



15 novembre - Cariplo Factory

Lettura: che cosa abbiamo imparato

Sono intervenuti **Giovanni Fosti, Piergaetano Marchetti, Ricardo Franco Levi, Marino Sinibaldi, Paola Dubini, Giulia Cogoli, Chiara Faggiolani, Maria Chiara Baretta, Rocco Pinto, Giovanni Peresson, Stefano Bartezzaghi**.

Resi pubblici i dati relativi alla nuova indagine di AIE sulla lettura di libri, e-book, l'ascolto di audiolibri e sui canali d'acquisto nell'area del comune di Milano.

*Milano, 15 novembre 2021. In occasione dei 10 anni di BookCity Milano, dei 30 anni di Fondazione Cariplo e dell'ingresso di AIE tra i promotori di BookCity accanto alle quattro Fondazioni editoriali e al Comune di Milano, il 15 novembre 2021 presso Cariplo Factory si è tenuto l'evento **Lettura: che cosa abbiamo imparato**, coordinato da Paola Dubini con la partecipazione di Giovanni Fosti - presidente di Fondazione Cariplo, Piergaetano Marchetti - presidente dell'Associazione BookCity Milano, Ricardo Franco Levi - presidente di AIE, Marino Sinibaldi - presidente del Cepell, Paola Dubini - Università Bocconi, Giulia Cogoli - direttrice del festival *Dialoghi sull'uomo* di Pistoia, Chiara Faggiolani - Università La Sapienza Roma, Maria Chiara Baretta - Fondazione Cariplo, Rocco Pinto - Associazione Forum del libro, Giovanni Peresson - AIE, Stefano Bartezzaghi, semiologo e scrittore.*

A cinque anni dal decollo di 18App, a due anni dalla legge sul libro e all'indomani delle chiusure, degli isolamenti e dei lockdown, i dati dimostrano che, durante l'emergenza sanitaria, la filiera editoriale ha tenuto; ciò nonostante, i dati sulla lettura in Italia rimangono scoraggianti ed è proprio questo il tema portante dell'incontro, che mira a mettere in luce le abitudini di lettura degli italiani esplorando nel dettaglio quanto e come si è letto durante la pandemia.

Ad aprire l'incontro un intervento del presidente di Fondazione Cariplo, **Giovanni Fosti**, che ha parlato della rilevanza della lettura come fattore di crescita personale e collettiva e delle importanti azioni di promozione della lettura che Fondazione Cariplo ha deciso di intraprendere in questi anni: *"La lettura stimola in noi la curiosità, l'apertura al nuovo e la capacità di dare senso a ciò che accade: si tratta di un'occasione continua di apprendimento e sviluppo che deve essere accessibile a tutti. Sostenere la lettura significa sostenere la crescita personale e quindi anche collettiva. Per questa ragione, in un momento così particolare e delicato come quello attuale, Fondazione Cariplo continua a investire sulla cultura come risorsa fondamentale e pilastro chiave su cui costruire il futuro"*.

A seguire, il presidente dell'Associazione BookCity Milano, **Piergaetano Marchetti**, ha ripercorso i 10 anni del festival, la crescita della manifestazione e cercato di stabilire quali siano i prossimi obiettivi in termini di diffusione della lettura: *"La crescita della lettura non deve essere un effetto transitorio legato alla pandemia. Ci auguriamo che sia la lettura a diventare endemica. La lettura che apre al sapere, alla fantasia,*

Milano
City of
Literature

alle diversità, è un ingrediente fondamentale della creatività a livello diffuso su basi razionali. E tutto ciò è garanzia, se – come impegno di BookCity – il libro entra nelle case ed è accolto in tutte le articolazioni della città – di crescita individuale, di consolidamento democratico. Uscire dal ghetto della povertà educativa e dei pensieri unici basati su effimere mode e irrazionali suggestioni è il nostro obiettivo di fondo”.

