



Associazione  
Italiana  
Editori

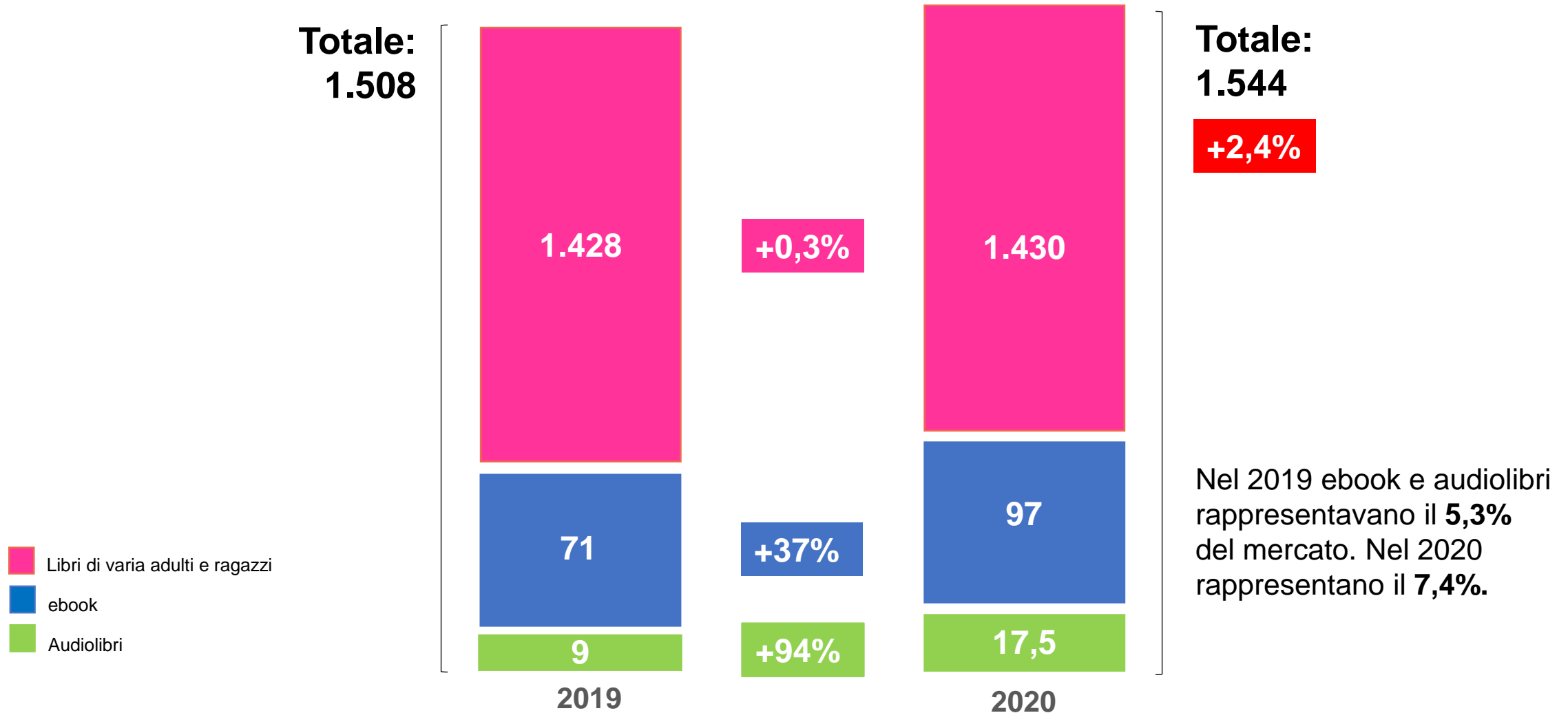


# Effetti del COVID-19 sul mercato e i comportamenti d'acquisto in questa prima parte del 2021

21 giugno 2021

# Dove eravamo rimasti? A un mercato trade che a fine 2020 era cresciuto rispetto al 2019 nella parte libri a stampa e in quella digitale

