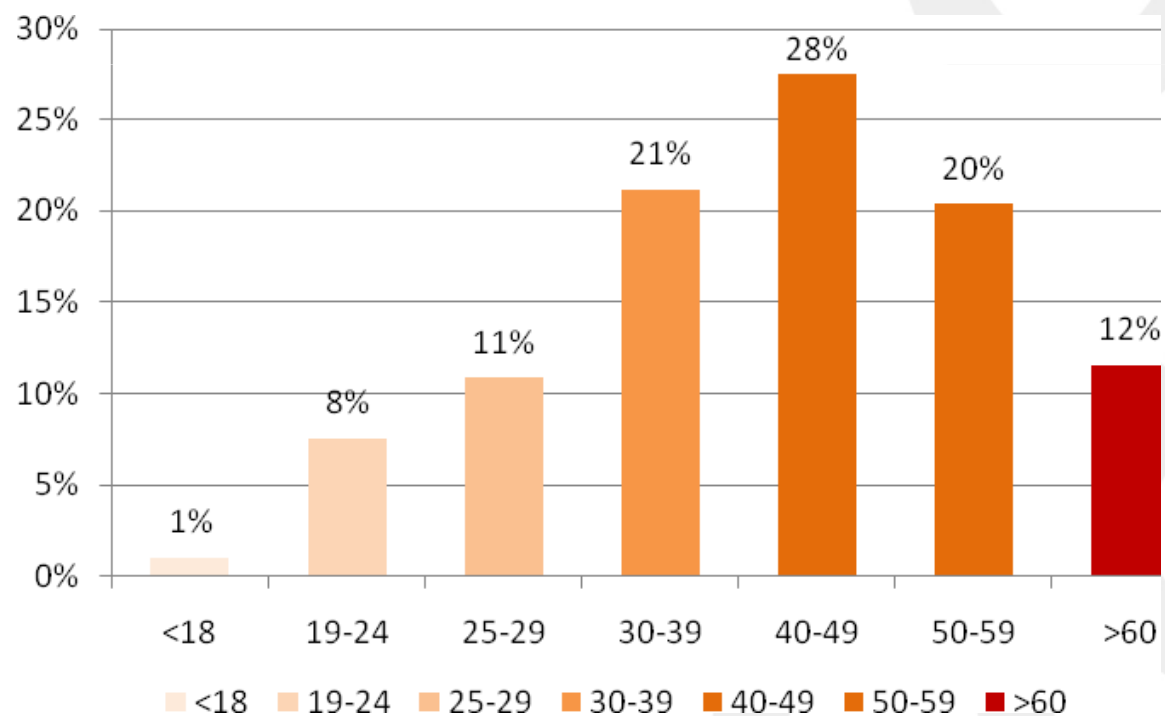
Molto significativa la quota di pubblico extra-locale:



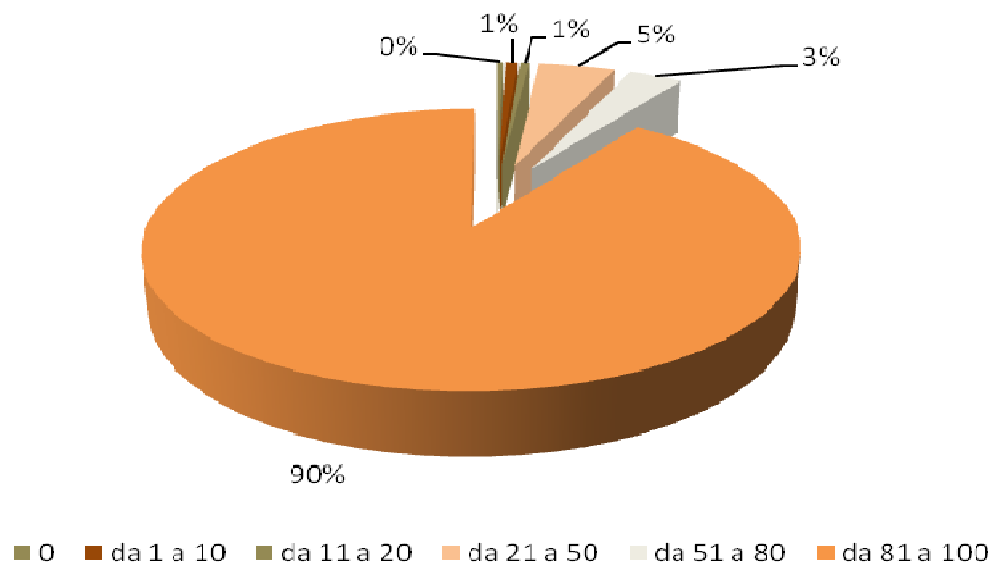


maschio femmina

Circa un partecipante su due ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni  
Leggera prevalenza di pubblico femminile (55%).



