



LIBRERIE INDIPENDENTI E PICCOLA EDITORIA IN PIEMONTE

SINTESI DEI DATI

15 Maggio 2010

La piccola editoria in Piemonte

Il Piemonte si presenta oggi come il **secondo polo produttivo d'Italia** sia per numero di soggetti attivi, sia per numero di titoli pubblicati: stando ai dati ISTAT nel 2007 sono state pubblicate 7.309 opere (tra novità, seconde edizioni e ristampe) per un totale di circa 37 milioni di copie.

Uno dei **tratti peculiari del comparto editoriale piemontese è la presenza**, accanto a un numero ristretto di grandi gruppi editoriali, **di numerose case editrici di piccole e piccolissime dimensioni**, che rappresentano il **68% circa delle realtà produttive**.

Sono circa **150 le imprese editoriali** che soddisfano i criteri espressi dalla Legge Regionale n.18/2008 e che possiamo identificare come "piccoli editori".

Nel 2007 hanno prodotto un **fatturato complessivo pari a circa 87 milioni di euro e hanno occupato circa 530 addetti**. Rispetto al comparto editoriale piemontese **rappresentano circa l'8% del fatturato e il 15% della forza lavoro**. A livello produttivo, la piccola editoria regionale ha registrato per l'anno 2008 oltre **14 mila titoli vivi in catalogo** e la pubblicazione di circa **1.400 nuove opere**.

Tendenze e criticità condivise dalla piccola editoria indipendente:

- Contenute risorse economiche a disposizione.
- Modello organizzativo basato su di una **struttura operativa snella**, flessibile, che impiega un **numero esiguo di addetti** (dall'azienda individuale a un massimo di 3 addetti).
- Ampio utilizzo di collaboratori **free-lance altamente specializzati**.
- **Esternalizzazione** di alcune fasi della produzione: stampa, distribuzione, editing, impaginazione, grafica, gestione dei diritti d'autore, traduzione in diverse lingue.
- Scelta di pubblicare **prevalentemente su linea editoriale propria**, in molti casi proponendo prodotti rivolti a un mercato di nicchia e con una forte specializzazione tematica.



- Settori produttivi di maggiore interesse risultano **la narrativa (che interessa il 45% delle case editrici)** e **la saggistica**, ma particolare attenzione viene altresì rivolta alla **storia e cultura locale**, alla filosofia, alla religione e alle discipline socio-politiche. **Mediamente** i piccoli editori si occupano di **3 settori di produzione**, anche se **il 30% del gruppo di riferimento è monotematico e fortemente specializzato**.
- Attenzione alla **qualità del prodotto, riconosciuta come unica possibilità di ritagliarsi uno spazio** su un mercato altamente competitivo e ristretto quale è quello della lettura in Italia.
- Forte **radicamento sul territorio** che si traduce nella pubblicazione di testi di autori locali o di tematiche legate al territorio ma che raramente si concretizza in una collaborazione più strutturata con enti o istituzioni territoriali.
- **Difficoltà a entrare nei circuiti della grande distribuzione** e in alcuni casi anche a circolare sui banchi delle librerie tradizionali.
- **Difficoltà ad affacciarsi sul mercato internazionale** sia per costi legati alla distribuzione sia per le problematiche relative alle traduzioni. Le traduzioni rappresentano un altro nodo critico per il comparto della piccola editoria: stando ai dati ISTAT il peso delle traduzioni sul totale delle nuove opere pubblicate nel corso del 2007 è pari al 16% circa e di questi solo il 6% è rappresentato da testi tradotti dall'italiano in altre lingue.

Le librerie indipendenti: una prima fotografia

Ai fini dell'indagine sono state individuate sul territorio regionale **200 librerie indipendenti**.

Oltre la metà si trova nella provincia di Torino (nel solo capoluogo hanno sede il 35,5% delle librerie) e una diffusione sostanzialmente più contenuta in tutto il restante territorio regionale, con una presenza più consistente sul territorio cuneese.

