

Come finirà questo 2022 Un anno che speravamo normale

Più libri più liberi, 7 dicembre 2022

Ufficio studi AIE – Nielsen BookScan



Cosa presentiamo

Il mercato di varia adulti e ragazzi nei canali trade al P 11, relativo al periodo dal 3 gennaio al 6 novembre 2022.

- I valori della produzione di libri, e delle vendite a prezzo di copertina (a copie e a valore) in librerie, banchi libri di supermercati e grandi magazzini, nelle librerie online. Non comprendono le vendite di libri scolastici, di quelli universitari e strettamente professionali, né le vendite di e-book e degli abbonamenti in audiolibri e neppure le vendite di libri in occasioni speciali al di fuori delle vendite trade.
- I confronti con gli anni precedenti: 2019, 2020, 2021. Nei confronti si è privilegiato – ritenendolo più significativo – quello con il 2019: l'ultimo anno «normale» (il 2019 si era chiuso con $\Delta\%$ del +4,9% a valore e + 3,4% a copie).
- I valori si riferiscono al sell-out dei canali, cioè al valore in termini di spesa e di copie acquistate dai clienti.
- Una previsione (prudenziale) di chiusura dell'anno.

I mercati europei di varia nel 2022

Mercato trade a valore esclusi e-book e audiolibri.
Variazione percentuale rispetto allo stesso periodo del 2021

Regno Unito ¹ +6,0%	Austria ¹ +1,5%
Irlanda ² +6,0%	Svezia ³ -1,7%
Paesi Bassi ³ +5,0%	Germania ³ -2,0%
Finlandia ⁴ +4,7%	Francia ¹ -5,0%
Norvegia ³ +4,5%	
Spagna ¹ +3,5%	

¹ Prime 24 settimane

² Prime 32 settimane

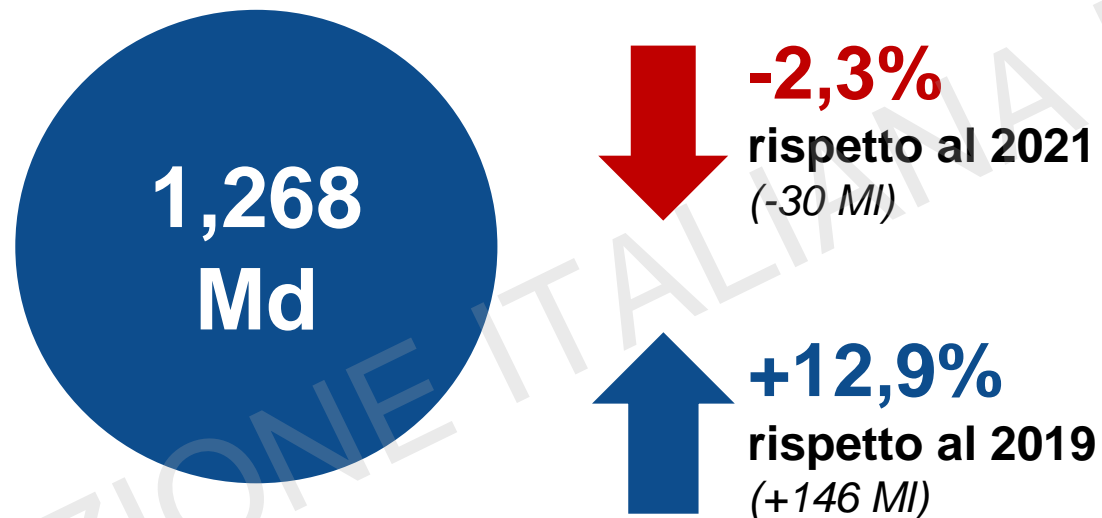
³ Prime 40 settimane

⁴ Prime 36 settimane



Calano le vendite a valore rispetto ai primi 11 mesi del 2021. Ma è un segno più rispetto al 2019

Valore a prezzo di copertina in milioni di euro e variazione percentuale rispetto agli anni precedenti (2 gennaio- 6 novembre)

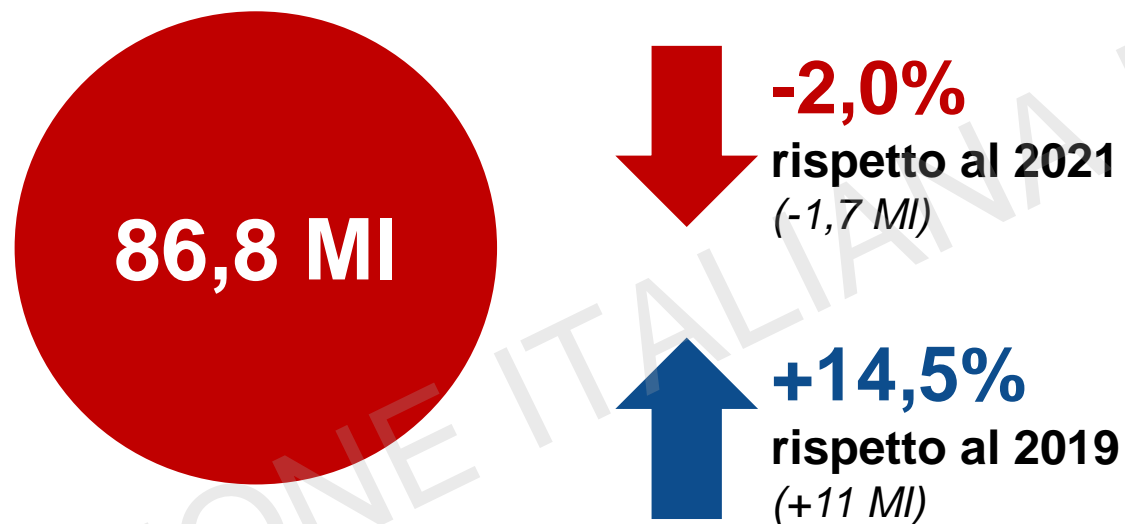


Valore del mercato trade*
nei primi undici mesi dell'anno

* Vendite di libri a stampa in librerie fisiche, online e grande distribuzione.
È esclusa l'editoria scolastica.

