



# *GLI ITALIANI E IL LIBRO*

## Fenomenologia di una relazione in evoluzione

Enzo Riso

Direttore scientifico di Ipsos e docente di audience studies, Sapienza Università di Roma

UN PROGETTO

IVREA 2022 CAPITALE ITALIANA DEL LIBRO



# LA LETTURA E I LIBRI

1

La relazione con la lettura

**45%**

La quota di italiani che legge un libro nel proprio tempo libero

**26%**

Tra i 18-24 anni

**28%**

Tra i 25-34 anni

**40%**

Nei ceti popolari

**22%**

Non ha letto libri nell'ultimo anno o al massimo uno

**38%**

Ha letto tra i 2 e i 4 libri

**30%**

Legge tra i 5 e 12 libri

**10%**

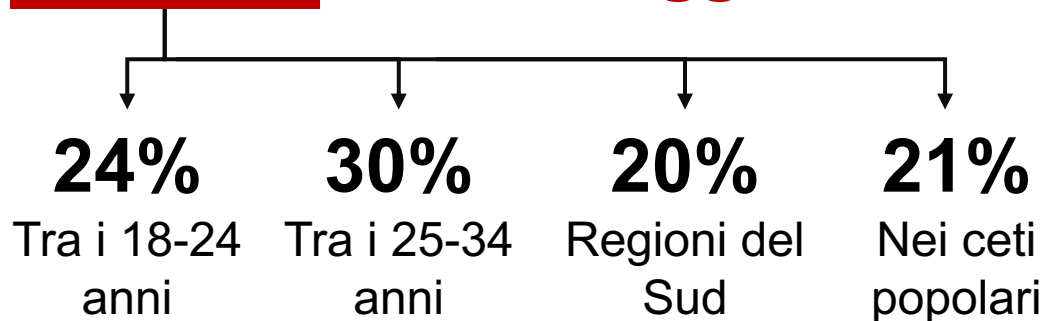
Legge + di 12 libri l'anno

# IL TASSO DI AMORE PER I LIBRI E LA LETTURA



**17%**

**Fa fatica a capire  
ciò che legge**



**51%**

**Legge lentamente**

**32%**

**Legge senza difficoltà**

**COMPRENDERE CIÒ  
CHE SI LEGGE**



# LE COMMUNITY DI RELAZIONE CON IL LIBRO

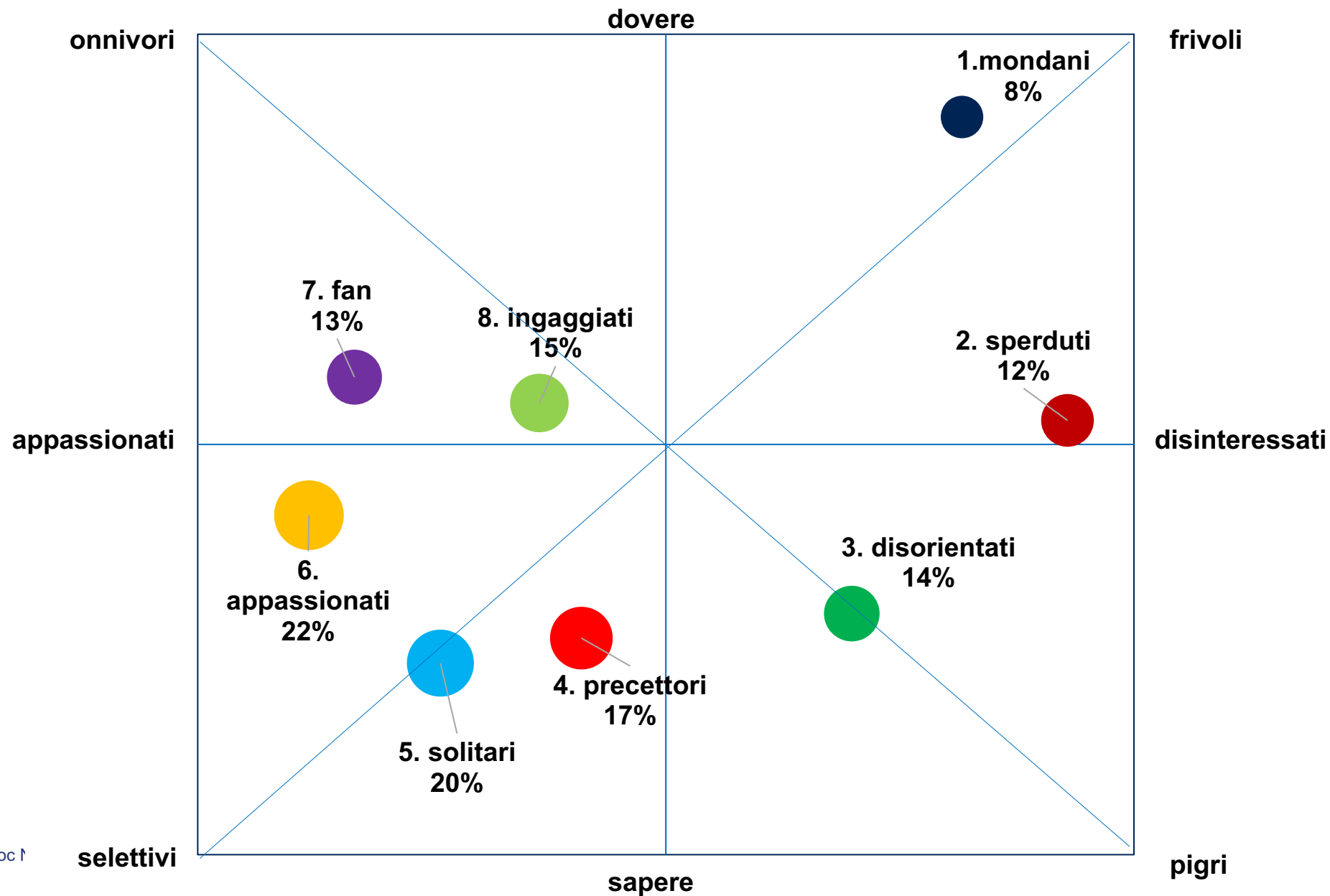