Si stima che siano presenti nelle librerie considerate circa **1 milione e 600 mila copie**: incrociando il dato con il numero di titoli presenti si evidenzia un quadro di piccole realtà in cui si commercializzano una media di **due volumi per ogni opera**.

Circa un quarto delle librerie dispone di meno di 3000 titoli, e **solo poco più del 21% ha in assortimento oltre 10.000 titoli**.

La **maggior parte** delle librerie considerate è stata **fondata dopo il 1980**: quasi il 70% del campione è, infatti, di recente costituzione con 37 librerie aperte nel periodo compreso tra il 1980 e il 2000 e **ben 27 nell'ultimo decennio**.

Le librerie fondate negli ultimi anni sono imprese di non grandissime dimensioni, con **assortimenti, a titoli e a volumi, meno corposi** di quelli delle librerie "storiche", che in parte per le dimensioni (dal momento che i costi per gli spazi



OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

commerciali sono molto cresciuti negli ultimi anni), in parte per l'evoluzione del mercato che impone rotazioni sempre più rapide dei titoli, commercializzano molti meno titoli e volumi delle imprese più vecchie.

La dimensione economica

Quasi la metà delle librerie fattura meno di 200.000 euro, una soglia che segnala come **moltissimi operino di fatto ai margini del mercato se non del tutto al di fuori di esso**, dato che risulta evidente se si considera che i margini di guadagno provenienti dai prodotti librari sono molto bassi, mentre i costi di struttura e personale sono in linea con quelli delle altre attività commerciali. Il 32% dichiara un fatturato tra i 200 e i 500.000 euro, e solo il 14% oltre i 500.000.

Solo il 67% dichiara di avere una gestione informatizzata del monte merci, che oggi può essere considerata condizione minima necessaria per una gestione imprenditoriale della libreria. Va sottolineato che pochissimi dichiarano però indici di rotazione, tra 1,5 e il 3.

Sono essenzialmente librerie "classiche": la vendita di libri è per il 20% la sola fonte di entrata, e nel 66% circa dei casi incide per oltre il 75% sul complesso del fatturato. Non si riscontrano significative attività commerciali diverse da quelle della vendita di prodotti di cartoleria e prodotti assimilabili (gadget, agende, spartiti, cd e dvd). L'incidenza del peso della vendita di libri cresce all'aumentare del fatturato.

Sono solo il 12% le imprese che contano almeno 5 dipendenti, **ben il 67% ha uno o due addetti incluso il titolare**.

La superficie dello spazio di vendita

Oltre il 40% delle librerie ha una superficie di vendita inferiore ai 75 mq, cioè superfici molto piccole, altrettante hanno una superficie compresa tra i 75 mq e i 150 mq, mentre solo il 15% può contare su superfici di vendita superiori ai 150 mq

Nelle librerie di piccole dimensioni vi è **un'elevatissima densità di libri**. E' possibile stimare la presenza di circa **120 titoli per metro quadrato** nelle strutture con una superficie inferiore ai 75 mq; mentre in quelle che dispongono di locali più ampi si calcolano indicativamente **80 titoli per mq**. Il dato come ovvio incide fortemente sulle possibilità di display del libro in vendita, penalizzando fortemente l'efficacia espositiva delle librerie con piccole superfici.



Attività

Quasi il **58% delle librerie contattate si occupa solo di varia**, il 20% esclusivamente di specialistica, il 22% di varia ma con forti aree di specializzazione.

Le **attività di promozione** sono abbastanza diffuse in tutto il campione: oltre la metà è mediamente attiva sul fronte delle attività di promozione, ma **solo il 10%** delle librerie lavorano con tutti i principali strumenti di marketing ormai diffusi in queste tipologie commerciali (tessere, sconti, web, incontri, ecc). Non esiste correlazione diretta tra queste attività e il fatturato, anche se è utile notare che chi non fa alcuna o poche attività di promozione ha anche fatturati molto bassi.