Valori in milioni di euro a prezzo di copertina e in %



# Cambia nel 2020, rispetto al 2019, la composizione e la provenienza del fatturato trade per le case editrici

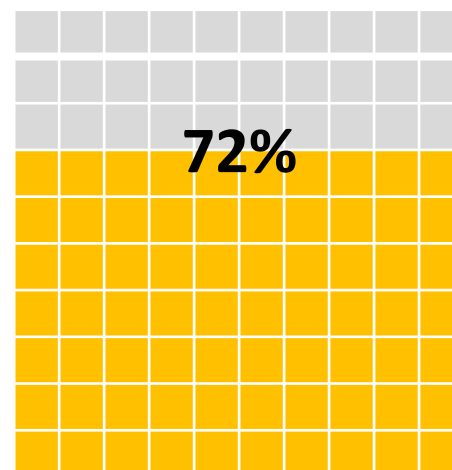
Valori in %

Editori in cui **più del 21% del fatturato** proviene dalla

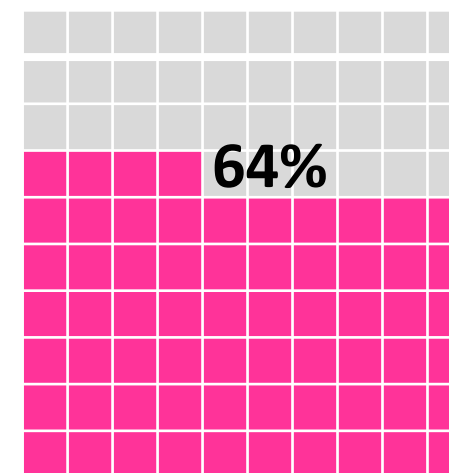
**Libreria**

*(indipendenti e catena)*

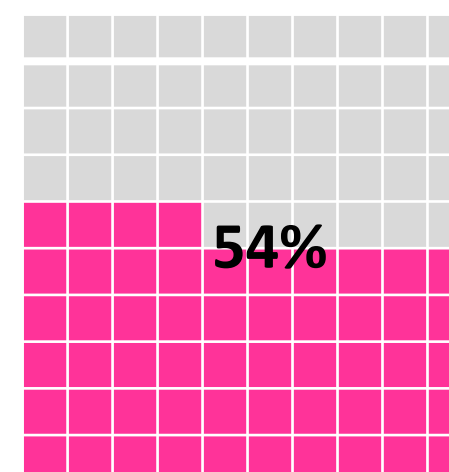
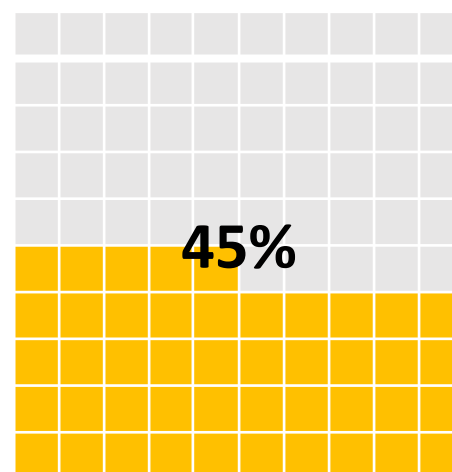
2019