# 2

Gli italiani e le dinamiche profonde che caratterizzano la relazione con la lettura e i libri

# LE 8 COMMUNITY



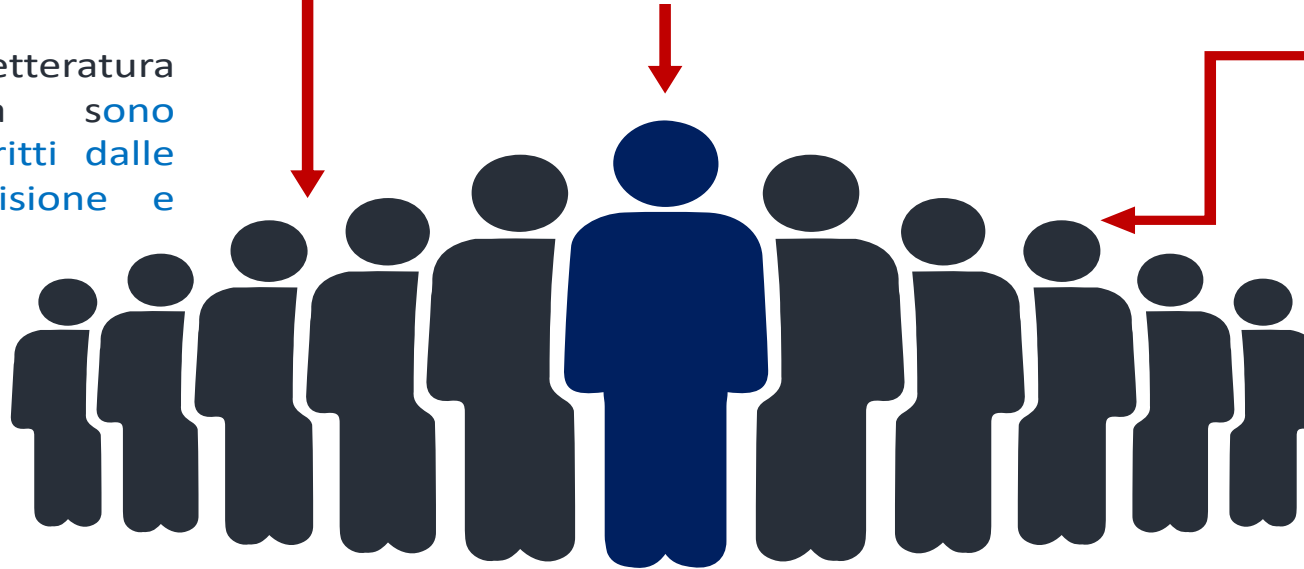
# GLI ITALIANI E LA RELAZIONE CON I LIBRI: LE COMMUNITY



# LA COMMUNITY DEI MONDANI

- Per loro leggere è **noioso** e faticoso.
- Vivono la lettura come un **dovere** e cercano di frequentarla *poco*.
- Se comprano un libro preferiscono orientarsi sui **romanzi storici**, sugli autori o le autrici del passato.
- Non amano la letteratura contemporanea, ma sono attratti dai volumi scritti dalle **celebrità** della televisione e anche dei social.

- Si sentono e avvertono come persone volitive, proiettate nel loro mondo di apparenze e ricerca di applausi.



8%

- La loro **dimensione esistenziale è marcata dai tratti della leggerezza**, del vagar sui social, di quel senso di mettere al centro la propria vanità.
- Per loro leggere un libro è anche una buona occasione per **trovare una frase giusta** o a effetto da postare sui social.