Librerie indipendenti e piccola editoria

Il 95% delle librerie ha in assortimento titoli di piccoli editori.

Nel 26% delle librerie **almeno un quarto della piccola editoria presente è piemontese.**

La presenza **media di titoli di piccoli editori non è in relazione diretta con il numero di titoli presenti in libreria** (entità dell'assortimento).

Le librerie con fatturato più alto hanno in percentuale meno titoli prodotti da piccoli editori piemontesi.

Incidenza della **piccola editoria aumenta per le librerie di recente fondazione e per quelle specializzate.**

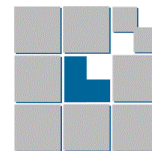
Si può stimare che **i titoli di piccoli editori piemontesi** presenti nelle librerie indipendenti della regione **rappresentino circa il 4% dell'assortimento.**

Librerie indipendenti e la cultura locale

Il 71% dei librai ha un settore o sottosettore dedicato ai testi che trattano temi di interesse locale, ed il 28% delle librerie dispone di un numero medio di titoli su questo tema superiore a 100.

Il numero medio di titoli dedicati al Piemonte presenti nelle librerie di varia è di **231**

Le librerie che tengono più titoli dedicati al Piemonte si trovano soprattutto nelle province diverse da Torino (dove praticamente tutti hanno aree dedicate più ampie).



Criticità e prospettive

Condivisi sono i fattori di criticità, che portano molte librerie indipendenti a livelli non sempre sostenibili di **stress economico**, legati in particolare alle piccole dimensioni, e al fatto di **operare sul mercato** (e di fatto a costi di mercato) **con prodotti culturali di difficile commercializzazione e con margini di guadagno estremamente bassi**.

A fronte delle numerose chiusure descritte dagli intervistati, per il momento non registrabili in termini numerici non avendo dati di confronto sugli scorsi anni, **le librerie che sembrano meglio rispondere alle difficoltà del mercato sono quelle specializzate** (cioè che hanno in assortimento almeno il 50% dei titoli dedicati a un dato tema), e quelle che puntano ad un forte **radicamento sul territorio in un'ottica di servizio da una parte, e di promozione culturale dall'altra**.

La prospettiva di sviluppo dei **libri elettronici** non rappresenta invece nella percezione degli operatori una minaccia, in ragione del fatto che appare presto per poterne valutare l'impatto sul mercato librario, che al momento si vede più minacciato dalla concentrazione delle grosse superfici di vendita che e delle politiche di sconto, piuttosto che dalla prospettiva di un cambiamento nei comportamenti di lettura.

Per quanto concerne il **rapporto con la piccola editoria**, essa è ben presente negli assortimenti dei librai indipendenti: nel caso delle librerie specializzate si tratta di un rapporto in certo senso fisiologico e spesso personale, ma anche per l'assortimento di piccole librerie di varia essa gioca un ruolo primario nell'offerta di un prodotto spesso ricercato e di qualità che contribuisce in modo determinante a definire l'immagine delle librerie indipendenti, che proprio su specificità e qualità investono.

Le difficoltà tuttavia sono di diversi ordini: non tanto o non solo nella fase di reperimento e riassortimento (che con i grossisti è oggi più facile che in passato), quanto nella **possibilità di conoscere la produzione**, anche a fronte del costante aumento del numero di titoli in commercio, che di fatto impedisce di venire a conoscenza di tutte le opere anche solo per valutarne l'eventuale interesse commerciale per il proprio punto vendita. Collegato a questo è il problema di **garantire un'adeguata promozione** al libro, che non può essere ovviamente affidata al solo impegno del libraio, e che con fatica porta avanti il piccolo editore, ma deve poter contare su altri e più estensivi canali di comunicazione.