Presidente dell'Associazione Italiana Editori (AIE), che da quest'anno entra a far parte dei promotori di BookCity Milano, **Ricardo Franco Levi** ha ragionato sul tema della lettura e dell'acquisto di libri a Milano, evidenziata dalla nuova ricerca dell'associazione: *“Oggi presentiamo un'indagine – ha spiegato – che mostra come a Milano i lettori siano più numerosi che nel resto d'Italia, 64% contro 56%, e più propensi a frequentare le librerie fisiche, anche se permangono grandi differenze nella distribuzione dei punti vendita tra centro e periferie. Questa ricerca, un unicum in Europa, è il nostro contributo alla città per un dibattito informato, ma vorremmo anche che fosse il primo passo verso la creazione di un Osservatorio permanente sui consumi culturali nel Comune di Milano e dell'Area metropolitana”.*

A seguire è intervenuto **Marino Sinibaldi**, presidente del Centro per il libro e la lettura, andando ad approfondire le pratiche di promozione della lettura e quali siano le caratteristiche di quelle di successo. Coordinatrice dell'evento, **Paola Dubini** ha spostato l'attenzione sui lettori, veri protagonisti di BookCity e destinatari degli sforzi collettivi all'ordine del giorno, presentando alcuni dati relativi alla lettura e soffermandosi sui diversi modi di promuoverla. A seguire, la direttrice dei *Dialoghi sull'uomo* **Giulia Cogoli** ha esplorato il rapporto tra festival e promozione della lettura, prendendo in considerazione il cambiamento che la pandemia ha comportato e le sue conseguenze.

Docente di Biblioteconomia all'Università La Sapienza di Roma, **Chiara Faggiolani** ha discusso il ruolo chiave delle biblioteche come luoghi di aggregazione, incontro e scambio per lettori, giovani e adulti, forti e occasionali, esponendo alcuni dei fenomeni che emergono dall'intreccio di lettura e socialità. Programme officer dell'Area arte e cultura di Fondazione Cariplo, **Maria Chiara Baretta** ha invece esposto gli sforzi messi in campo da Fondazione a sostegno della lettura: i progetti sostenuti, le iniziative finanziate e i dati relativi ai risultati ottenuti.

Rocco Pinto, tra i fondatori dell'Associazione Forum del Libro, si è soffermato sul rapporto dei ragazzi più giovani con le biblioteche e l'uso che ne fanno, l'impatto di 18App e come trasformare i giovani lettori in adulti che continuano a leggere. A seguire, è stata trasmessa una registrazione video del responsabile dell'Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori (AIE), **Giovanni Peresson**, che ha presentato i dati dell'Osservatorio sulla lettura e sull'acquisto di libri, ebook e audiolibri a Milano, tratti dall'indagine attivata dall'Associazione.

Ha concluso l'incontro un intervento di **Stefano Bartezzaghi**, scrittore e semiologo, che ha tratto le fila del discorso mettendo ordine tra i tanti dati raccolti e aggiungendo un ultimo punto alla riflessione condivisa: la disparità tra i dati di lettura relativi al nord Italia e quelli relativi al sud Italia, nel tentativo di scardinare luoghi comuni.

#BCM21

www.bookcitymilano.it

Facebook: BookCity Milano | Twitter: @BOOKCITYMILANO | Instagram: @bookcitymilano

Segreteria organizzativa - segreteria@bookcitymilano.it

Ufficio Stampa - ufficiostampa@bookcitymilano.it

Milano
City of
Literature

COMUNICATO STAMPA

A Milano più lettori che nel resto d'Italia (64% contro 56%) e più acquisti nelle librerie fisiche: i risultati dell'osservatorio AIE per BookCity Milano

Levi (AIE): "L'indagine primo passo per un Osservatorio permanente sui consumi culturali nell'area metropolitana"

Milano ha più lettori della media italiana, 64% contro 56% (chi legge almeno un libro in 12 mesi, compresi ebook e audiolibri, tra i maggiori di 14 anni), e soprattutto più lettori in digitale (e-book e audiolibri): 39% contro 26%.

Inoltre, probabilmente perché ne hanno molte a disposizione vicino casa, anche se permangono grandi differenze tra centro e periferia, i milanesi frequentano di più le librerie fisiche che nel resto d'Italia. Sono questi i principali risultati dell'Osservatorio AIE sull'acquisto e la lettura di libri nel Comune di Milano realizzata in collaborazione con BookCity Milano su dati di PepeResearch e presentato oggi alla Cariplò Factory, nell'ambito della manifestazione milanese dedicata ai libri e ai suoi lettori.