**Il loro motto è:** «là, nell'angolo di una pagina, c'è una frase giusta, pronta per essere postata»



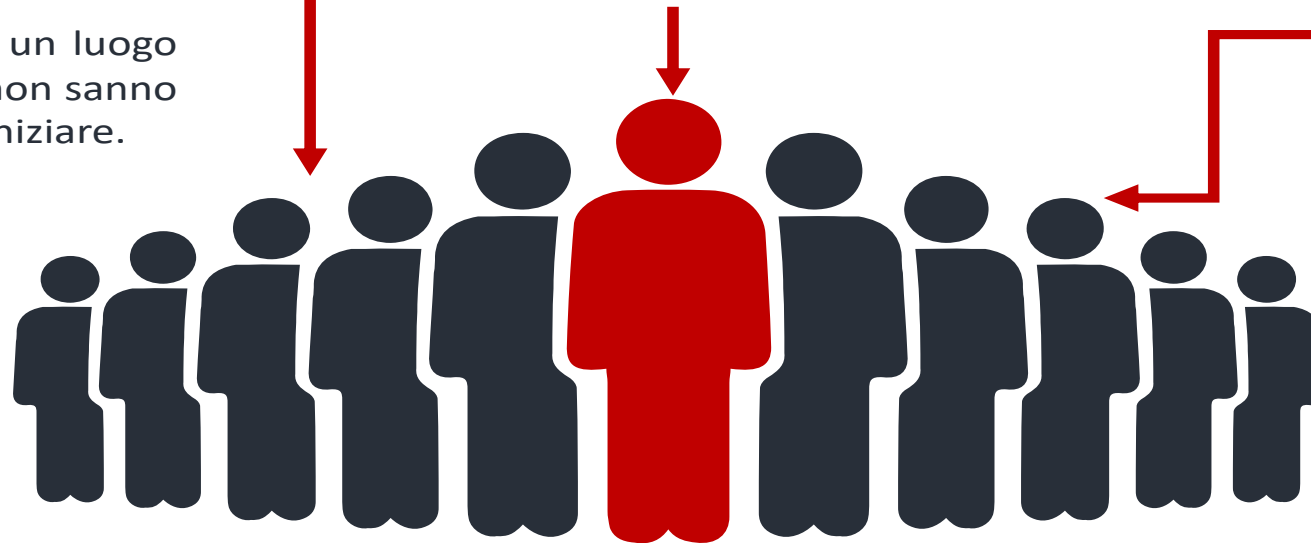
# LA COMMUNITY DEGLI SPERDUTI

- Se proprio devono scegliere un testo al massimo si orientano su quelli legati allo **sport**, dei diversi **campioni**, oppure sono attratti dai testi di **auto-aiuto**.
- Se entrano in una libreria si sentono un po' come dei **clandestini** e si guardano intorno spaesati.
- Avvertono di essere in un luogo a loro estraneo, in cui non sanno neanche da che parte iniziare.

- Sono persone **disinteressate** alla lettura. Molti **non hanno libri** in casa. Nel loro tempo libero amano **oziare**, scrivere post sui social o guardare video.

- Leggere è una fatica e lo fanno esclusivamente per dovere.
- Per gli sperduti la realtà è sempre più agile e veloce, mentre il **libro è lento e polveroso**.

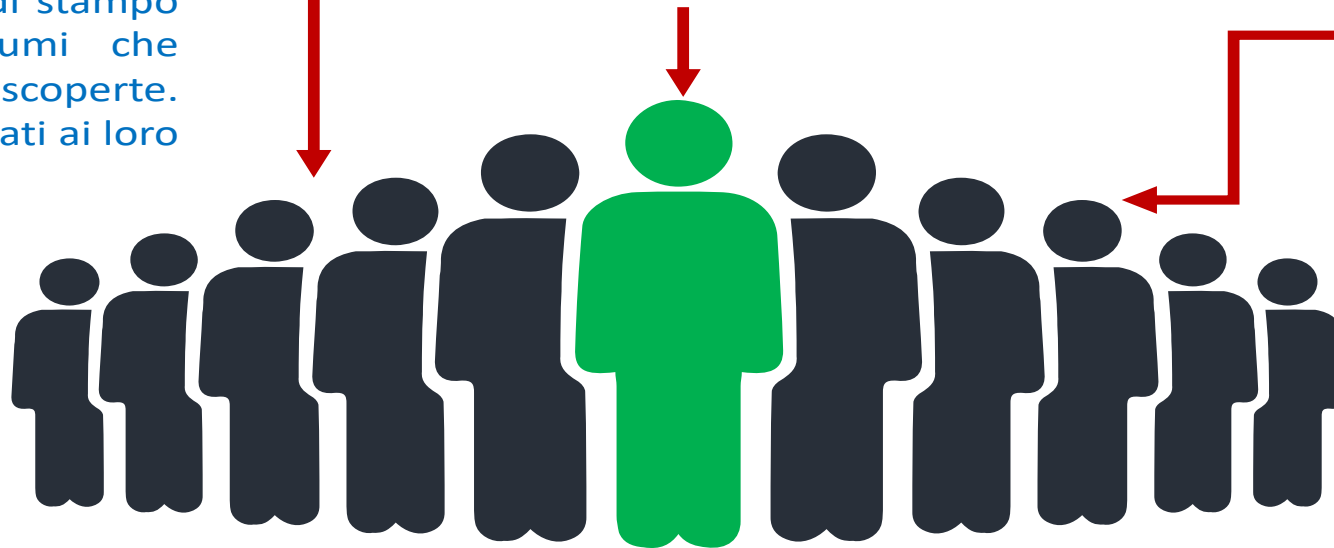
12%



**Il loro motto è:** «*dopo poche righe sono come un radiatore che fuma e in una libreria mi domando che ci faccio qui*»

# LA COMMUNITY DEI DISORIENTATI

- Sono **incerti**, non sanno mai che **libro scegliere**.
- Di fronte all'offerta si sentono **spersi e spaesati**.
- Per loro la lettura è un semplice **esercizio fine a se stesso**, un modo come un altro per riempire e passare il tempo.
- Sono attratti dai testi di stampo **umoristico** e ai volumi che trattano di **scienza** e di scoperte. Amano anche i testi legati ai loro specifici **hobby**
- sono caratterizzati da un buon tasso di **pigrizia**.
- Hanno un rapporto con la lettura **saltuario** e affrettato, non vedono l'ora di finire.