Più contenuto, invece, il calo delle copie vendute

Valore in milioni di copie vendute e variazione percentuale rispetto agli anni precedenti (2 gennaio – 6 novembre)

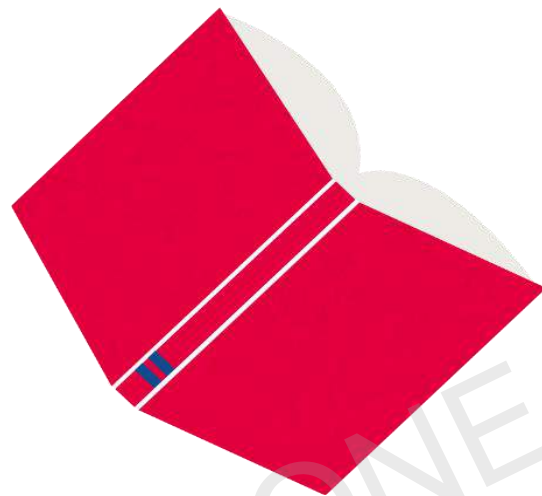


Copie vendute nel mercato trade*
nei primi undici mesi dell'anno

* Vendite di libri a stampa in librerie fisiche, online e grande distribuzione.
È esclusa l'editoria scolastica.

Rimane stabile il prezzo medio del venduto

Variazione rispetto agli anni precedenti (2 gennaio- 6 novembre)

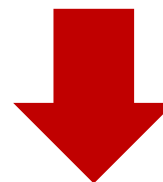


14,62 €

*Prezzo medio nei primi
undici mesi del 2022*



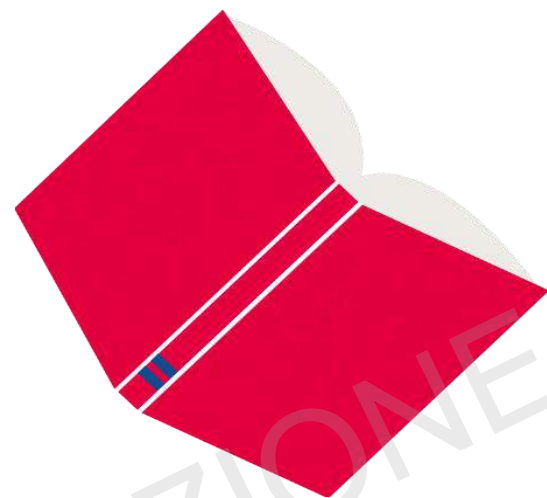
-0,4%
rispetto al 2021
(14,67€)



-1,3%
rispetto al 2019
(14,82€)

Diminuiscono le novità a stampa pubblicate*

Numero di nuovi titoli pubblicati e variazioni percentuali rispetto al corrispondente mese degli anni precedenti



62.745
novità pubblicate*



-2,0%
rispetto al 2021
(64.056)

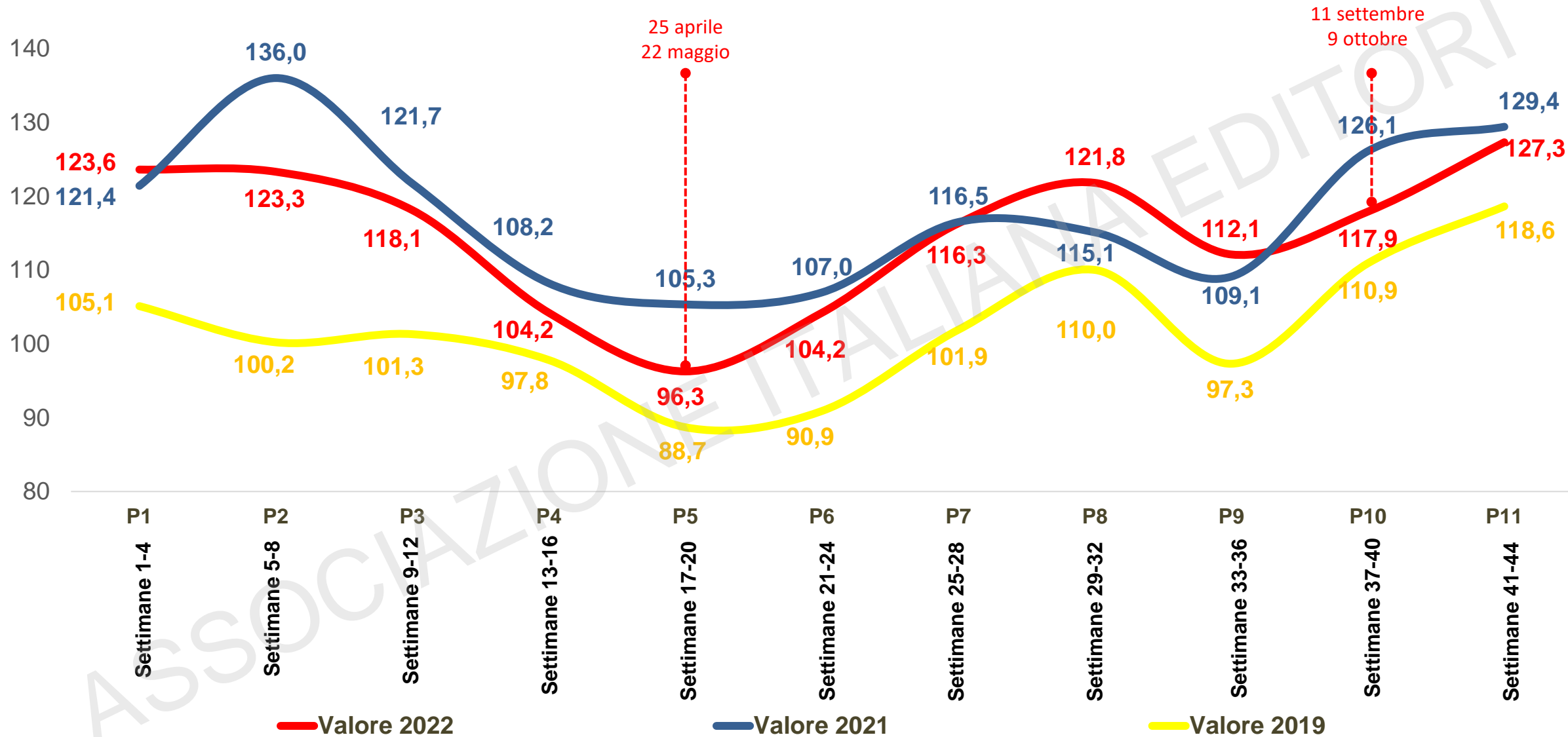


+2,2%
rispetto al 2019
(61.403)

