

Lettura e vendita di libri in Italia: un passetto avanti e molti indietro

Poche settimane fa, la Mondadori ha presentato i risultati della sua consueta ricerca sulla lettura e il mercato dei libri per adulti in Italia, giunta alla terza edizione e aggiornata con cadenza biennale (le precedenti, infatti, erano state condotte nel 2003 e nel 2005, sempre a cura della IPSOS).

Le cose non vanno bene e, oltre agli editori, pure i bibliotecari farebbero bene ad essere preoccupati. Infatti, anche se l'indagine non tocca in alcun modo le biblioteche e quindi non ci dice nulla sull'uso di questi istituti, né sui prestiti e sulle letture in biblioteca, ritengo che alcune tendenze dovrebbero allarmarci.

Il primo dato negativo che colpisce riguarda il calo dei lettori – intendendo con questa definizione quanti dichiarano di aver letto almeno un libro non scolastico nel corso dell'ultimo anno – che risultano essere il 38% della popolazione (erano il 39% nel 2003 e ben il 46% nel 2005). Ancora più allarmanti sono alcuni dati disaggregati, che ci aiutano a definire dove e come si è concentrata questa contrazione: a leggere di meno sono gli strati più deboli, ed infatti i lettori al Sud sono il 24% (erano il 32% solo due anni fa, mentre crescono nelle regioni del Centro e nel Nord del paese); così come diminuiscono tra i maschi (che già leggevano meno delle femmine) e nelle fasce d'età in cui già si leggeva meno (dai 35 anni in su). L'andamento di questo fenomeno è confermato dal fatto che il calo è sensibile anche tra coloro che hanno un grado di istruzione inferiore e una condizione socio-economica più bassa. I lettori di 1-2 libri l'anno, che nel 2003 erano il 49% degli intervistati, ora sono scesi ad una percentuale del 39, con una perdita secca di considerevole portata.

Tutti dati omogenei, quindi, che fotografano l'incidenza anche nel campo della lettura di una crisi generale che sta attraversando l'Italia. La conseguenza è che si contraggono le basi sociali della lettura, che diviene ancora di più un fenomeno di nicchia, concentrato nelle aree geografiche e socio-culturali in cui si sta meglio. Se questo fenomeno, paradossalmente, semplifica le strategie di marketing degli editori, che sanno di potersi rivolgere ad un mercato facile da individuare, esso costituisce invece un motivo di preoccupazione per un servizio pubblico, come quello bibliotecario, che vede ulteriormente restringersi il suo bacino d'utenza.

Gli esperti del mercato editoriale presenti alla conferenza stampa in cui sono stati illustrati i risultati della ricerca, ritengono che questo dato sia dovuto allo smorzarsi degli effetti delle vendite di libri in allegato ai quotidiani e di fenomeni come *Il codice da Vinci*, che negli scorsi anni probabilmente avevano avvicinato al mondo dei libri una quota di lettori occasionali, che ora ha nuovamente smesso di leggere.

Forse le cose stanno effettivamente così, ma ciò confermerebbe che sono proprio i lettori deboli, che potremmo definire “intermittenti”, ad allontanarsi.

Infatti, i “lettori acquirenti” (e cioè coloro che hanno comprato almeno un libro negli ultimi 12 mesi, esclusi testi scolastici e libri usciti in allegato a quotidiani o riviste) sono 14 milioni, vale a dire il 29%, su 48 milioni di adulti che vivono in Italia. Anche in questo caso si riscontra una contrazione rispetto a due anni or sono, quando gli acquirenti rappresentavano il 35% della popolazione adulta, ed anche questa

volta il calo complessivo è concentrato al Sud, tra gli intervistati di sesso maschile, tra chi ha oltre 45 anni di età, nelle fasce sociali più disagiate.

Può essere interessante prendere in esame le cause che i “non lettori” hanno indicato per motivare il loro rifiuto della lettura: molti di loro, più del 60%, associano l’idea della lettura ad una perdita di tempo (il 33% dichiara di non leggere per non sottrarre tempo ad altre attività più importanti, un altro 16% non vuole togliere tempo al divertimento e un 12% si limita a dire genericamente che non intende sprecare tempo). Un 21% trova la lettura faticosa per motivi di vista (ma, siccome i dati sulle condizioni sanitarie non confermano una così elevata percentuale di italiani con problemi oculistici, possiamo ritenere che si tratti di un disagio e di una fatica dovuta anche alla difficoltà a concentrarsi e a comprendere ciò che si legge) e un 14% dichiara esplicitamente di far fatica a leggere perché i libri sono “troppo difficili”. Un 15% considera noiosa la lettura e afferma che non riesce a trovare nei libri argomenti abbastanza interessanti.

Tutte queste risposte sono in qualche misura riconducibili alla scelta – legittima, ovviamente – di occupare diversamente il proprio tempo libero ed immaginiamo che la televisione e la navigazione in rete siano probabilmente tra le alternative privilegiate da questi intervistati. Sostanzialmente risulta confermato quanto emergeva già da un’indagine effettuata dal Censis nel 2003, che definiva la lettura un consumo culturale “maturo”, che trova spazio solo all’interno di una *dieta mediatica* variegata e che diviene più forte quando è accompagnato alla pratica di più canali e linguaggi di comunicazione.

Ma un’altra risposta fornita da quanti sono stati raggiunti dall’indagine Mondadori ci sembra significativa: il 20% degli intervistati risponde che «la lettura è pesante perché ricorda la scuola». Evidentemente certe imposizioni lasciano il segno, e non si tratta di un segno positivo.

Qualche insegnamento che potremmo ricavare dall’insieme di queste risposte riguarda le attività di promozione della lettura, che a volte si rivolgono sempre e soltanto ai lettori abituali, che frequentano festival e presentazioni di libri, che da soli sostengono il mercato librario del nostro paese (i lettori medi e forti sono cresciuti negli ultimi quattro anni, passando dal 16% al 21%, grazie soprattutto ad un notevole allargamento della fascia di lettori medi, che leggono da 6 a 10 libri all’anno). E riguarda anche la scarsa efficacia di certe iniziative rivolte ai bambini e ai ragazzi, che nell’età dell’adolescenza smettono di leggere e per i quali – a modesto avviso di chi scrive – non bisogna puntare a trattenerli nelle librerie e nelle biblioteche, a farli “continuare a leggere” durante e dopo le scuole medie, ma a rimotivarli, a riconquistarli, a indurli a leggere con motivazioni nuove, che possono valere solo se corrispondono ad esperienze condivise e diffuse tra i coetanei.

Se vogliamo cercare qualche elemento positivo e confortante all’interno dei dati dell’indagine che qui stiamo discutendo, possiamo sottolineare che il mercato librario “tiene” per la forte crescita dei lettori nell’Italia centrale, dove passano dal 37 al 42% della popolazione, con un incremento molto più forte che nelle regioni dell’Italia settentrionale (dove si passa dal 46 al 48%): gran parte di questa crescita è dovuta dagli incrementi delle vendite e della lettura a Roma, a conferma non solo dei *trend* di sviluppo che la capitale sta facendo registrare in tutti i campi, dal PIL agli indicatori di qualità della vita, ma anche del fatto che quando una città è vivace, offre stimoli e occasioni per un’intelligente occupazione del tempo libero, i cittadini rispondono.

Quest’ultimo dato, in particolare, ci sembra un dato di interesse per chi progetta e gestisce servizi bibliotecari.