**Il loro motto è:** «La fatica più grande non è leggere, ma trovare che cosa leggere»

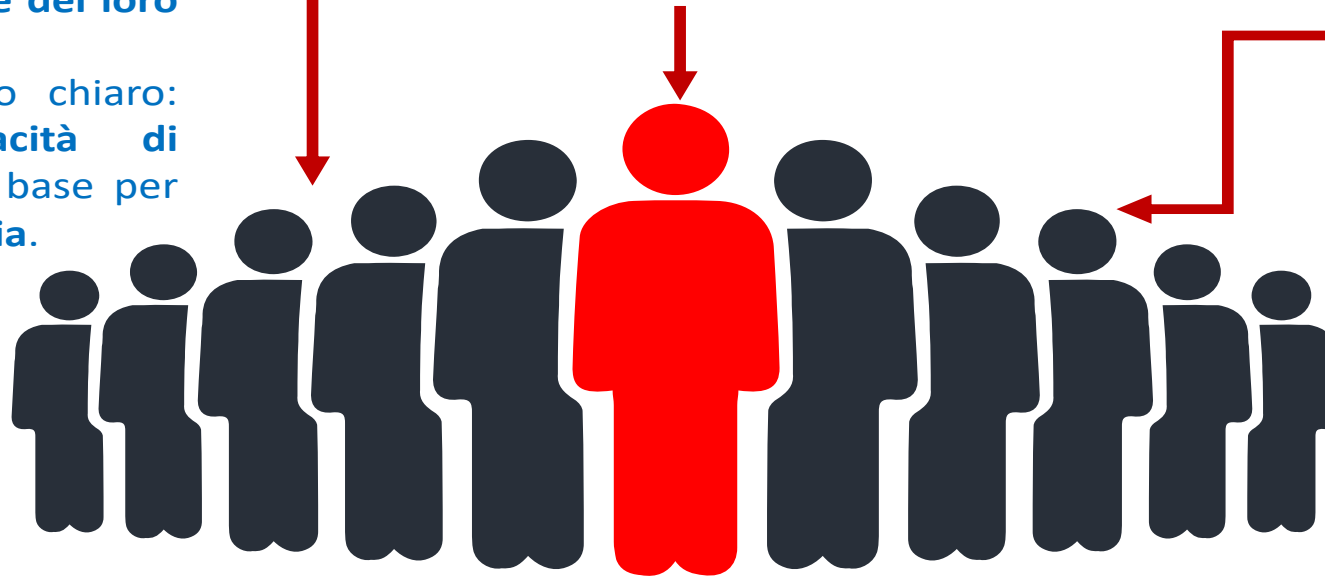
14%

- Nel loro tempo libero amano **navigare in rete** e non disdicono dedicarsi a qualche specifico hobby.
- Il tempo dedicato alla lettura è solo qualche ora quando capita, in particolare nelle vacanze estive o nelle serate invernali.

# LA COMMUNITY DEI PRECETTORI

- Hanno con il libro una sorta di **angoscia del dovere**
- avere un libro fermo sempre sulla stessa pagina li fa sentire in colpa.
- Per loro leggere vuol dire andare a caccia di una buona scelta di autori e autrici, per potersi **nutrire del loro genio e del loro spirito**
- Il libro ha uno scopo chiaro: **accrescere la capacità di pensare**. Leggere è la base per sviluppare la **democrazia**.

- Leggere per **migliorarsi**.
- Sono **nomadi** del leggere.
- Leggono un po' di tutto, non hanno un genere preferito.
- Amano passare da un genere all'altro, da un autore all'altro. Leggere sempre la medesima tipologia li stanca