Si tratta di un pubblico **fortemente motivato**: più del 90% dei visitatori provenienti da fuori città ha dichiarato di essere venuto a Torino per partecipare al Salone



Pubblico di **forti lettori**. Si è stimato che il pubblico del Salone legga in un anno circa **4 milioni di libri!**

La **spesa complessiva** del pubblico è stata **di**  
**27.850.000 €**





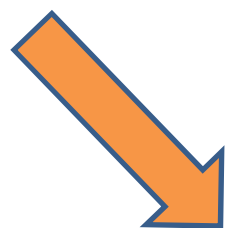
Spesa complessiva di tutti i segmenti di pubblico per le diverse voci di spesa

	spese pernottamento (€)	spese ristorazione (€)	spese trasporti (€)	spesa shopping (€)	spesa tempo libero (€)	spese acquisti fiera (€)	TOTALE (€) complessivo
pubblico scuole	-	103.250	14.750	-	-	250.750	368.750
Area metropolitana	-	892.001	335.812	73.459	-	4.879.770	6.181.042
Piemonte (escl. area metropolitana)	-	497.935	153.684	67.621	-	2.723.276	3.442.516
fuori Piemonte non pernottanti	-	608.880	292.952	143.604	-	2.843.357	3.888.793
fuori Piemonte pernottanti	4.154.338	3.373.046	737.364	1.066.824	392.215	3.608.375	13.332.160
<b>totale</b>	<b>4.154.338</b>	<b>5.475.113</b>	<b>1.534.561</b>	<b>1.351.507</b>	<b>392.215</b>	<b>14.305.528</b>	<b>27.213.262</b>

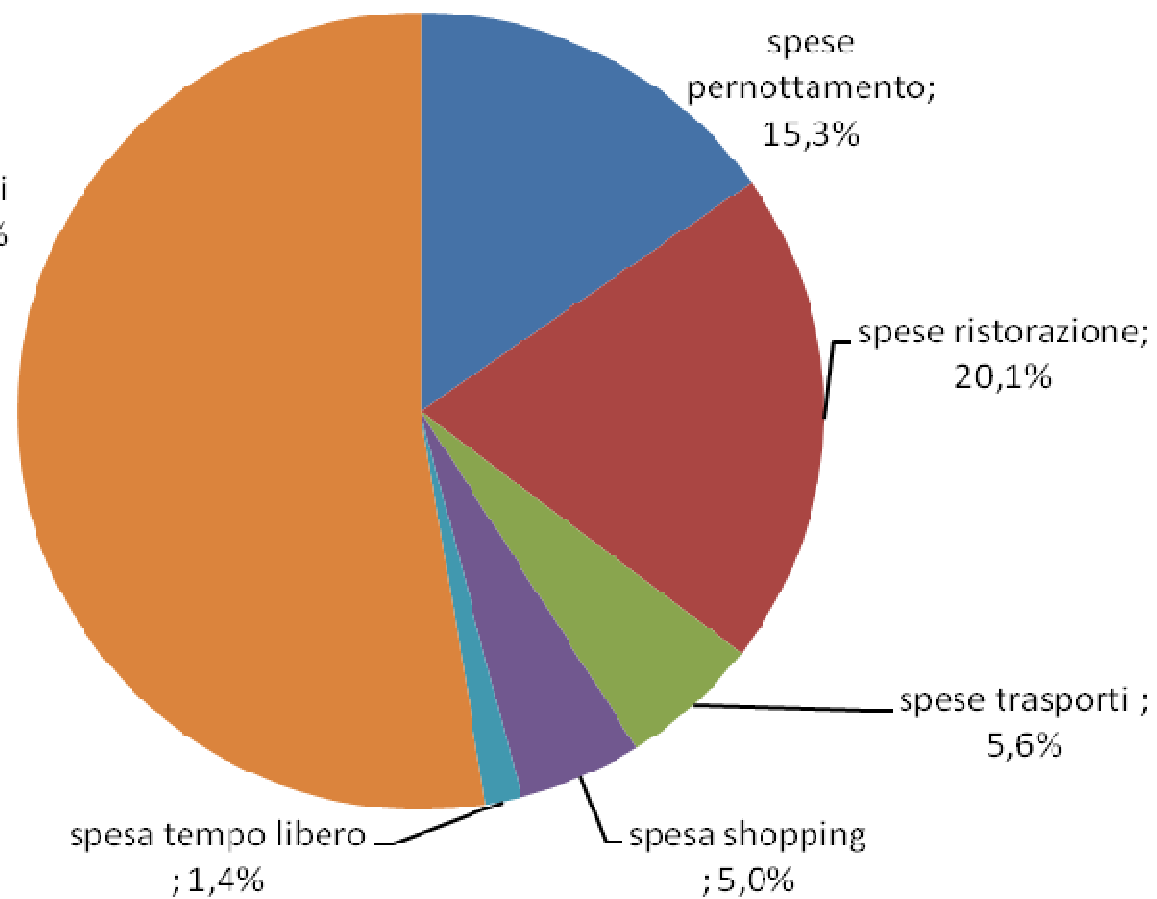
	incidenza numerica	incidenza di spesa
pubblico scuole	9,8%	1,4%
Area metropolitana	35,0%	22,7%
Piemonte (escl. area metropolitana)	19,3%	12,7%
fuori Piemonte non pernottanti	19,1%	14,3%
fuori Piemonte pernottanti	16,7%	49,0%



