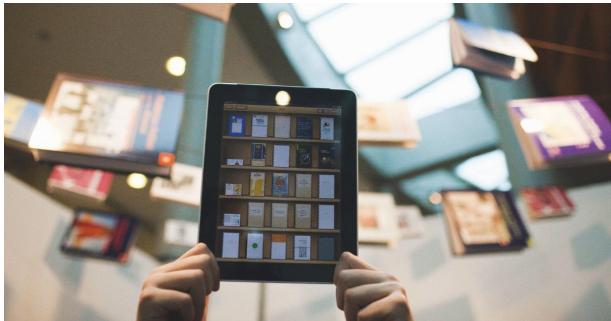


## Addio libri "classici", l'editoria in pandemia è digitale: gli eBook crescono del 43 per cento

LINK: <https://www.ilfattoquotidiano.it/in-edicola/articoli/2021/06/22/addio-libri-classici-leditoria-in-pandemia-e-digitale-gli-ebook-crescono-del...>



Addio libri "classici", l'editoria in pandemia è digitale: gli eBook crescono del 43 per cento di M. Cristina Fraddosio | 22 Giugno 2021 È l'anno dei podcast e dei giovani lettori. Il libro di carta da sfogliare, annusare e stropicciare in borsa passa in secondo piano. Il digitale, durante la pandemia, ha trainato i fatturati del mondo dell'editoria con una crescita delle vendite del 47% rispetto allo scorso anno. Lo rivelano le tre indagini presentate ieri, nel capoluogo lombardo, durante l'evento organizzato da **BookCity Milano**, Intesa Sanpaolo e Associazione italiana editori (Aie). Il cambio di rotta non si può certo imputare al lockdown, dato che le librerie rientrano tra le attività commerciali che non hanno quasi mai chiuso. L'austerità del primo Dpcm di marzo 2020 per i lettori è durata poco. Il 14 aprile le librerie, dopo un solo mese di chiusura, hanno riaperto. Piuttosto, stando ai dati

presentati ieri, certamente si tratta del segno dei tempi, senza trascurare che la digitalizzazione della cultura (eventi, concerti, libri, mostre) sia stata favorita dall'obbligo di restare a casa. Infatti, complice il lockdown, il 64% degli intervistati (tra i 15 e i 75 anni) ha dichiarato di aver iniziato durante le restrizioni ad usare il pc per seguire concerti ed eventi artistico-culturali; il 61% ha partecipato a conferenze; il 59% a rappresentazioni teatrali; il 57% alla presentazione di libri e il 62% alle mostre. Tutto rigorosamente online. A fruirne più dello scorso anno sono stati i giovani (tra i 18 e i 34 anni). La lettura di libri ed e-book e l'ascolto degli audiolibri è complessivamente del 41% tra queste fasce d'età. Circa la metà degli intervistati sostiene di aver scelto di dedicare maggiore tempo alla lettura. A differenza del passato, però, si predilige l'ascolto. La strategia

culturale vincente è diventata il podcast, utilizzato dal 44% degli intervistati con un'impennata delle fruizioni tra gli under 35. La percezione più diffusa è che siano "brevi ma interessanti" e che si possano ascoltare facendo contemporaneamente altro. Tuttavia la risposta degli editori a questa nuova tendenza appare ancora lenta: per quanto concerne gli audiolibri solo il 21% delle case editrici li ha inseriti nel proprio catalogo e solo il 15% ne ha programmato la presenza per il prossimo anno; per quanto riguarda i podcast le percentuali si riducono ulteriormente. Il dato più importante, che mette comunque l'editoria al sicuro, è il fatturato: da gennaio a maggio 2021 le vendite hanno raggiunto 591 milioni di euro, il 47% in più rispetto al 2020.