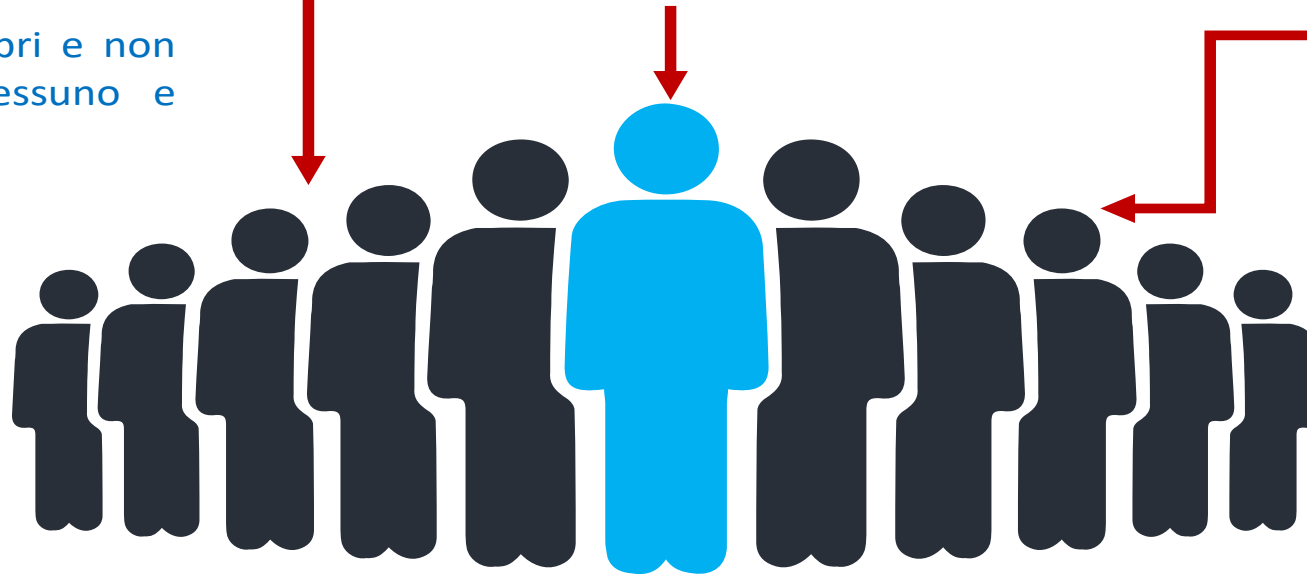
17%

- Il loro imprinting verso la lettura è **educativo**,
- usano i testi per **imparare, aggiornarsi, scoprire nuove cose**.
- Il libro è sapere e piacere allo stesso tempo
- **Amo autobiografie, storie vere e romanticismo**, ma non disdegnano volumi di scienza e politica.

**Il loro motto è:** «*La mente e la democrazia hanno bisogno dei libri quanto una spada ha bisogno della pietra per affilarla*»

# LA COMMUNITY DEI SOLITARI

- un buon libro è un compagno per **passare dei momenti felici**.
- Nelle storie i solitari vanno cercando sensazioni e emozioni uniche
- i libri, come diceva Sartre, sono «i miei uccelli e i miei nidi, i miei animali domestici, la mia stalla e la mia campagna».
- sono **gelosi** dei loro libri e non amano prestarli a nessuno e amano regalare libri
- sono gli **stakanovisti** della lettura.
- Per loro la lettura di un libro è un momento di calma.
- Sono **selettivi** nelle cose che scelgono da leggere. Per loro ogni libro va **letto fino all'ultima riga**



20%

- I solitari amano i romanzi classici, il mystery, la narrativa storica.
- Alcuni non disdegnano l'horror o i testi dedicati alla spiritualità.
- Leggere per loro vuol dire costruire il proprio senso di **identità**, erigere storie, narrazioni, valori.

**Il loro motto, alla Calvino, è:** «La lettura è solitudine. Si legge da soli anche quando si è in due»

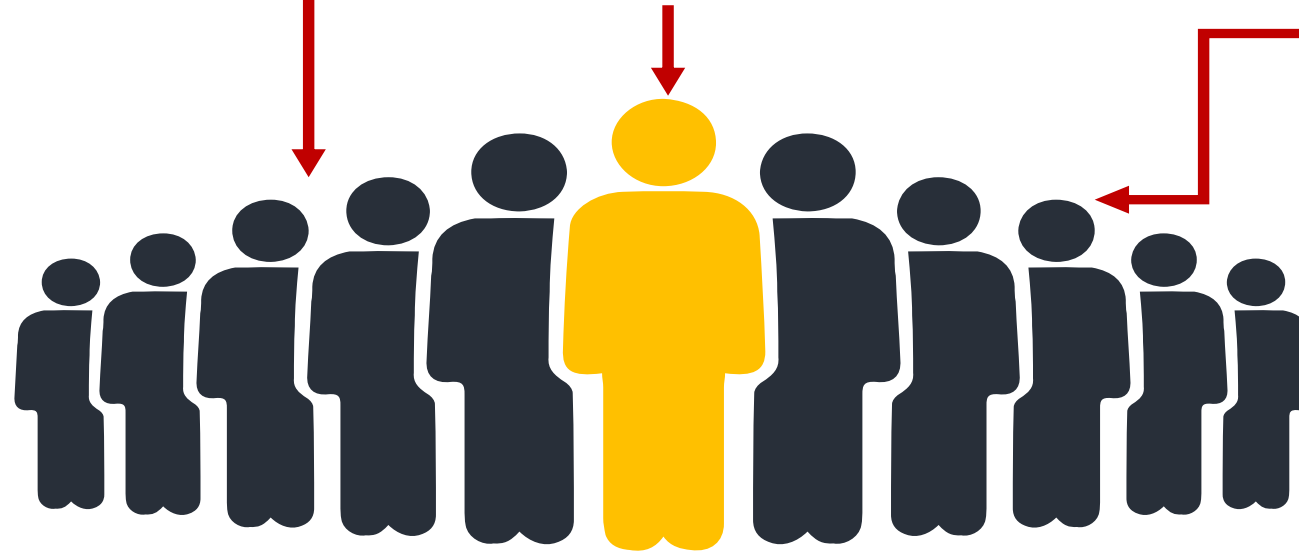
# LA COMMUNITY DEGLI APPASSIONATI

- **Crime/Thriller/gialli, fantascienza e fantasy, storia e narrativa moderna** sono i filoni prediletti degli appassionati.
- La lettura per gli appartenenti a questa community è indispensabile per **sviluppare il carattere delle persone e la loro fantasia.**

- il libro è una **tisana**, è un toccasana che concilia con la giornata e con il sonno.
- Il loro mantra è **leggere qualche riga la sera prima di addormentarsi.**
- Per loro non c'è viaggio senza mettere almeno un **libro in valigia.**

22%

- Amano leggere i **giornali** (cartacei o on line) e informarsi.
- Sono sempre alla ricerca di un buon libro per **provare la sensazione di girare l'ultima pagina e sentirsi come se avessero perso un amico.**