* Dato riferito al mese di ottobre

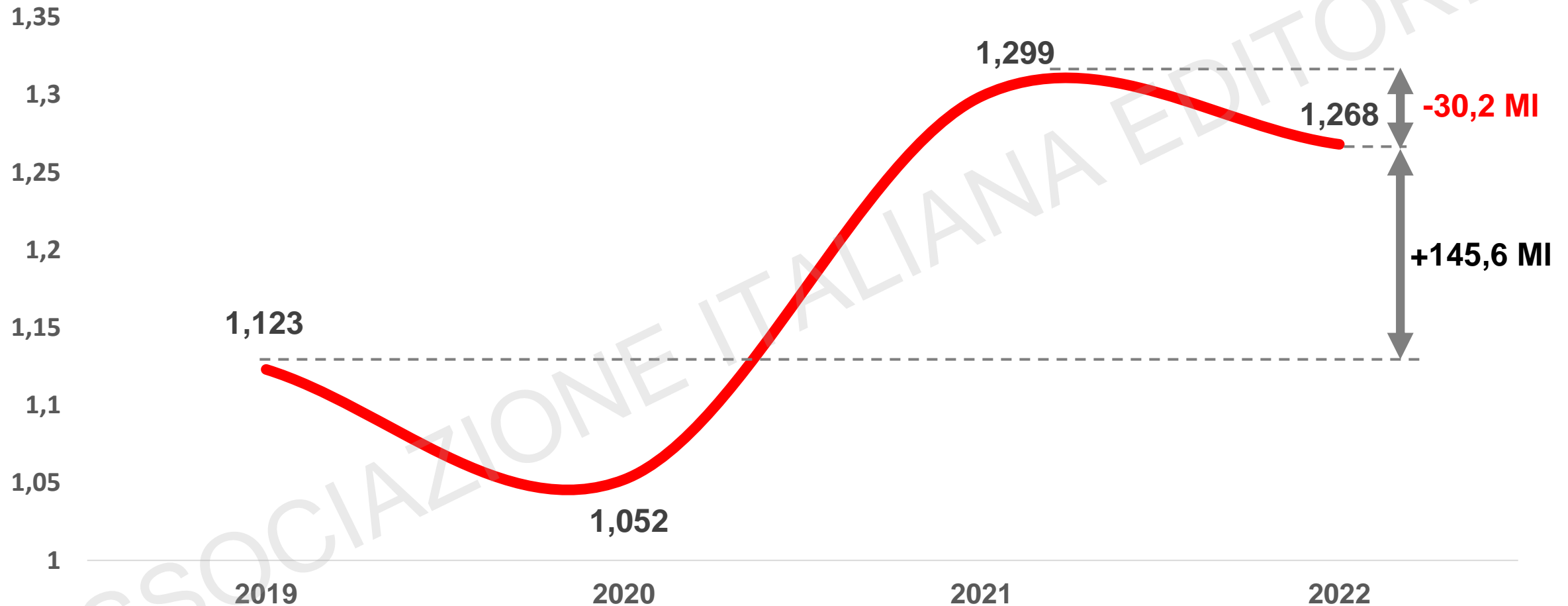
La spesa per acquisto di libri nel 2022 è sempre superiore a quella del 2019

MI euro Valore delle vendite a prezzo di copertina. Valori in milioni di euro (2 gennaio - 6 novembre)



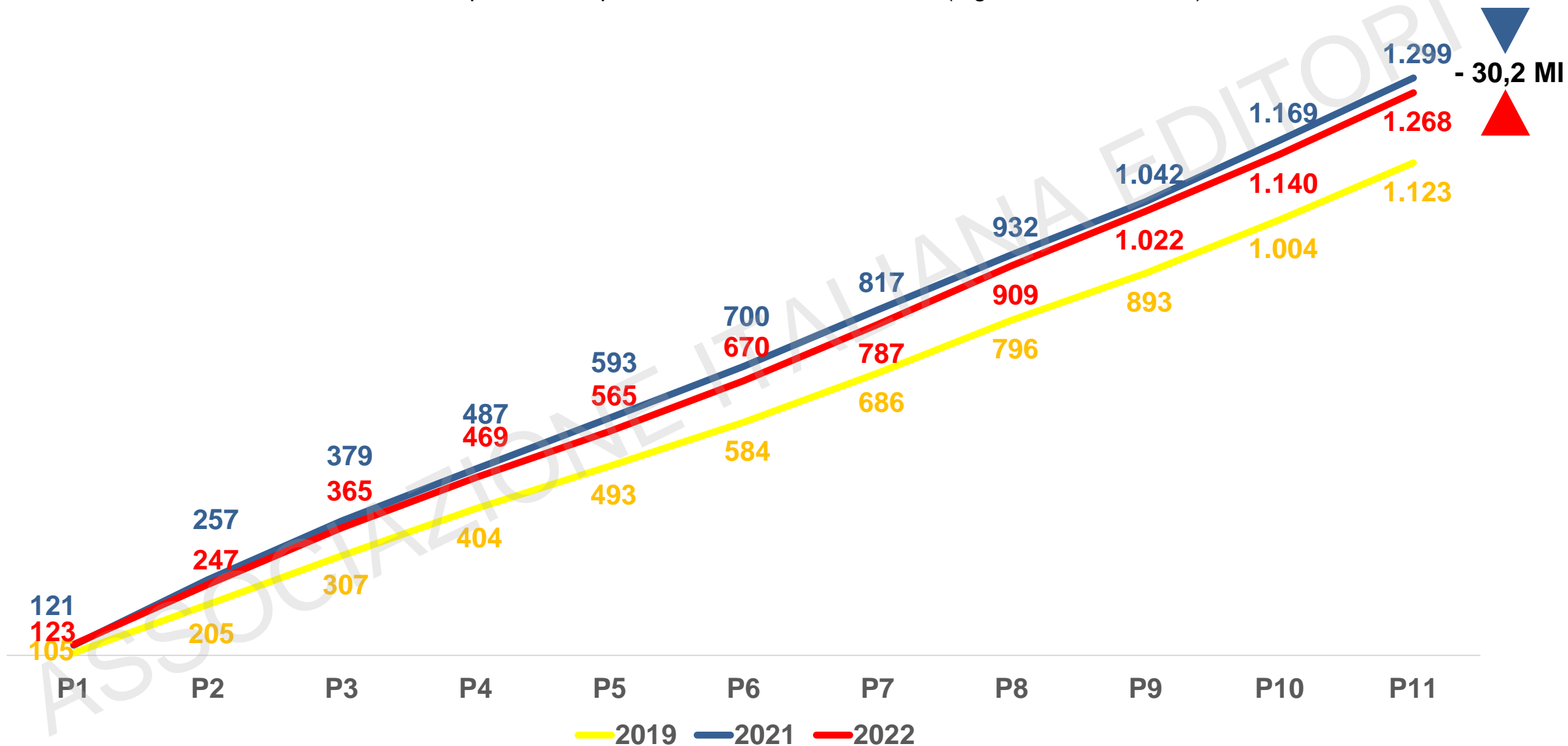
Il mercato ha vissuto forti oscillazioni negli ultimi tre anni