“Questa indagine, un unicum a livello europeo, è il nostro contributo alla città per un dibattito informato, e quindi l'attuazione di politiche efficaci, per la promozione della lettura e del libro a Milano – ha spiegato il presidente di AIE Ricardo Franco Levi –. I dati che abbiamo presentato indicano innanzitutto la ricchezza dell'esperienza cittadina, ma anche alcune disparità tra centro e periferia. Vorremmo che questo fosse il primo passo verso un Osservatorio permanente sui consumi culturali nel Comune di Milano e dell'Area metropolitana”.

I dati sulla lettura. I milanesi che hanno letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi, compresi e-book e audiolibri, sono il 64%, contro una media nazionale del 56%. Leggono in digitale a Milano (e-book e audiolibri) il 39% della popolazione contro il 26% della media italiana. Il gap nella lettura si vede soprattutto nelle fasce giovanili: a Milano si dichiarano lettori l'88% nella fascia 15-17 e l'87% nella fascia 18-24. In Italia sono lettori nella stessa fascia il 51% e l'81%. Leggono molto di più i milanesi della media italiana anche nelle fasce 55-64 anni (47% contro 31%) e 65-74 anni (31% contro 19%).

Inoltre, il 42% dei lettori in Italia è un debole lettore, si ferma ovvero sotto la soglia dei tre libri l'anno. Nel caso di Milano, i deboli lettori sono il 24% mentre la stragrande maggioranza si trova nella fascia da 4 a 11 libri, il 69%.

Dove comprano i milanesi. Sono acquirenti di libri ed e-book il 63% dei milanesi contro il 51% della media italiana. Di soli e-book il 29% contro il 18% della media italiana. Se i milanesi guardano con maggior favore agli acquisti di prodotti digitali della media degli italiani, per i libri di carta si affidano invece maggiormente alle librerie fisiche che non alle librerie on-line. In particolare, il 90% dei milanesi acquirenti di libri ha comprato nelle librerie fisiche almeno una volta negli ultimi dodici mesi, in Italia solo il 73%. Al

contrario, gli acquirenti di libri milanesi che hanno comprato almeno un libro online sono “solo” il 26%, contro il 55% della media italiana.

La mappa cittadina. L’analisi della lettura sul territorio mostra una distribuzione dei lettori diffusa sul territorio e che – anzi – premia le periferie: sono lettori nei quartieri più lontani dal centro il 59% (persone sopra i 14 anni), contro il 58% nelle aree semiperiferiche e il 54% nelle aree centrali e semicentrali. Questo a fronte di una distribuzione delle librerie e carto-librerie molto squilibrata in favore del centro: qui si trovano il 69% degli esercizi, il 19% nelle aree semiperiferiche, il 12% nelle periferie. Detto in altro modo: nelle aree centrali e semicentrali ci sono 0,71 librerie e cartolibrerie ogni 1000 lettori, 0,14 nelle aree semiperiferiche e 0,07 nelle periferie.

Milano, 15 novembre 2021

*Per informazioni,
Daniela Poli, Ufficio stampa AIE
cell. (+39) 335 1242614
daniela.poli@aie.it
www.aie.it*

UNA FESTA PLURALE

BCM è una festa che non coinvolge solo gli operatori del libro. I luoghi dove si parla di libri a Milano sono tantissimi e molto diversi fra loro. Coinvolge le filiere legate alla cultura (i musei, i teatri, i cinema, le gallerie e gli spazi espositivi), quelle creative (gli studi di architettura, di design e di fotografia, gli spazi culturali urbani e di coworking, i club e i project spaces) i luoghi della ricerca e dello studio (le scuole, i centri di formazione, le università e le residenze). Porta la lettura a chi non può muoversi nella città (nelle carceri, negli ospedali, nei centri associativi).