## IL PUBBLICO



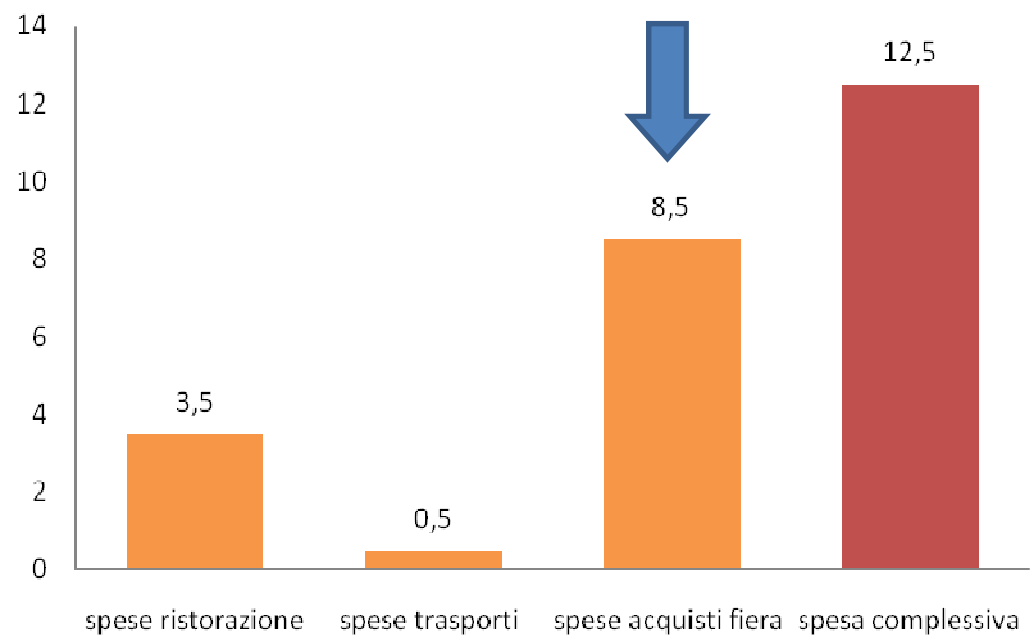
spese acquisti  
Salone; 52,6%



I GRUPPI  
SCOLASTICI

La spesa media è di 12,5 €.  
Uno studente su quattro spende meno di 7,3 €;  
uno studente su quattro spende più di 18 €