Valore cumulato al P11 delle vendite a prezzo di copertina - Valori in milioni di euro (2 gennaio-6 novembre)



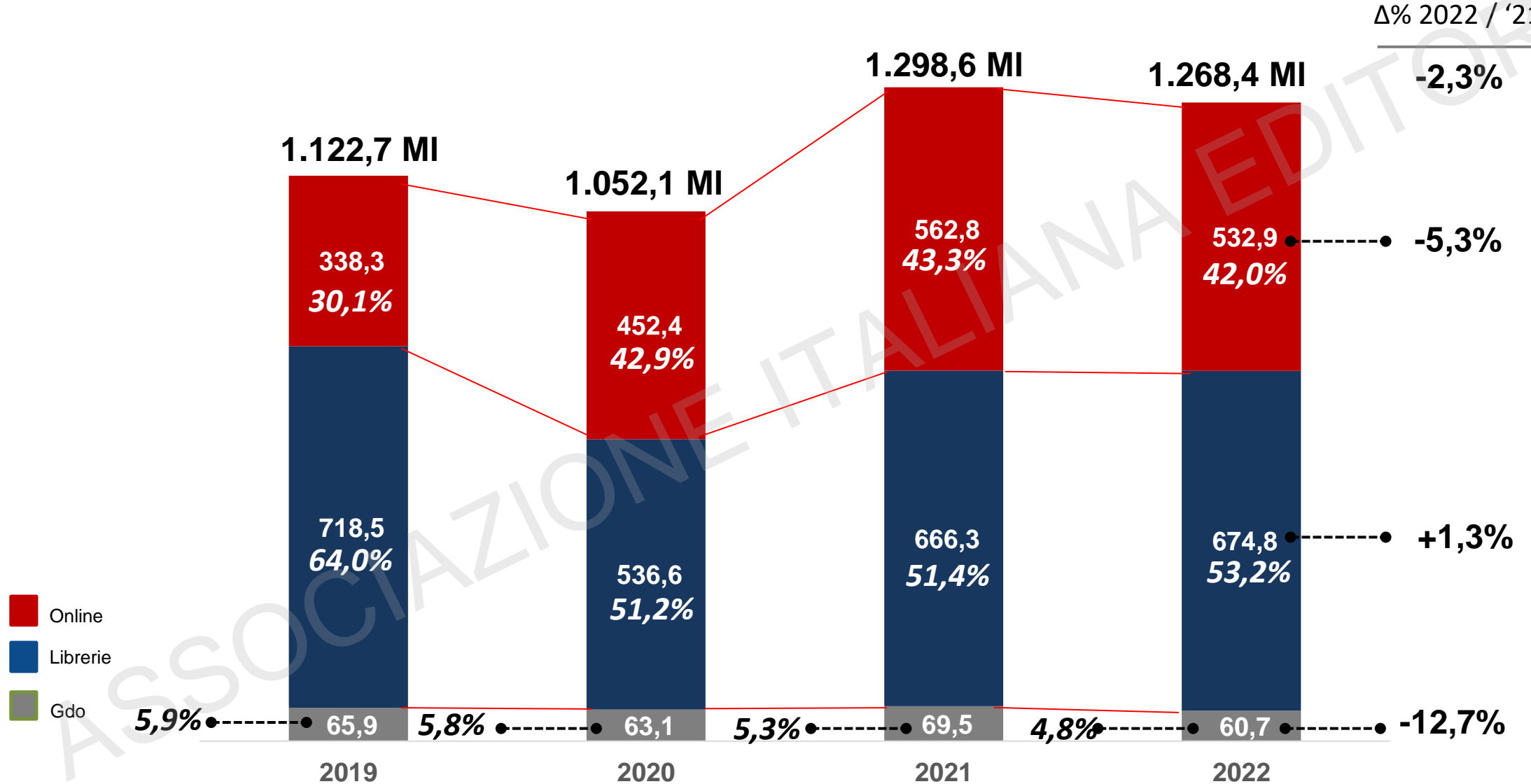
Andamento cumulato

Valori cumulati a prezzo di copertina - Valori in milioni di euro (2 gennaio-6 novembre)



Il recupero delle librerie fisiche rispetto all'online

Valore delle vendite a prezzo di copertina in milioni di euro (2 gennaio – 6 novembre)



Il 2022 dal punto di vista dei generi

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI

Top 10 dei primi undici mesi del 2022



1

Fabbriante di Lacrime,
E. Doom, Magazzini Salani
(maggio 2021)