2020

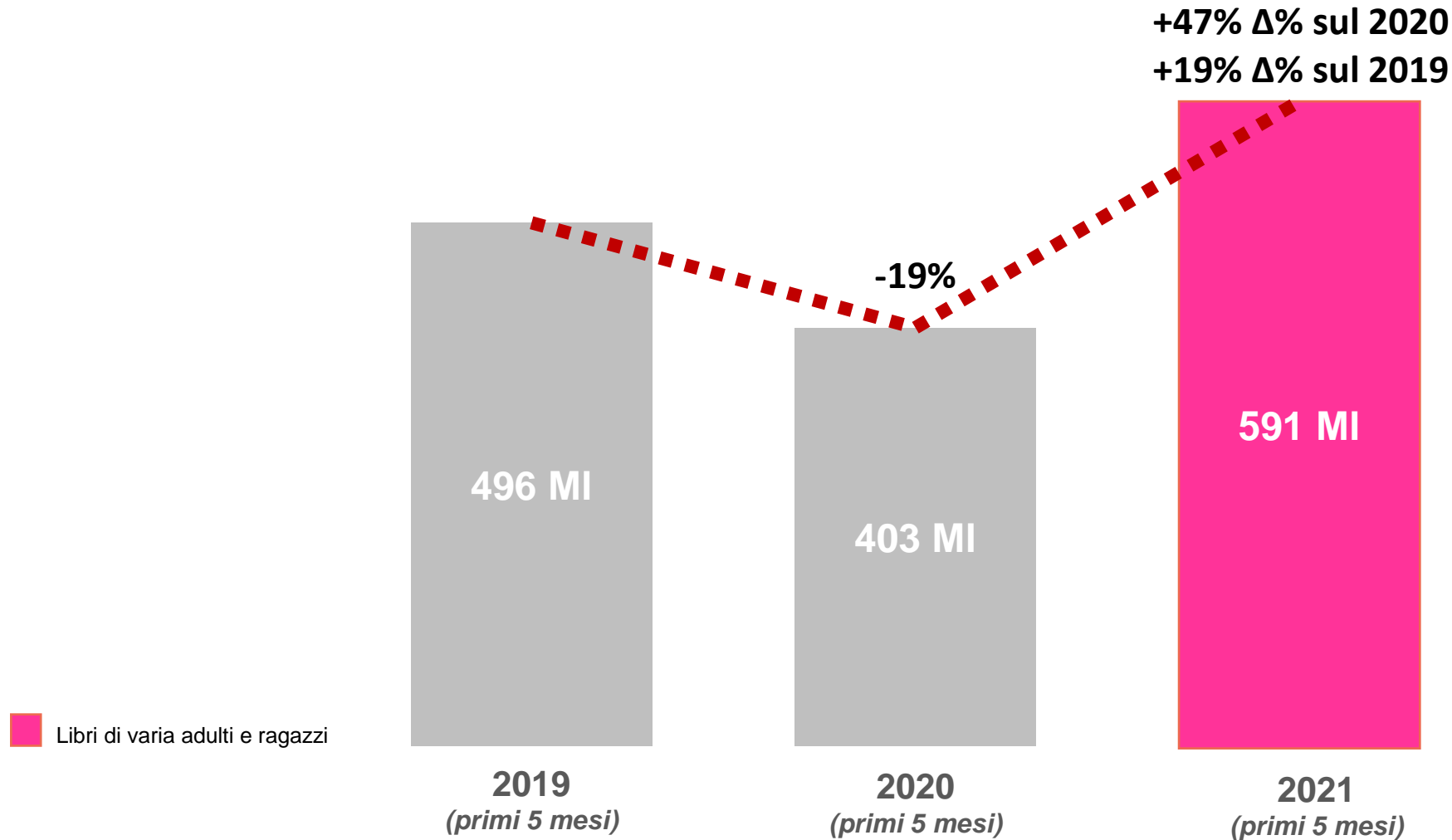


**Librerie online**



# Nei primi cinque mesi del 2021 questa crescita è proseguita...

Valori in milioni di euro a prezzo di copertina e in %



Nella prima parte dell'anno l'effetto 18App (residuo di spesa non impiegabile in altri consumi culturali)

Scelte editoriali premiate dal pubblico: 60 titoli nel mese di maggio (P5) hanno venduto più di 5.000 copie; 10.500 più di 1.000

17 titoli hanno venduto a maggio più di 10.000 copie

Crescita del mercato fumetti e graphic novel

L'assenza di manifestazioni ha spostato su canali «monitorati» gli acquisti

Prezzo medio: -1,3%

# Tra i lettori chi legge, legge di più?

Valori in %; popolazione 15-75 anni

## Lettori nel complesso

(libri a stampa, ebook, audiolibri)