Centri di aggregazione	28%
Librerie	27%
Negozi	13%
Bar	12%
Teatri	8%
Gallerie	7%
Università e Residenze	6%

Centri di aggregazione	28%
Librerie	27%
Negozi	13%
Bar	12%
Teatri	8%
Gallerie	7%
Università e Residenze	6%

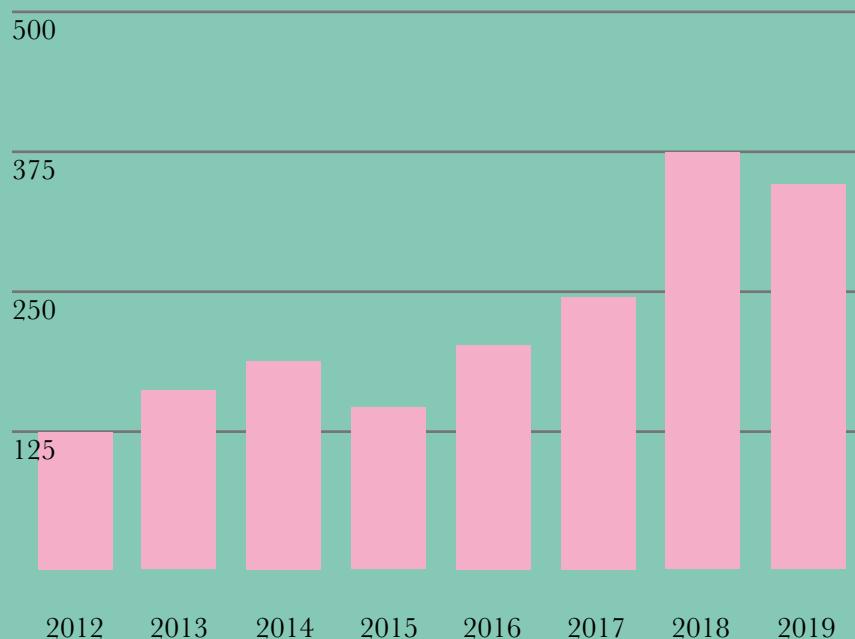
Filiera del libro	21%
Settori culturali	20%
Sociale	20%
Settori creativi	17%
Ospitalità	12%
Università, Ricerca	10%

Filiera del libro	21%
Settori culturali	20%
Sociale	20%
Settori creativi	17%
Ospitalità	12%
Università, Ricerca	10%

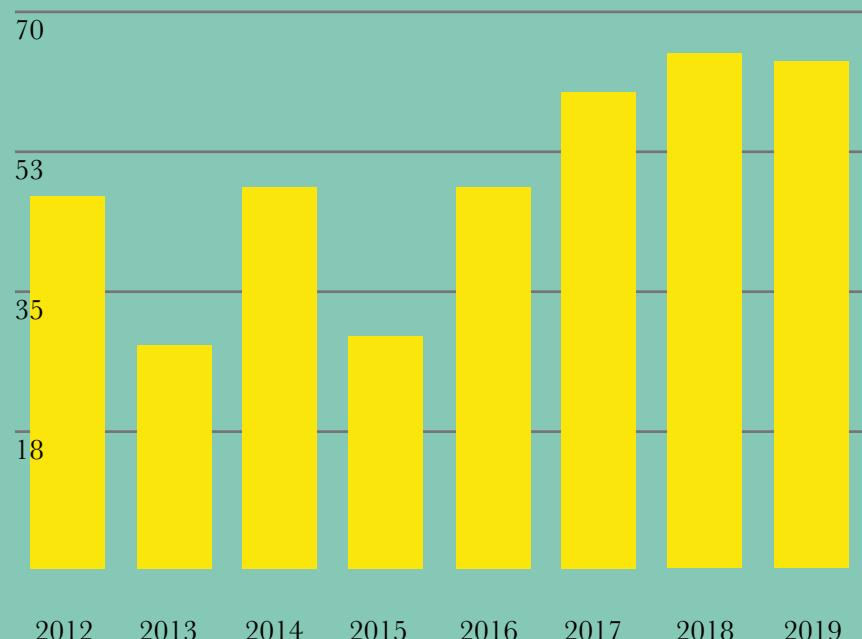
UNA FESTA DIFFUSA

BCM è oggi presente un po' in tutta la città, non solo perché è nata come manifestazione diffusa, ma perché nel tempo si è «allargata» a coprire un numero sempre più elevato di zone e quartieri. Nelle ultime edizioni, prima dello stop del 2020 dovuto alla pandemia, BCM ha organizzato incontri in più di 60 quartieri della città (a Milano sono 88 e alcuni hanno pochissimi abitanti). L'obiettivo per i prossimi dieci anni è fissato.