**Il loro motto, alla Pennac, è: «Un libro ben scelto ti salva da qualsiasi cosa, persino da te stesso»**

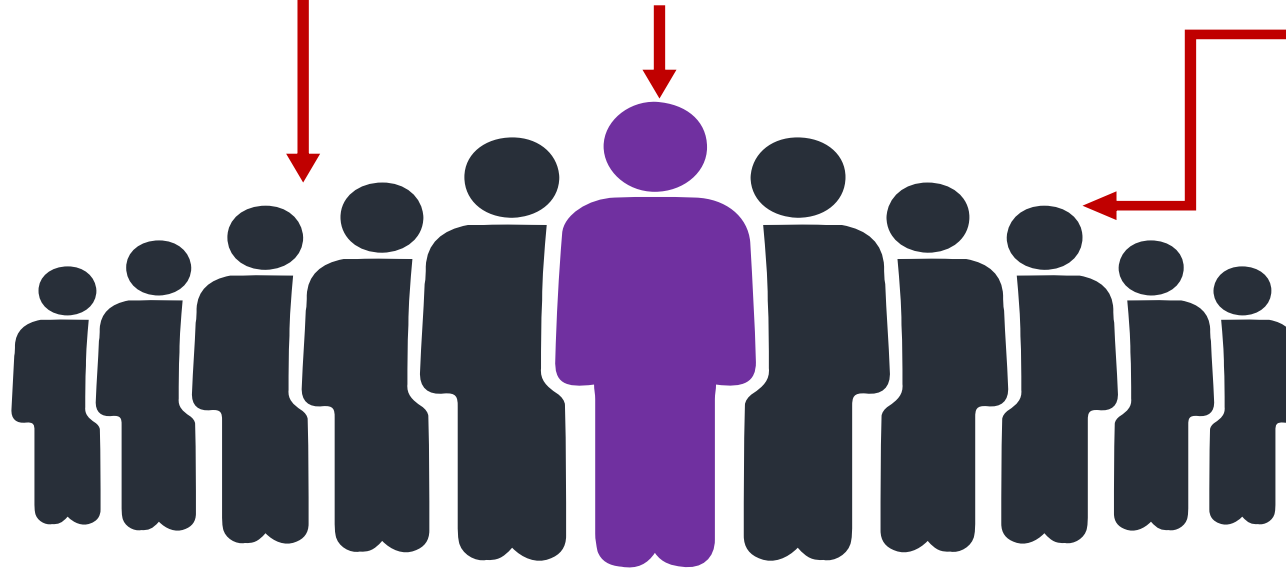
# LA COMMUNITY DEI FAN

- Il libro è **come il primo amore**, leggono tutti i libri dell'autore preferito e aspettano con ansia le sue uscite.
- Sono lettori che amano avere **più libri sul comodino**, per avvertire la possibilità di avere più scelte contemporaneamente.

- sono lettori **mono-orientati e meticolosi**.
- Tendenzialmente **onnivori, scelgono un filone e lo perseguono**
- Adorano fantasy, mystery, horror, Crime/Thriller/gialli e fantascienza e narrativa moderna.

13%

- Leggere a loro **migliora la vita**, li fa sentire un po' più felici.
- Le **recensioni disponibili in libreria** sono la leva principale per loro per decidere quale libro leggere.