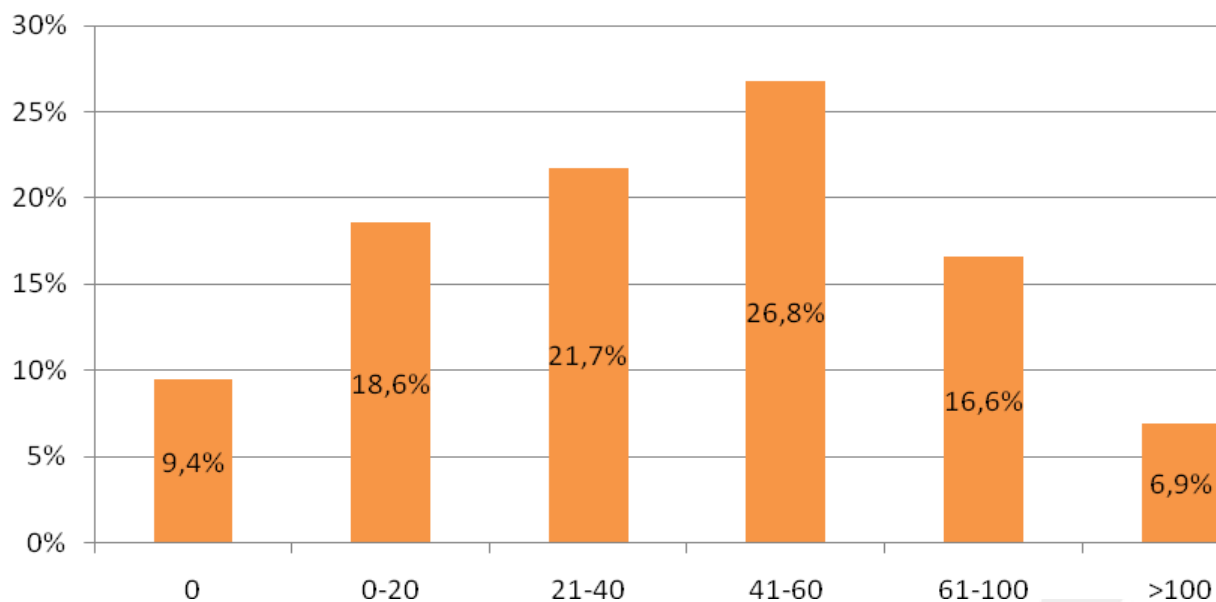
LA SPESA MEDIA DELLO STUDENTE SCOLASTICO



La spesa media procapite che varia tra i **50 € e 55€**.

Una persona su quattro spende tra i 40 e i 60 €,  
il 6,9% spende più di 100 €,  
il 9,4% non spende nulla.

La spesa del pubblico in acquisti al Salone per fasce di spesa (€)



le spese per l'organizzazione del Salone sono:  
**4.598.500 €.**

## LE SPESE PER L'ORGANIZZAZIONE

<b>Costi di allestimento, produzione e organizzazione</b>	<b>€</b>
Affitto spazi fiera (Biella I.)	700.000
Elettricità/utenze/servizi vari (Biella I.)	350.000
Allestimenti di base fiera (Biella I.)	183.000
Realizzazione moduli preallestiti (Biella I.)	160.000
Allestimento Pad. Bookstock (Biella I. e Fond. Libro)	253.000
Progettazione scientifica e organizzazione Pad. Bookstock (Fond. Libro)	81.200
Progettazione e Organizzazione Salone (Fond. Libro)	190.670
Palinsesto culturale Salone (Fond. Libro)	139.000
Attività per la scuola (Fond. Libro)	42.365
Progetti speciali (Caffè let., Piccoli ed., Concorsi Lingua madre, ecc) (Fond. Libro)	280.500
<b>Costi di personale</b>	
Personale di servizio alla Fiera (Biella I.)	100.000
Personale con funz.organiz./gestionali alla fiera (Biella I.)	15.000
Segreteria, funzionamento e amministrazione durante anno (Biella I.)	490.000
Personale tecnico logistico (Biella I.)	90.000
Personale Fondazione Libro per gestione complessiva Salone (Fond. Libro)	373.350
<b>Costi di comunicazione</b>	
Costi di comunicazione (Fond. Libro)	350.500
<b>Costi realizzazione International Book Fair</b>	
Spese di ospitalità (Biella I.)	250.000
Organizzazione, personale, progettazione (Biella I.)	550.000
<b>Totale</b>	<b>4.598.585</b>

## LE SPESE DEGLI ESPOSITORI

Circa **1.400** tra espositori titolari e ospiti

le spese considerate ammontano a **3.120.457 €**

	(€)
costi per personalizzazione allestimenti e servizi aggiuntivi	1.961.990
costi per pernottamento ristorazione e trasporti	1.158.467
<b>totale</b>	<b>3.120.457</b>