2

Il caso Alaska Sanders,
J. Dicker, La nave di Teseo
(maggio 2022)



3

It ends with us. Siamo noi a dire basta,
C. Hoover, Sperling & Kupfer
(marzo 2022)



4

Violeta,
I. Allende, Feltrinelli
(febbraio 2022)



5

Rancore,
G. Carofiglio, Einaudi
(marzo 2022)



6

Le ossa parlano,
A. Manzini, Sellerio
(gennaio 2022)



7

La canzone di Achille,
M. Miller, Marsilio
(gennaio 2019)



8

Nel modo in cui cade la neve,
E. Doom, Magazzini Salani
(gennaio 2022)



9

Let the game begin. Kiss me like you love me,
K. Shell, Sperling & Kupfer
(ottobre 2021)

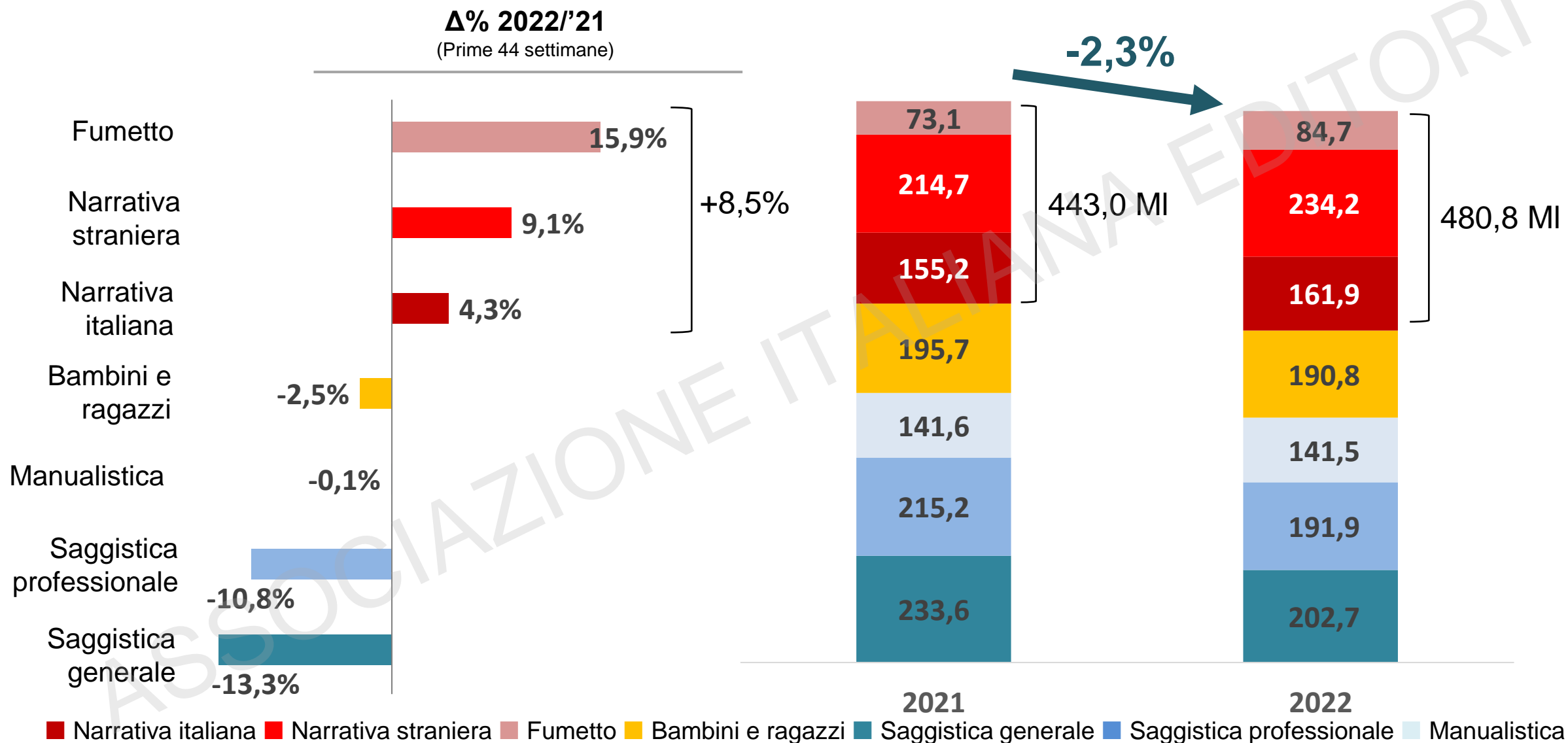


10

Finché il caffè è caldo,
T. Kawaguchi, Garzanti
(marzo 2020)