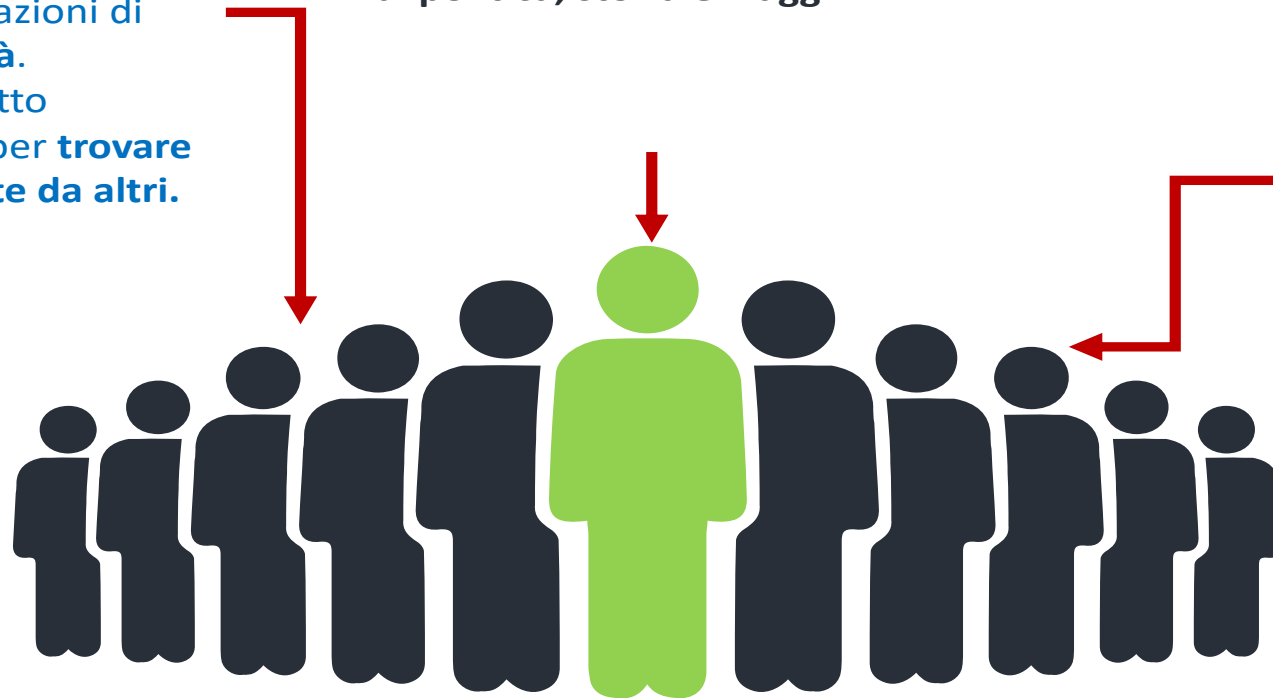


**Il loro motto è:** «leggere non è divertirsi o istruirsi, ma è dialogare con un autore che parla solo a noi e ci fa sentire vivi»

# LA COMMUNITY DEGLI INGAGGIATI

- Per loro i libri sono un **vanto** e mettono in mostra la **libreria** perché **racconta chi sono e il loro modo di essere**.
- Il rapporto con il libro è determinato dalle sensazioni di **impegno e sistematicità**.
- Leggere per loro è un atto **terapeutico**, un modo per **trovare sé stessi in parole scritte da altri**.

- Leggere è **cercare se stessi**.
- Amano i libri **impegnati**, la saggistica, la filosofia o le scienze. Leggono anche testi di **politica, storia e viaggi**.



15%

- Per gli ingaggiati la lettura è centrale per essere **cittadini consapevoli**.
- Essa è indispensabile per far nascere **nuove culture** utili allo sviluppo di nuovi modelli sociali, oltre a essere un insostituibile fondamento per la **democrazia**.

**Il loro motto è:** «I libri sono le armi, la vittoria è la democrazia e la civiltà umana»

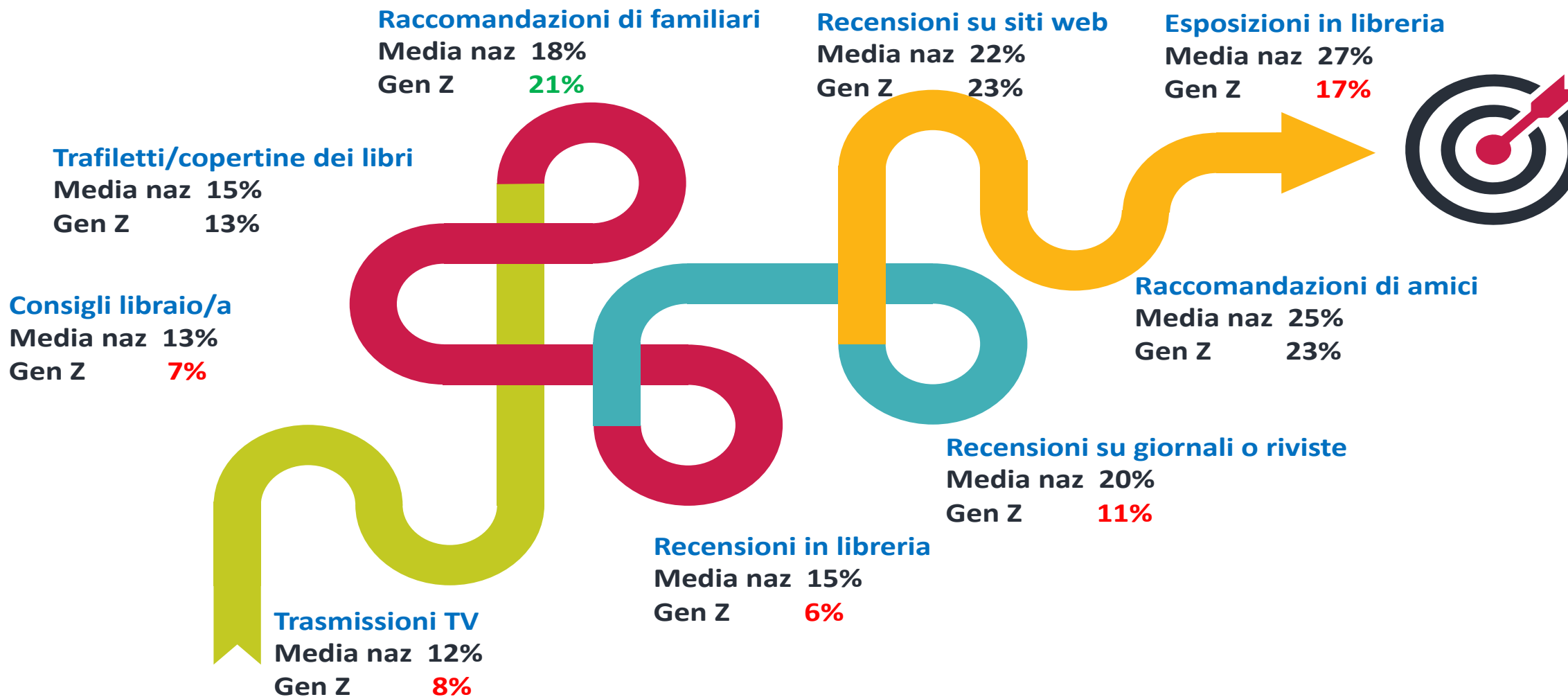
3

# IL FUTURO DEL LIBRO

Gli italiani e le dinamiche profonde che caratterizzano la relazione con la lettura e i libri



# IL LABIRINTO DEI DRIVER DI SCELTA DI UN LIBRO



# QUANTI RITENGONO FONDAMENTALE SOSTENERE LA LETTURA DA PARTE DEI GIOVANI

Dato medio

GEN Z

79%

56%

PRODOTTI CAPACI DI SFRUTTARE  
PIENAMENTE LE POTENZIALITÀ  
DELLE TECNOLOGIE DIGITALI

Molto + abb d'accordo

MEDIA NAZ.