DALLA SPESA AGLI  
IMPATTI

SPESA SOSTENUTA  
DALL'ORGANIZZAZIONE

SPESA  
SOSTENUTA  
DAL  
PUBBLICO

SPESA  
SOSTENUTA  
DAGLI  
EDITORI

SPESA FINALE  
"LORDA"

SPESA PUBBLICO  
LOCALE

ACQUISTI LIBRI DI  
EDITORI NON  
LOCALI

DEFUSSO SPESE  
PRODUZIONE  
FUORI AREA

SPESA FINALE  
"NETTA"

LA SPESA FINALE DIRETTA NETTA E'  
DI **20.258.000 €**

Data una spesa diretta di **20.258.000 €**

Gli effetti indiretti e indotti sono pari a **32.174.457 €**

Complessivamente l'impatto economico finale generato dal Salone è di **52.432.570 €**

	spesa diretta	effetti indiretti e indotti	totale
pubblico	13.303.098	21.582.523	34.885.621
organizzazione	4.396.239	7.188.018	11.584.257
espositori	2.558.774	3.403.915	5.962.690
<b>totale</b>	<b>20.258.112</b>	<b>32.174.457</b>	<b>52.432.569</b>



Si sono stimate le Unità di lavoro addizionali (ULA) generate dal Salone

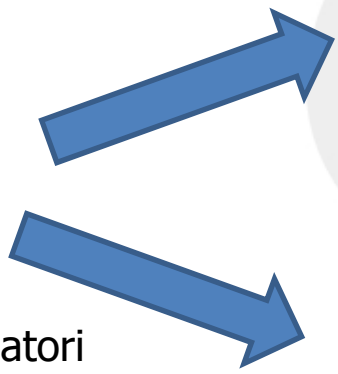


**COMPLESSIVAMENTE SI SONO GENERATE 384 ULA**

<b>Enti Finanziatori</b>	<b>(€)</b>
Regione Piemonte	376.900,00
Provincia di Torino	95.000,00
Comune di Torino	342.500,00
CCIAA	41.667
Fondazioni Bancarie	705.833
<b>totale</b>	<b>1.611.900</b>

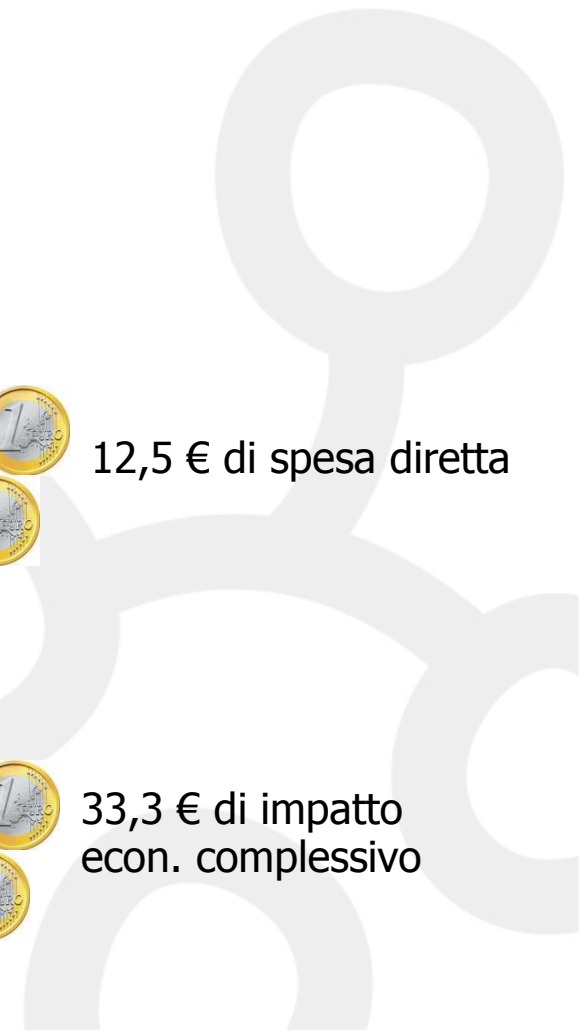


1 € degli enti finanziatori



12,5 € di spesa diretta

33,3 € di impatto  
econ. complessivo



Grazie per la cortese attenzione.

Alessandro Bollo

Fondazione Fitzcarraldo - Coordinatore Area Ricerca

[alessandro.bollo@fitzcarraldo.it](mailto:alessandro.bollo@fitzcarraldo.it)