Hanno letto di più

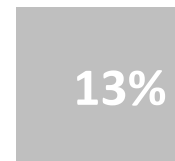


7,900 MI  
(stima in proiezione)

Hanno letto come in  
precedenza



Hanno letto di meno  
(il 4% «molto di meno»)



## Accentuazioni

Età: 36%-39% tra i 18-34 anni

Uomini: 33%

Lettori di libri ed digitale: 43%

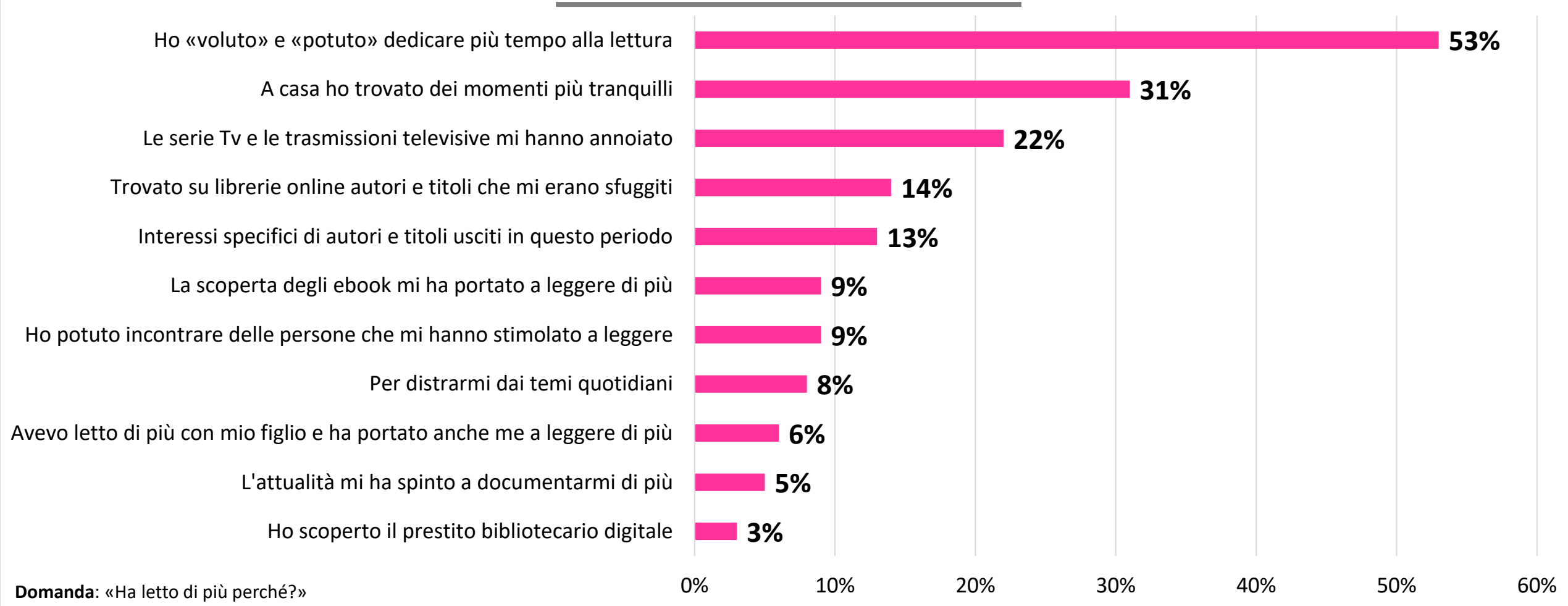
Forti lettori: 48%

**Domanda:** «In questa prima parte del 2021 direbbe di aver letto più libri a stampa, più ebook, ascoltato più audiolibri o meno rispetto al 2020?»