73%

GEN Z

78%

LIBRI IN STREAMING COME PER  
LA MUSICA

Molto + abb d'accordo

MEDIA NAZ.

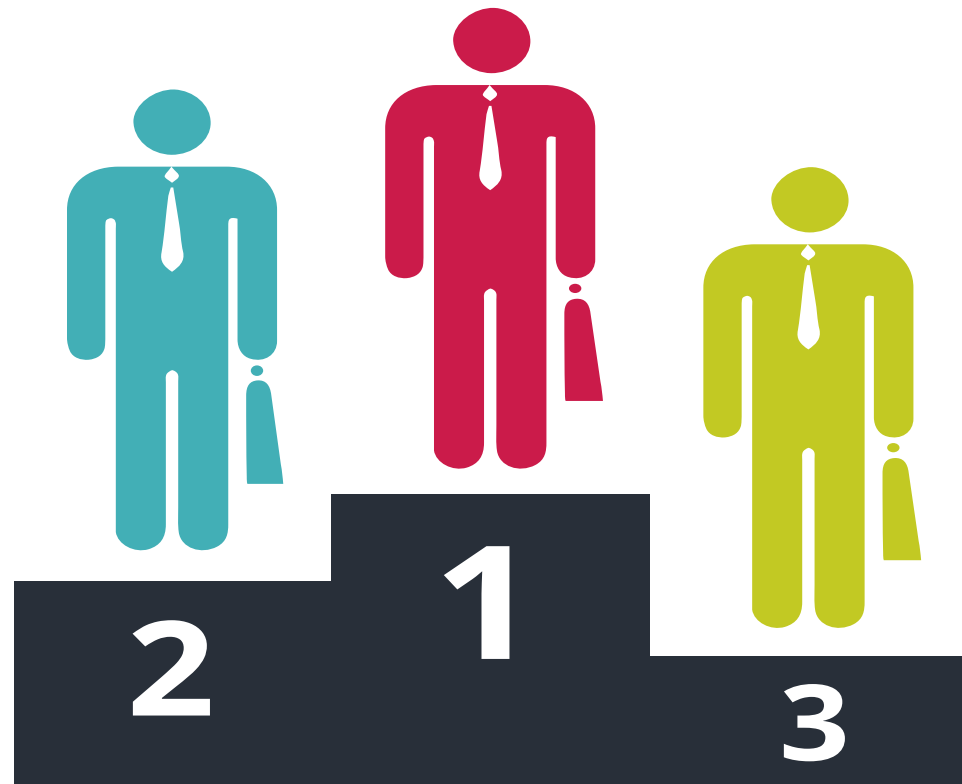
65%

GEN Z

67%

# FUTURO DEL LIBRO





**87%**

INCENTIVARE LE PICCOLE  
LIBRERIE NEI CENTRI  
COMMERCIALI

**83%**

NUOVI SPAZI DI LETTURA IN  
PIAZZE E QUARTIERI.

**74%**

INCREMENTARE LE FORME  
DI "STAMPA SU RICHIESTA"  
DEI LIBRI"

# FUTURO DEL LIBRO



PREFERISCONO I  
LIBRI CARTACEI

**70%**

PREFERISCONO  
GLI E-BOOK

**11%**

ENTRAMBI

**17%**

NEI PROSSIMI ANNI GLI E-BOOK DIVENTERANNO LA  
FORMA PIÙ POPOLARE DI LIBRO NELL'EDITORIA

**63%**

ACCORDO

**30%**

DISACCORDO

INTENZIONATI A COMPRARE NEI PROSSIMI MESI

Libro  
cartaceo

**51%**

E-book

**21%**

Audio-libro

**15%**

# E-BOOK



## CONOSCONO BOOK INFLUENCER

MEDIA NAZIONALE

**34%**

GEN Z:

**55%**

## IL GIUDIZIO SUI BOOK INFLUENCER

**Fondamentali**, spingono gli adolescenti a leggere

MEDIA NAZ.

**27%**

GEN Z

**38%**

**Utili** ma non indispensabili

**41%**

**39%**

**Inutili**, ci sono altri modi più efficaci per promuovere la lettura

**22%**

**11%**

# BOOK INFLUENCER



## Gli autori e curatori dell'indagine

**Enzo Riso**

Direttore scientifico di Ipsos P.A. e docente di audience studies Sapienza Università di Roma

**Eva Sacchi**

Direttrice di ricerca di Ipsos P.A.

# GRAZIE

An open book lies on a wooden surface, illuminated by a warm, golden light. Several small, white butterflies are captured in flight, scattered around the book and above it, creating a sense of movement and grace. The overall mood is one of appreciation and thankfulness.