Le sedi



I quartieri



Le iniziative di Fondazione Cariplo a sostegno del libro e della lettura Dati e sforzi messi in campo, dal 2020 a oggi

La lettura è essenziale per accedere alla cultura, all'informazione e alla conoscenza, favorisce la crescita individuale e collettiva delle persone e svolge un *ruolo abilitante* nei confronti di altre pratiche culturali: secondo i dati ISTAT, infatti, i lettori tendono a frequentare cinema, teatri e musei più spesso dei non lettori. La lettura rappresenta quindi una pratica essenziale all'inclusione sociale, culturale ed economica dei cittadini. L'Italia, tuttavia, presenta dati sulla lettura che sono spesso scoraggianti, e l'iniziativa individuale rischia di non essere sufficiente a rafforzare l'abitudine e l'attitudine verso questa pratica.

Con queste premesse, negli ultimi due anni **Fondazione Cariplo** ha dato inizio a diverse iniziative a sostegno della lettura e dedicate a promuoverla e diffonderla tra tutte le fasce della popolazione, a partire dal

Bando *Per il libro e la lettura*. Pubblicato per la prima volta nel 2020, il bando punta ad allargare la “base sociale” della lettura, ovvero ad aumentare il numero di nuovi lettori. Come? Stimolando la curiosità e il piacere di leggere, instillando la passione per la lettura tra ragazzi e bambini, anziani e adulti. Ai progetti candidati si richiede di combinare tre principi fondamentali: un elemento di condivisione e socializzazione tra i partecipanti; il protagonismo e la centralità delle persone all'interno dell'iniziativa; il radicamento in presidi fisici capaci di offrire una continuità progettuale sul territorio. In armonia con le altre attività sostenute da Fondazione Cariplo, viene inoltre prestata particolare attenzione alle aree marginali del territorio di riferimento della Fondazione e alle periferie dei centri urbani.

La risposta alla prima edizione del bando è stata eccezionale: 200 richieste pervenute, per un totale di 75 progetti sostenuti e ben 3 milioni di euro erogati. 35 iniziative sono portate avanti da Comuni, 5 vedono i Comuni in veste di partner e 35 vengono realizzate unicamente da organizzazioni non profit. Il partenariato è stato privilegiato nel 70% dei casi (53 progetti), indipendentemente dalla natura pubblica o privata del capofila. Quanto alla distribuzione geografica, 15 iniziative prendono vita a Milano, 9 nell'area metropolitana milanese, 16 in altre città capoluogo e 35 in altri comuni del territorio d'intervento.

Come una “chiave di volta”, il Bando *Per il libro e la lettura* rappresenta il cardine di una strategia di ampia portata che vede sforzi sempre maggiori e duraturi nel tempo e il coinvolgimento di alcuni soggetti partner chiave.

A Milano ha preso vita **La lettura intorno**, il progetto ideato e promosso con Associazione BookCity Milano che si inserisce nell’ampia cornice di Bookcity (di cui ne rappresenta un *continuum* durante l’arco dell’anno) e nel programma **Lacittàintorno**: un elemento stabile, attivo e partecipato di fruizione e accesso alla cultura, in grado di coinvolgere la comunità presenti nei diversi quartieri.

La lettura intorno connette realtà culturali già operative sul territorio urbano, promuovendo e rafforzando una rete di associazioni, biblioteche, librerie, centri culturali, community e gruppi informali, teatri e case editrici, un network di scambio di conoscenze tra tutti gli attori coinvolti, a diverso titolo, nella diffusione del libro e della lettura. Nel progetto sono le realtà attive nei diversi quartieri stessi a diventare protagoniste della proposta culturale, proponendo iniziative secondo il proprio gusto, desiderio o bisogno (da presentazioni e incontri con gli autori a letture e laboratori) che, attraverso il sito di *BookCity – La lettura intorno*, vengono presentate alla città. Nasce così un palinsesto partecipato teso a combattere i fenomeni crescenti di povertà educativa e culturale e a rendere possibile una maggiore consapevolezza delle offerte culturali presenti sul territorio.