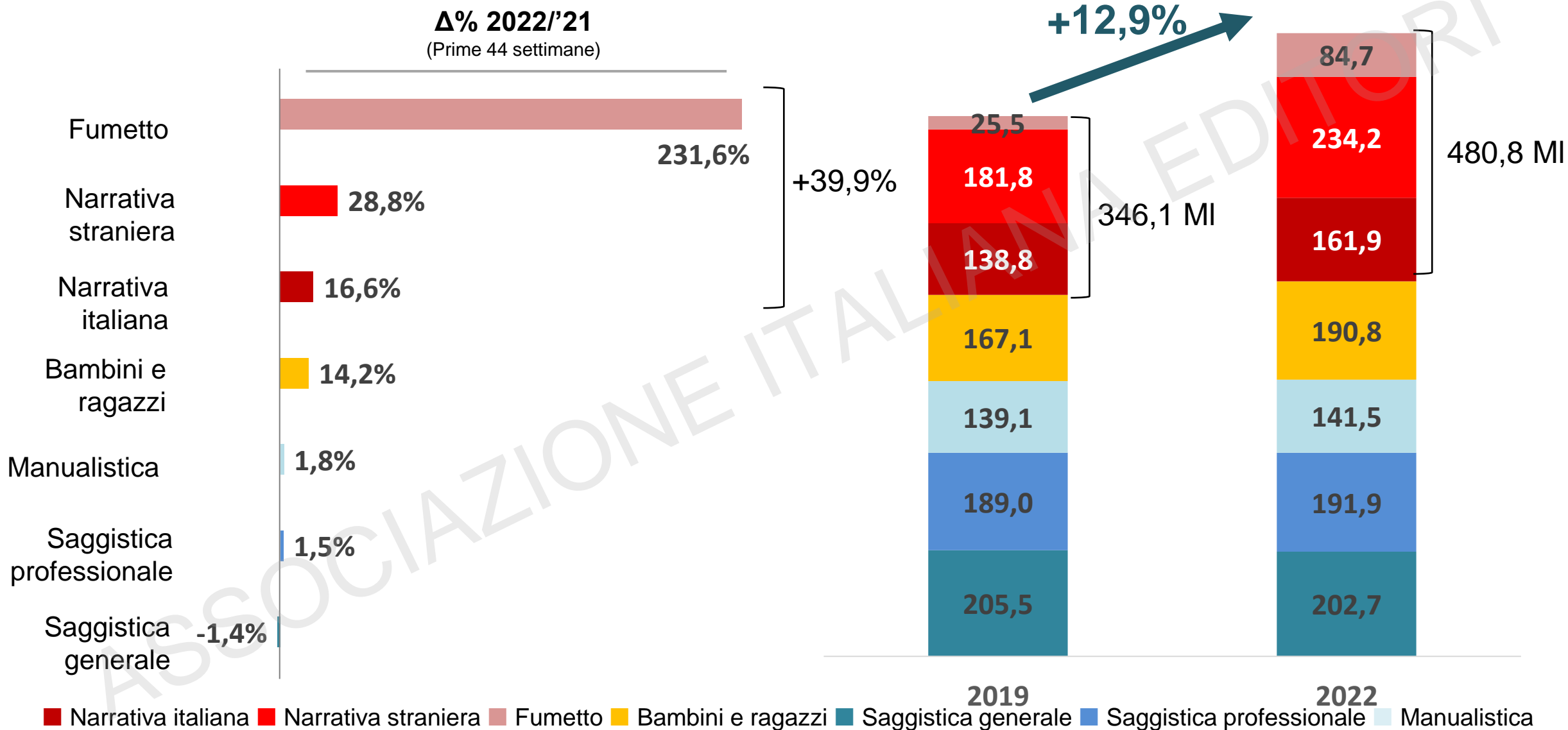
Nel 2022 cresce narrativa e fumetto, cala la saggistica

Quote di mercato a valore per generi e andamento percentuale alla 44ma settimana (2 gennaio – 6 novembre)



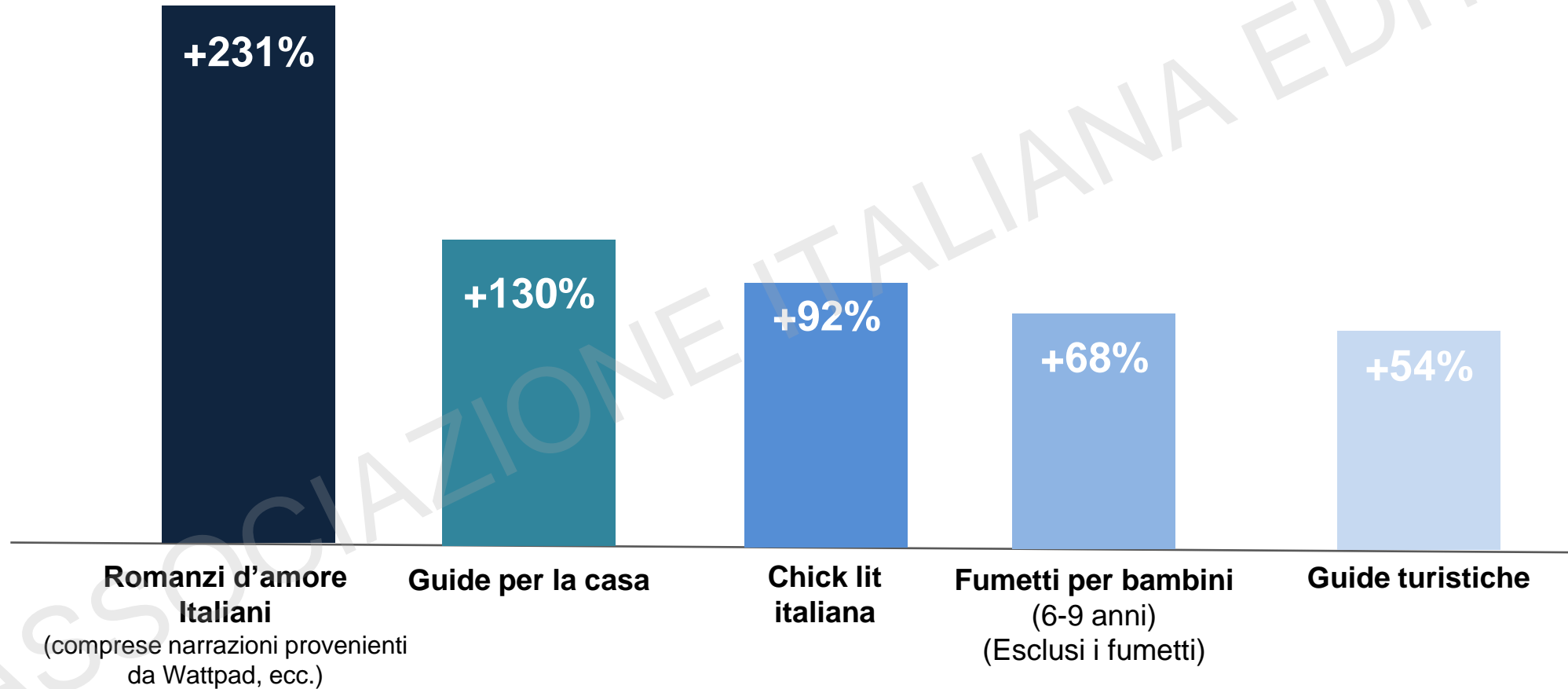
Rispetto al 2019 tutti i generi sono cresciuti