# Comportamenti e abitudini nate nei mesi del lockdown trainano in questi mesi la crescita della lettura

Valori in %; popolazione 15-75 anni; risposta multipla

## Motivazioni della maggior lettura



# E si è comprato di più?

Valori in %; popolazione 15-75 anni

## Acquirenti nel complesso

(libri a stampa, ebook, audiolibri)

Hanno comprato di più



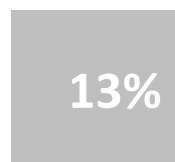
5,800 MI  
(stima in proiezione)

Hanno comprato come  
in precedenza



Hanno comprato di  
meno

(il 6% «molto di meno»)



## Accentuazioni

Età: 28%-47% tra i 18-44 anni

Uomini: 28%

Lettori di libri e digitale: 35%

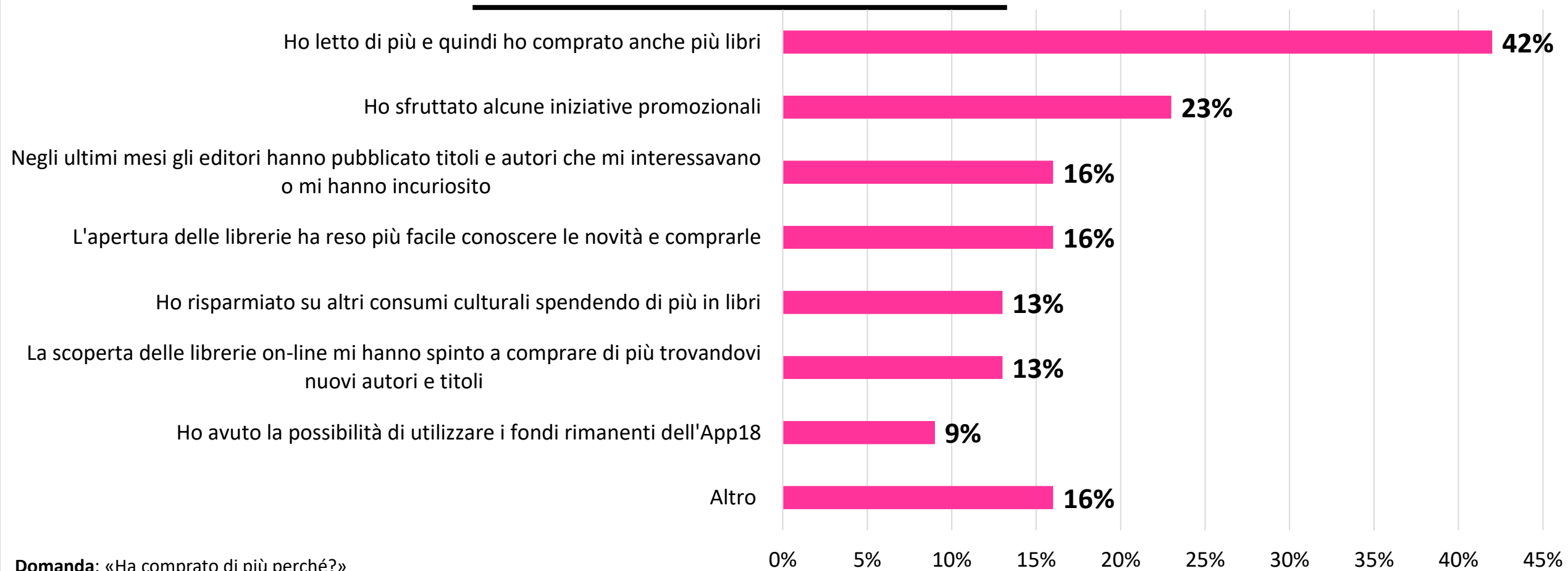
Più trasversale rispetto al numero di  
libri letti: 4-6 27%; 7-11 30%; 12+  
35%

**Domanda:** «In questa prima parte del 2021 direbbe di aver comprato più libri a stampa, più ebook, ascoltato più audiolibri o meno rispetto al 2020?»