Promosso insieme alla Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, il progetto **Leggere per scrivere e scrivere per leggere** si basa sulla convinzione che lettura e scrittura si alimentino a vicenda, che la capacità di comprendere un testo ed esprimersi scrivendo siano due abilità complementari, essenziali per comunicare, stare insieme, capirsi e, di conseguenza, costruire buone pratiche di cittadinanza ed educare cittadini più consapevoli. Target del progetto sono le scuole secondarie di primo grado, per gli alunni del secondo e terzo anno, e le scuole secondarie di secondo grado, per gli alunni del primo e del secondo anno, collocando l’intervento intorno ai 13 anni di età. Articolato in due linee di azione, intitolate *Instant writers* e *Leggere il mondo*, il progetto beneficia 22 scuole secondarie di primo grado, 44 docenti con le relative classi e 22 scuole secondarie di secondo grado, 44 docenti con le relative classi, per un totale di circa 1.800 studenti, oltre a 20 bibliotecari del Sistema Bibliotecario Milanese.

Tra le iniziative intraprese si annovera anche il ciclo di incontri **Around Reading**, pensato con MEET - Centro internazionale di cultura digitale, un percorso formativo rivolto agli enti che hanno presentato richiesta di contributo per il Bando Per il libro e

la lettura e alla *community* multidisciplinare che fa riferimento a MEET. Il ciclo si compone di 6 appuntamenti: 3 di natura *inspirational*, con MinaLima, Maryann Wolf e Henry Jenkins, offerti sia in presenza sia online; 3 di tipo laboratoriale, mirati ad affrontare le problematiche concrete legate alla promozione della lettura negli ambienti ibridi, analogici e digitali, soprattutto con i giovani, disponibili solo online.

Rivolto a chi si occupa di lettura in età prescolare e di educazione interculturale, il seminario internazionale ***Mamma Lingua. Libri per bambine e bambini in età prescolare in tante lingue*** offre l'opportunità di conoscere alcune esperienze internazionali di promozione bibliografica in lingue diverse da quella nazionale, di editoria multilingue, di vendita di libri in altre lingue, di promozione della lingua madre e del plurilinguismo. Si tratta di un'occasione di incontro tra operatori e volontari volto a generare uno scambio delle migliori pratiche per raggiungere in modo efficace le comunità linguistiche presenti nel nostro paese, che si colloca nell'ambito del progetto ***Mamma Lingua. Storie per tutti, nessuno escluso*** per la promozione della lettura in lingua madre per i bambini in età prescolare e le loro famiglie. Il seminario, tenutosi a Milano il 12 e il 13 novembre, si è concluso con un dialogo tra Ilaria Tondarini e l'autrice francese di origini rumene Ramona Badescu.

Promossa da ADEI – Associazione degli editori indipendenti, ***LetturaDay*** è la campagna nazionale sulla lettura ad alta voce, lanciata in occasione della Giornata mondiale del libro e del diritto d'autore - 23 aprile. ***LetturaDay*** coinvolge biblioteche formali e informali, librerie, circoli di lettura, scuole e molti altri luoghi per realizzare i ***Giovedì di lettura***: eventi organizzati autonomamente dalle diverse realtà coinvolte che hanno come protagonisti lettori volontari, dilettanti e professionisti che propongono, sia online sia dal vivo, brani di autori classici e contemporanei. L'intento è quello di trasformare la lettura in un rituale, avvicinando pubblici nuovi e sempre diversi a una pratica che possa diventare parte integrante della loro vita quotidiana, avvicinandoli al mondo dei libri e facendo leva sulle realtà già presenti e attive sul territorio per stimolare in loro l'interesse per la lettura.

La campagna è partita il 23 aprile 2021 da Milano, capitale dell'editoria dove è stato siglato un Patto per la Lettura ed esiste una rete solida ed estesa di "biblioteche di condominio". La campagna si rivolge a tutto il territorio nazionale con il tema: "Leggere unisce il mondo". Lettori volontari, cittadini di ogni provenienza geografica, sono stati invitati a offrire al pubblico brani rappresentativi della propria origine culturale, oppure brani di altre tradizioni ispirati ai valori fondamentali della



fratellanza, della condivisione culturale, del ricongiungimento fra le diverse culture, offrendone la lettura ad alta voce ad altri cittadini.