Quote di mercato a valore per generi e andamento percentuale alla 44ma settimana (2 gennaio – 6 novembre)



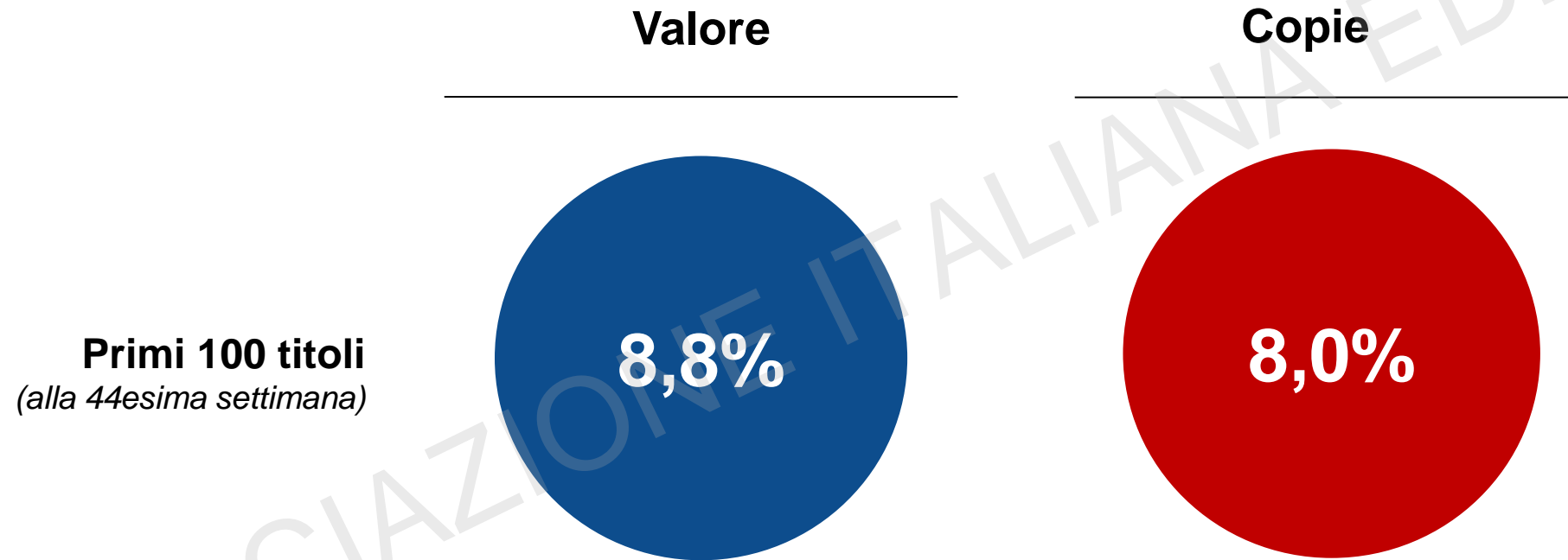
Altri segmenti che crescono di più rispetto al 2021

Incrementi espressi in percentuale rispetto al valore delle prime 44 settimane dell'anno precedente (2 gennaio – 6 novembre)



La quota dei primi 100 titoli più acquistati sfiora il 9%

Valore cumulato delle vendite a valore e a copie in percentuale alla 44esima settimana (2 gennaio – 6 novembre)



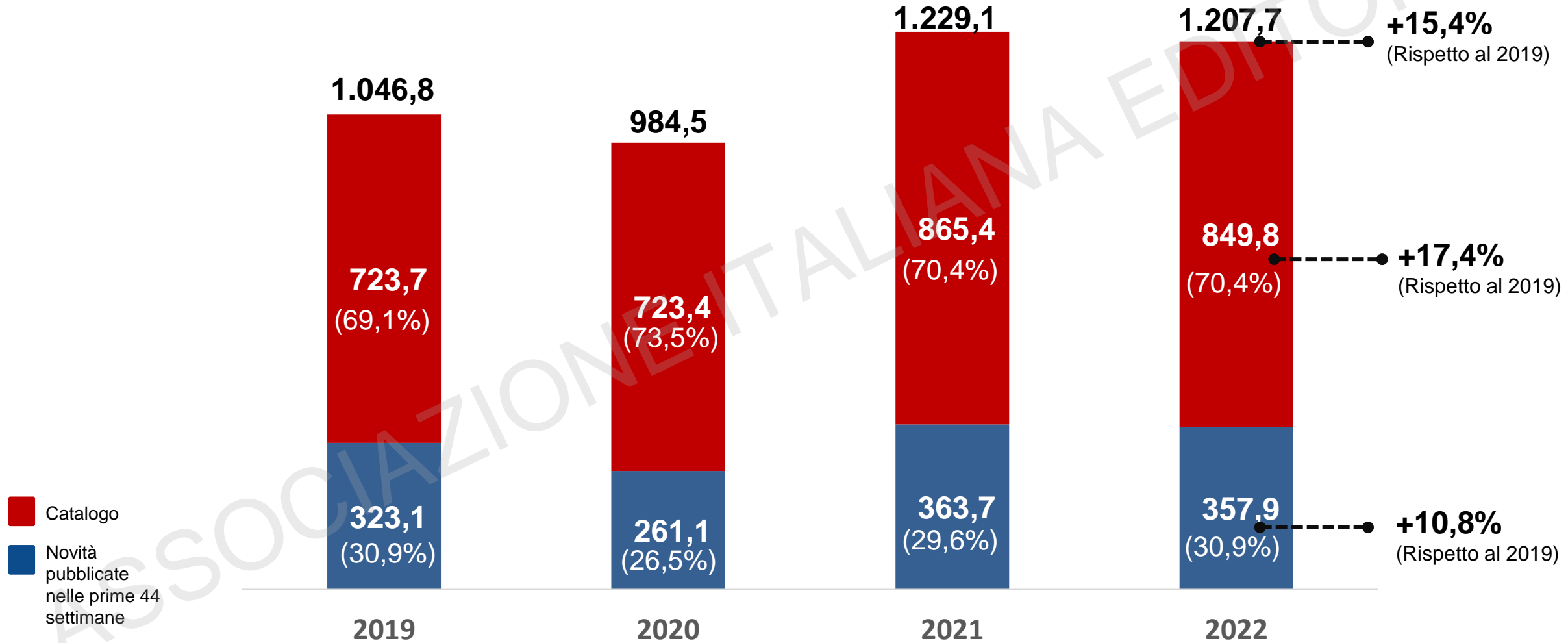
Primi 100 titoli
(alla 44esima settimana)