# Anche nell'acquisto, comportamenti e abitudini nate nei mesi del lockdown stanno trainando in questi mesi la crescita delle vendite

Valori in %; popolazione 15-75 anni

## Motivazioni dei maggiori acquisti

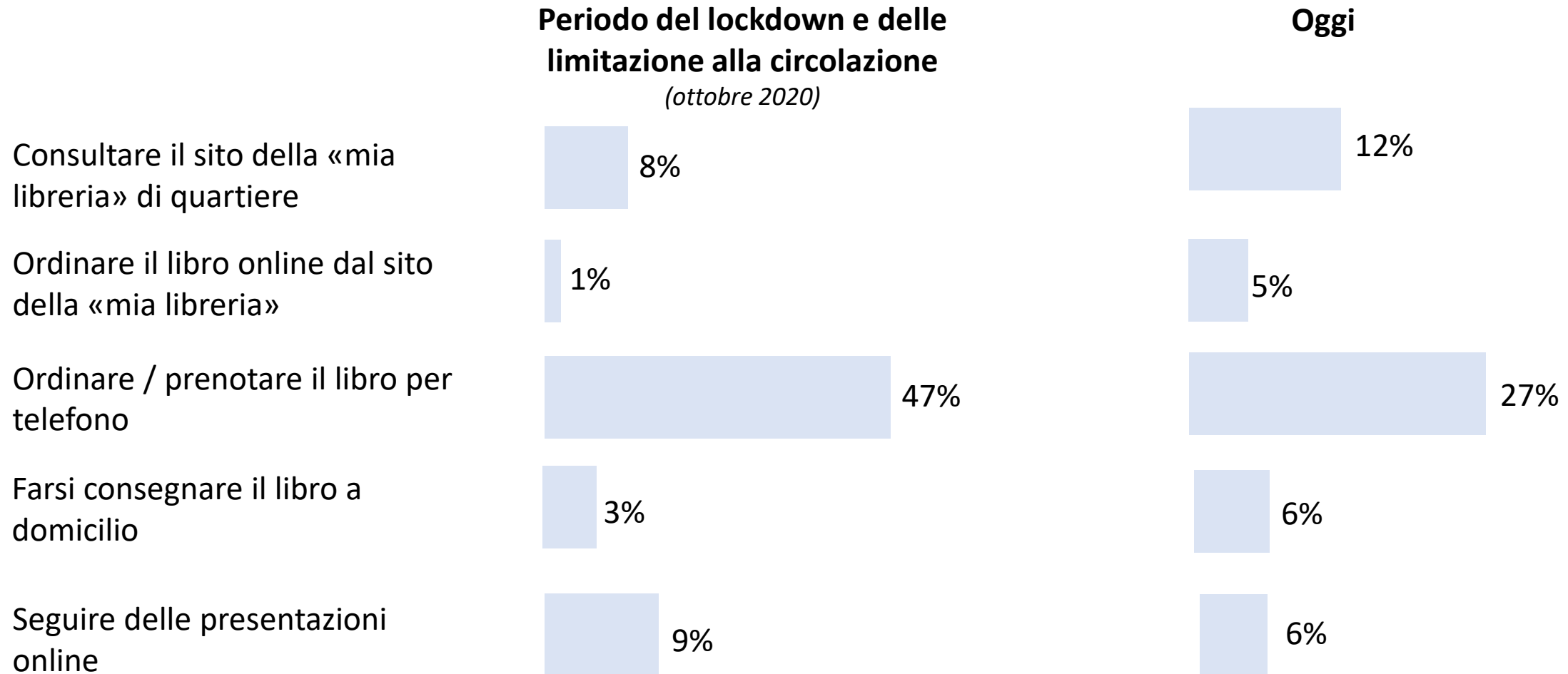


Domanda: «Ha comprato di più perché?»



# I comportamenti d'acquisto dei clienti delle librerie hanno incorporato alcuni di quelli nati nel periodo del lockdown

Valori in %; popolazione 15-75 anni che compra in libreria non di catena; risposta multipla



\* Averlo fatto almeno una volta nel periodo



**Grazie**