8,8%

8,0%

Il catalogo si conferma come una parte fondamentale dell'offerta

Composizione a valore in milioni di euro delle vendite tra novità pubblicate nelle prime 44 settimane dell'anno e quelle pubblicate negli analoghi periodi degli anni precedenti (catalogo). Valori in MI di euro e in %



Come finirà il 2022. Due scenari

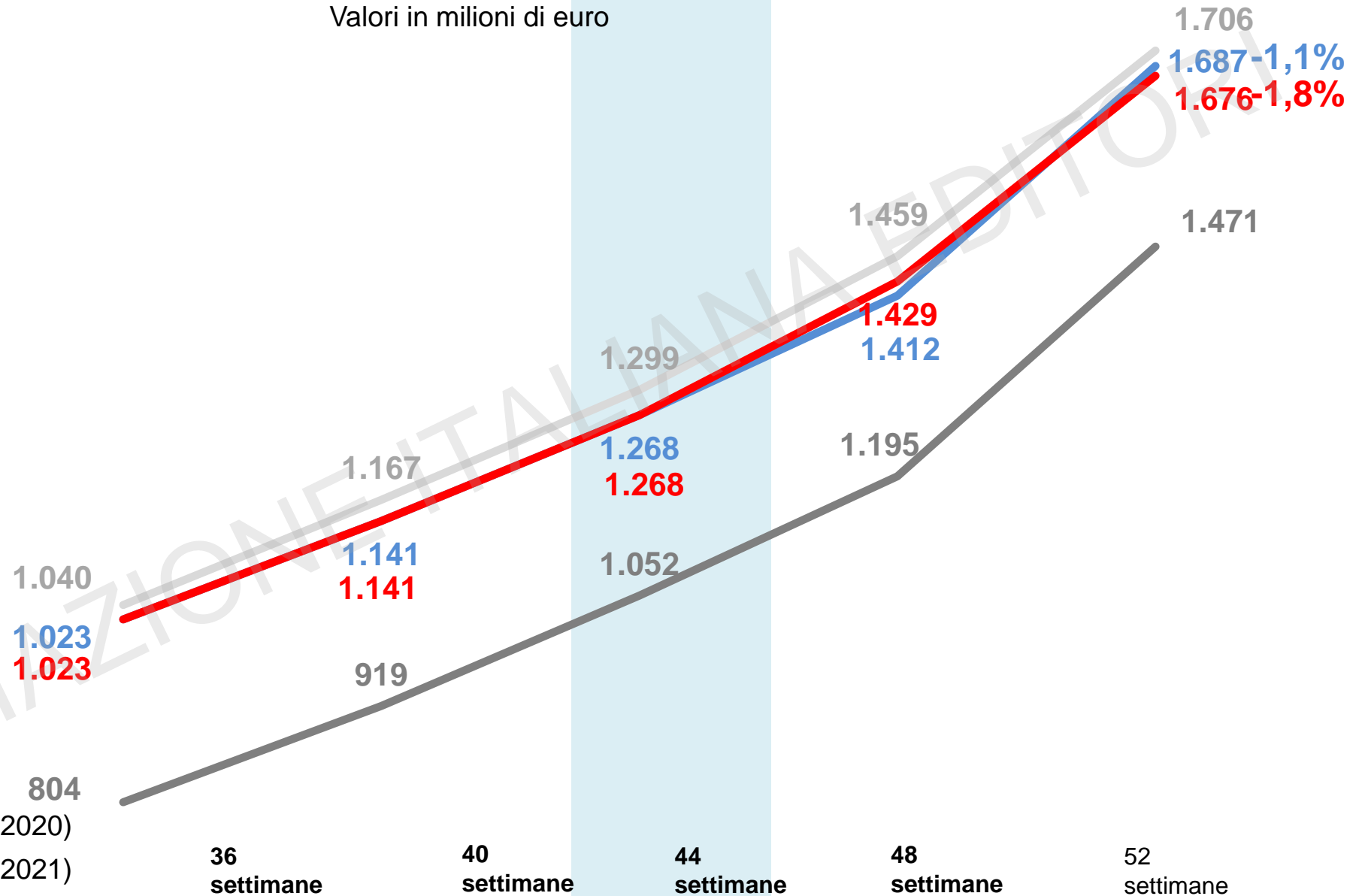
ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI

Come finirà questo 2022. Due possibili scenari

Valori in milioni di euro

Una
chiusura
tra il -1,8%
e il -1,1%

- 2020
- 2021
- 2022 (con andamento 2020)
- 2022 (con andamento 2021)



In quale contesto ci stiamo muovendo e ci muoveremo

- Tenuta delle vendite per la capacità di reazione delle imprese. Una capacità che si era manifestata già nei primi mesi del 2020 con le riorganizzazioni dei processi, con le innovazioni editoriali (fumetto, autori, mondo dei social, ecc.).
- Crescita dei prezzi della carta (e dell'energia) che fino a oggi gli editori hanno solo marginalmente trasferito sul prezzo del libro ma che ne sta erodendo la marginalità. E in ogni caso il settore da tempo propone una gamma d'offerta declinata su più fasce di prezzo.
- Crescita dei costi che pesa in modo particolare sulle imprese più piccole e con minore capacità di accedere a linee di credito.
- Contesto di preoccupazione sociale delle famiglie per il «caro bollette», per la crescita dei prezzi di beni e servizi per la persona e per la casa, in generale di riduzione del clima di fiducia che sta portando a una riorganizzazione del carrello della spesa.

Grazie

ufficiostudi@aie.it

AIE Associazione
Italiana
Editori 

PIÙ
LIBRI
PIÙ
LIBERI

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI