



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%

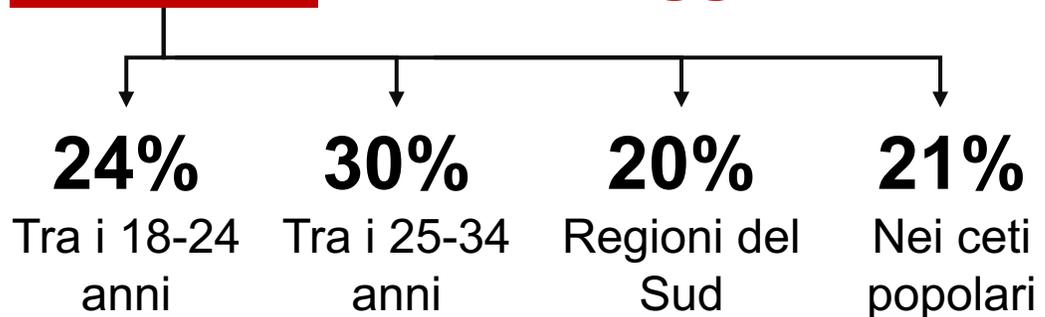
Legge + di 12 libri l'anno

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

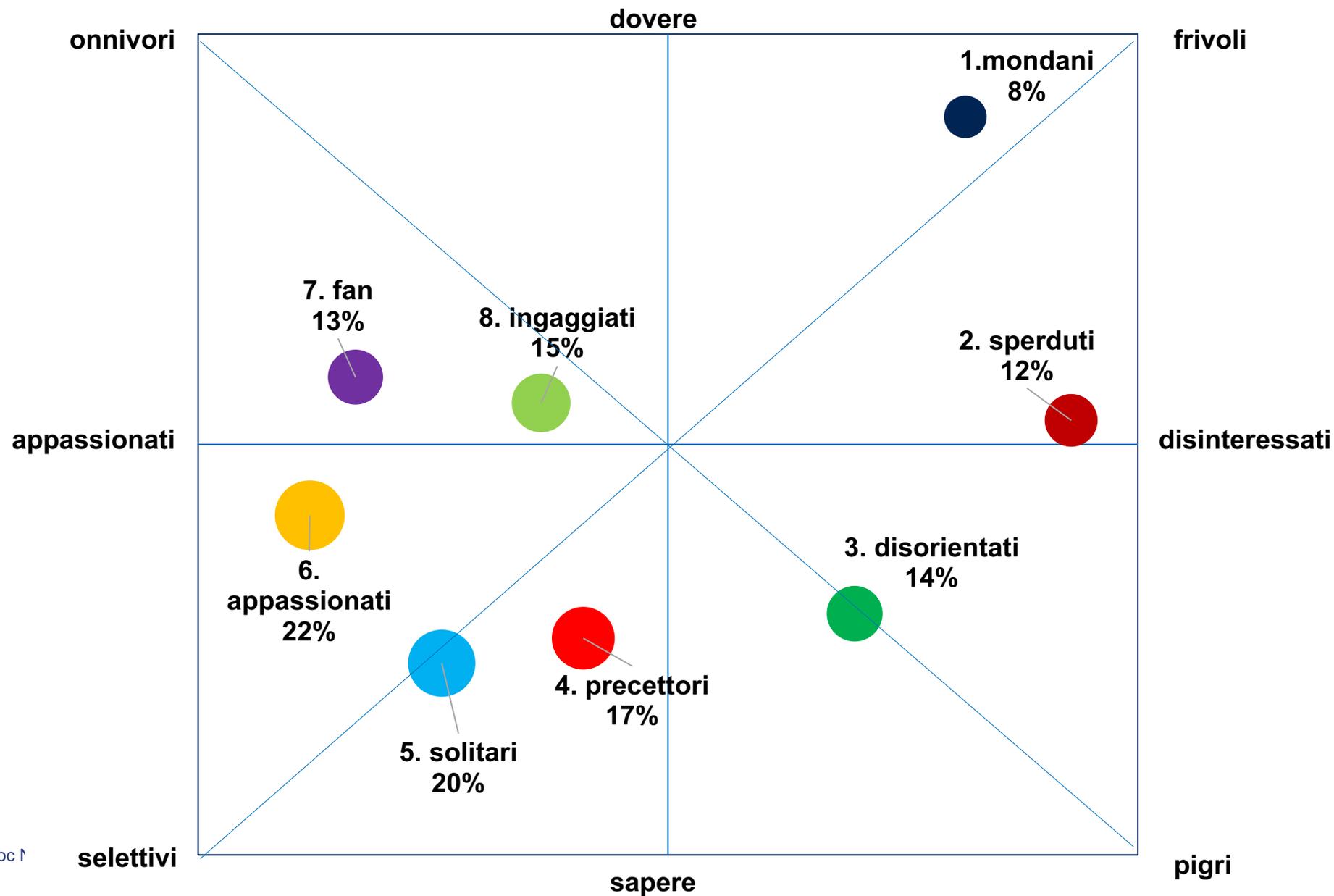
2

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

LE 8 COMMUNITY



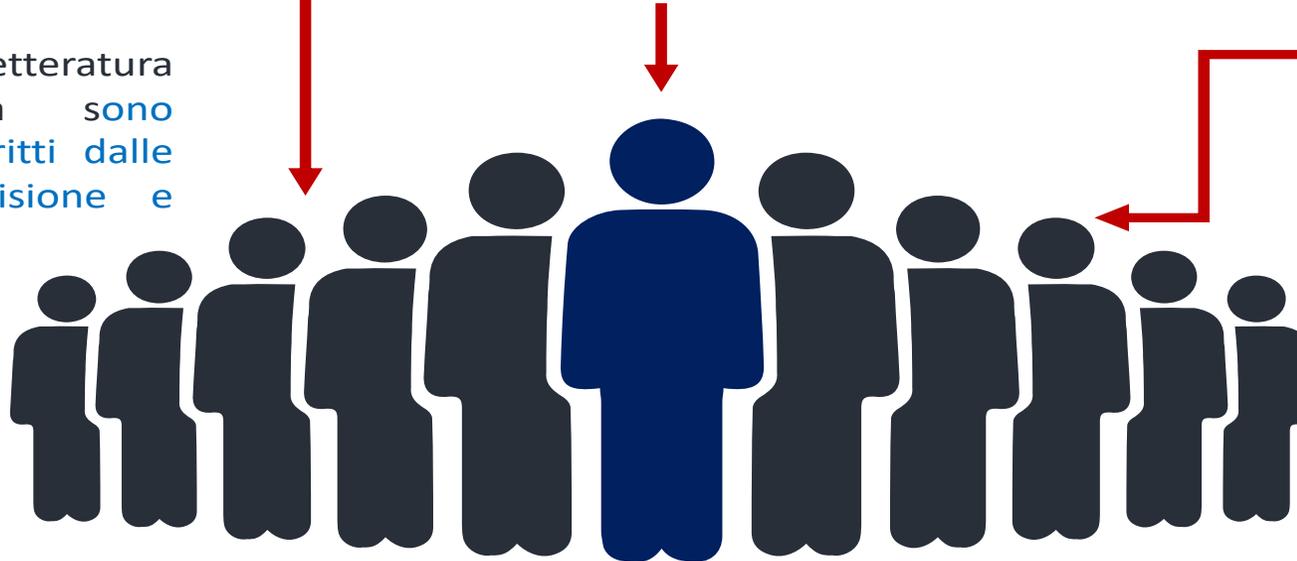
GLI ITALIANI E LA RELAZIONE CON I LIBRI: LE COMMUNITY



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*»

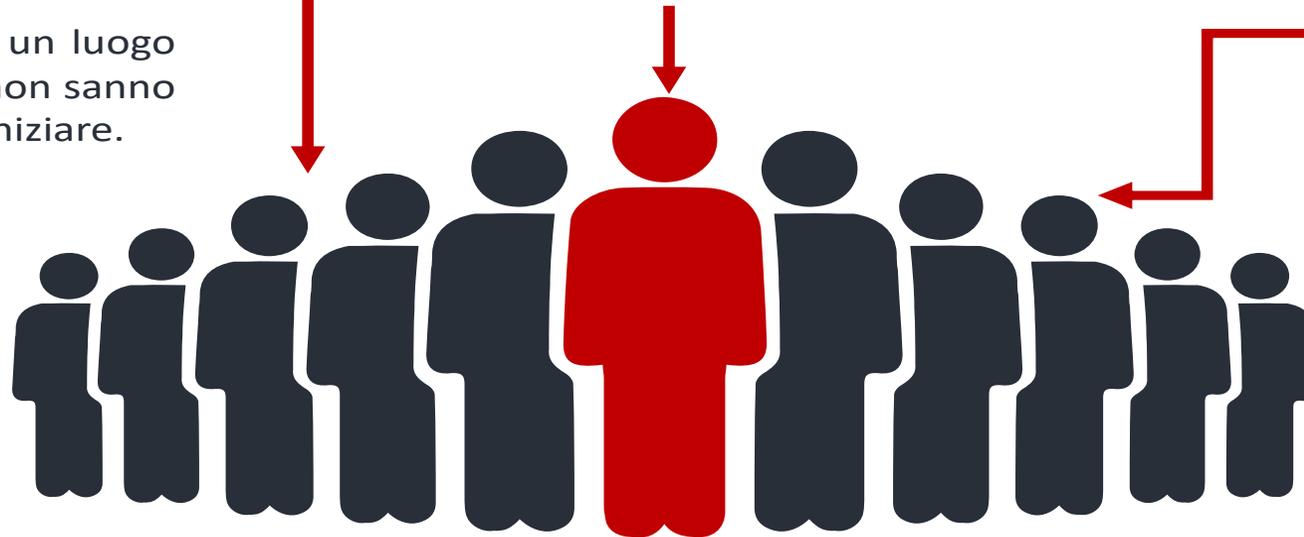
LA COMMUNITY DEGLI SPERDUTI

- 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**.

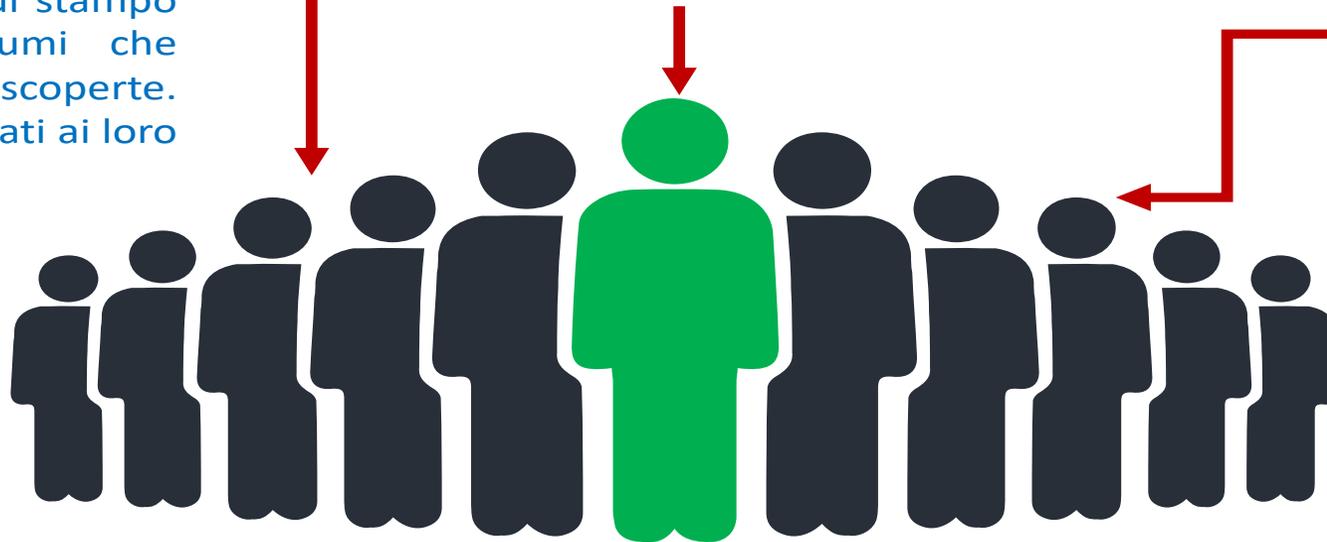
12%



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*»

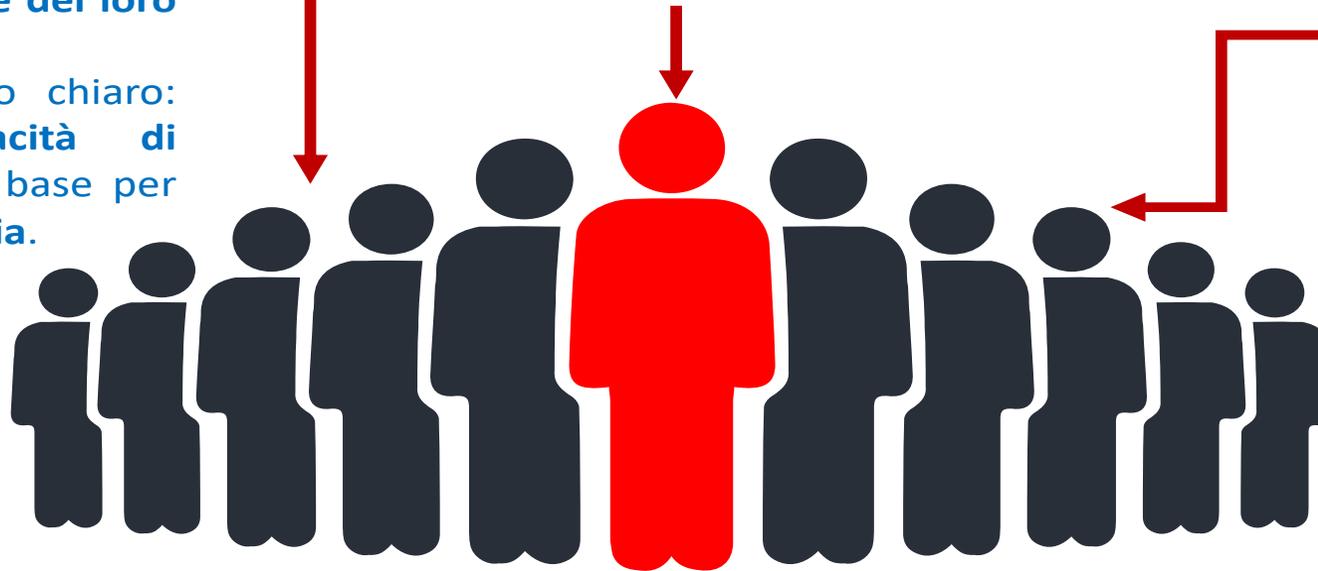
14%

- 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



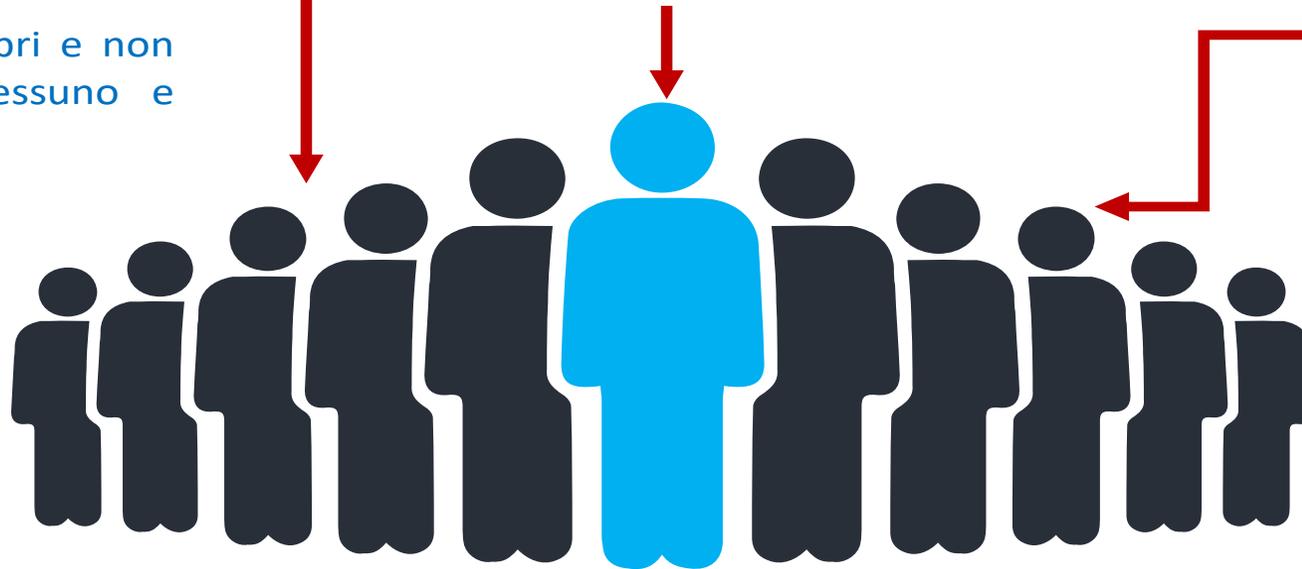
17%

- 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»

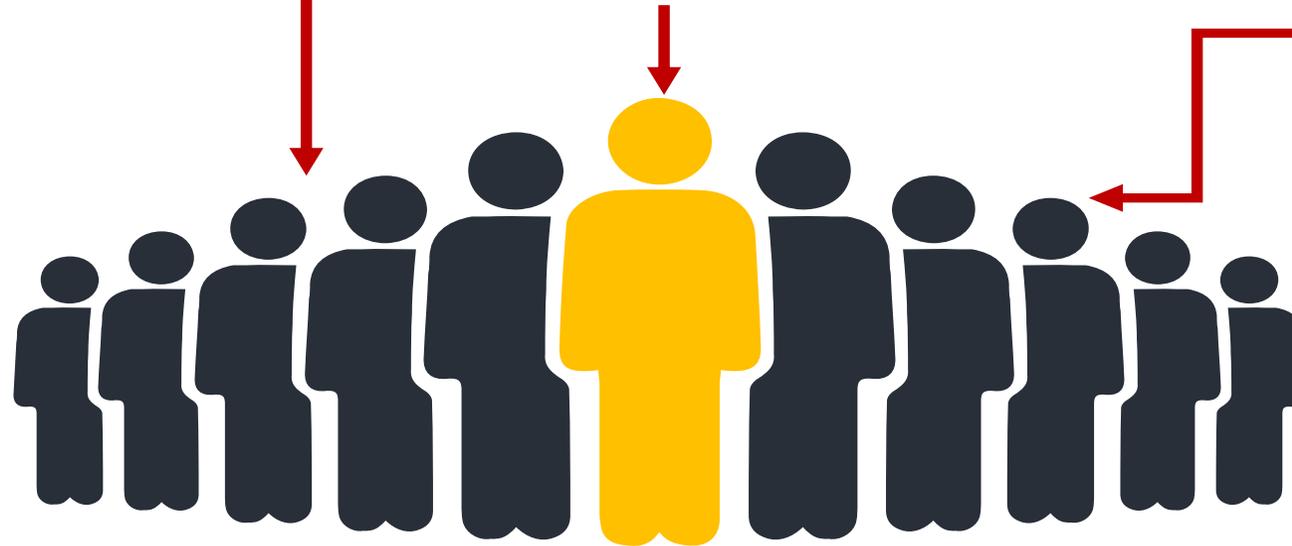
LA COMMUNITY DEGLI APPASSIONATI

- **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»

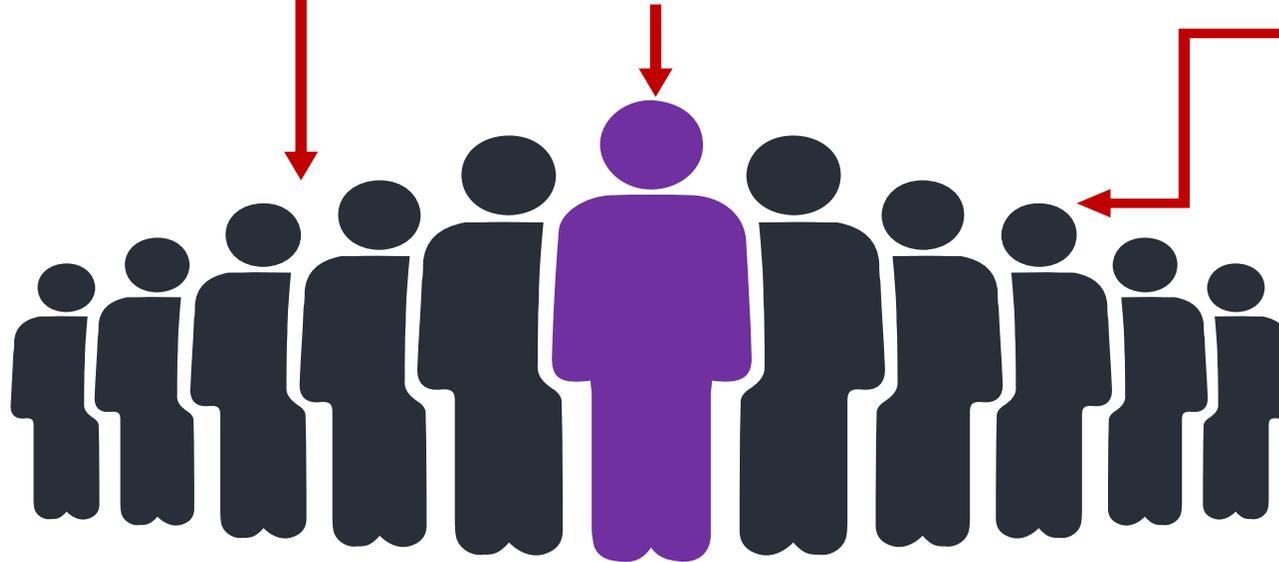
LA COMMUNITY DEI FAN

- 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.

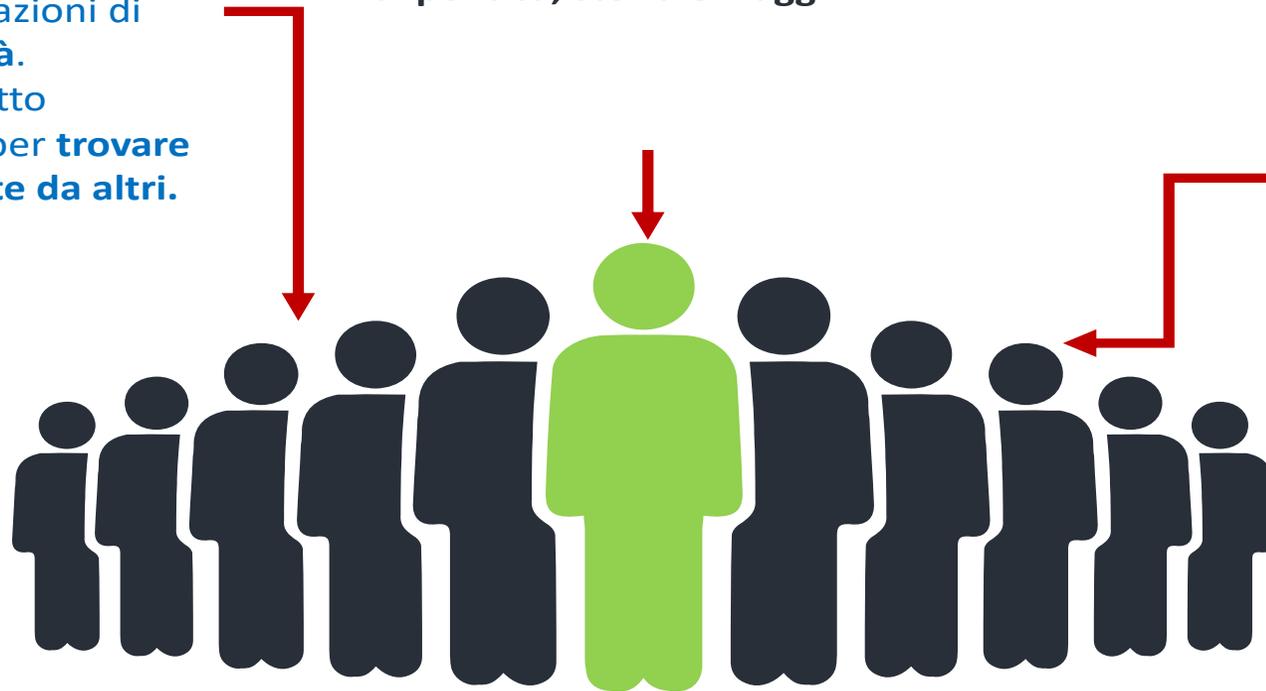


Il loro motto è: «leggere non è divertirsi o istruirsi, ma è dialogare con un autore che parla solo a noi e ci fa sentire vivi»

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%

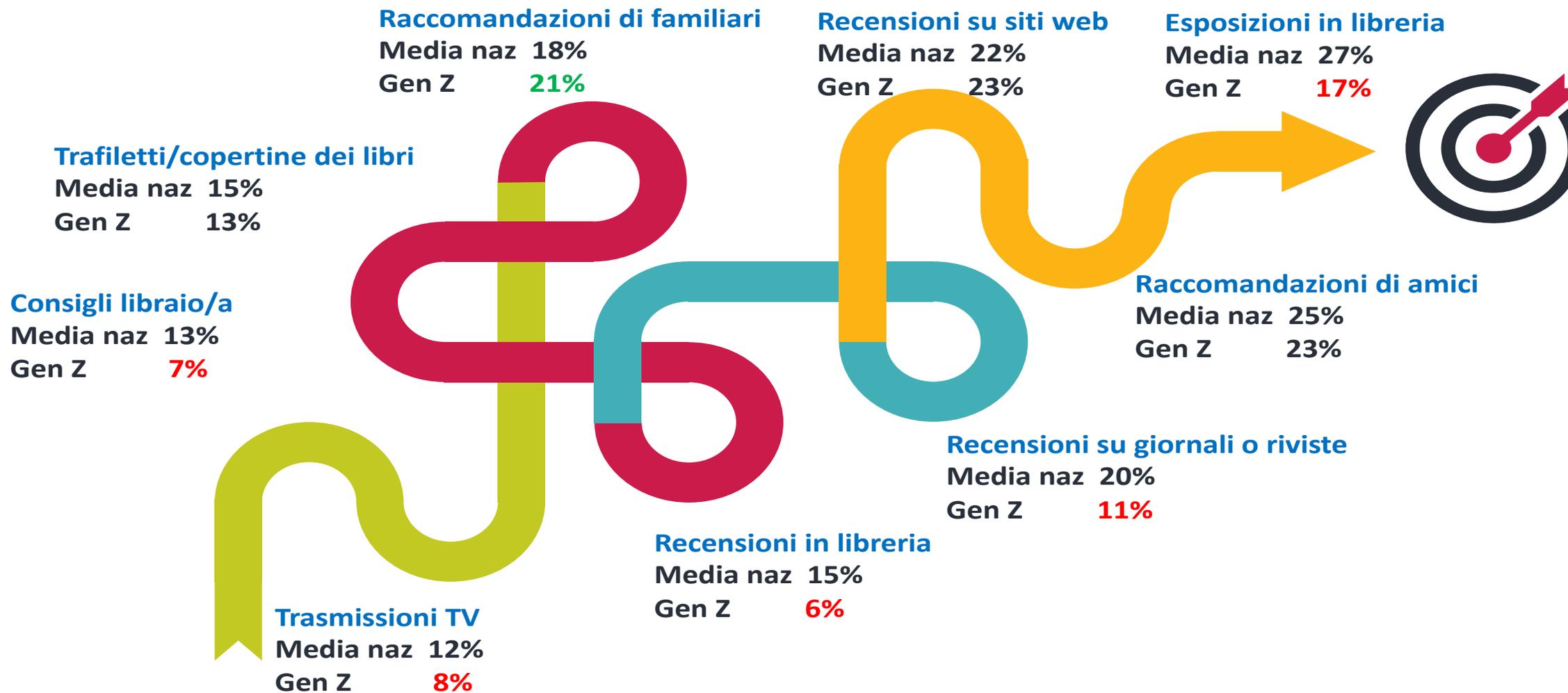
- Per gli ingaggiati la lettura è centrale per essere **cittadini consapevoli**.
- Essa è indispensabile per far nascere **nuove culture** utili allo sviluppo di nuovi modelli sociali, oltre a essere un insostituibile fondamento per la **democrazia**.

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

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.

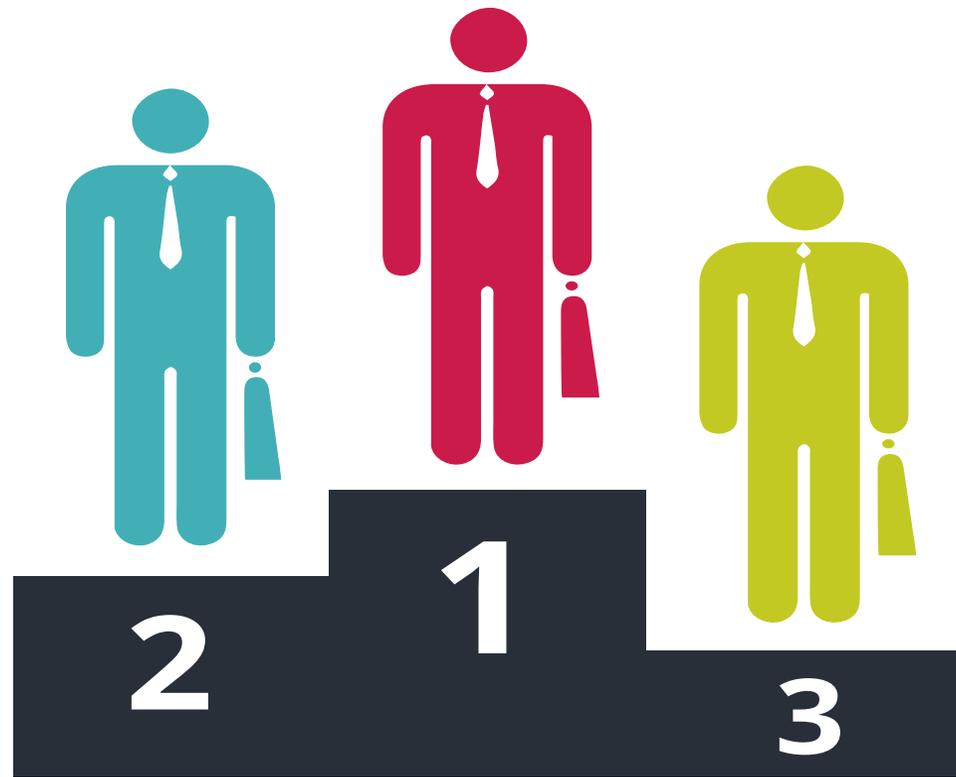
65%

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%

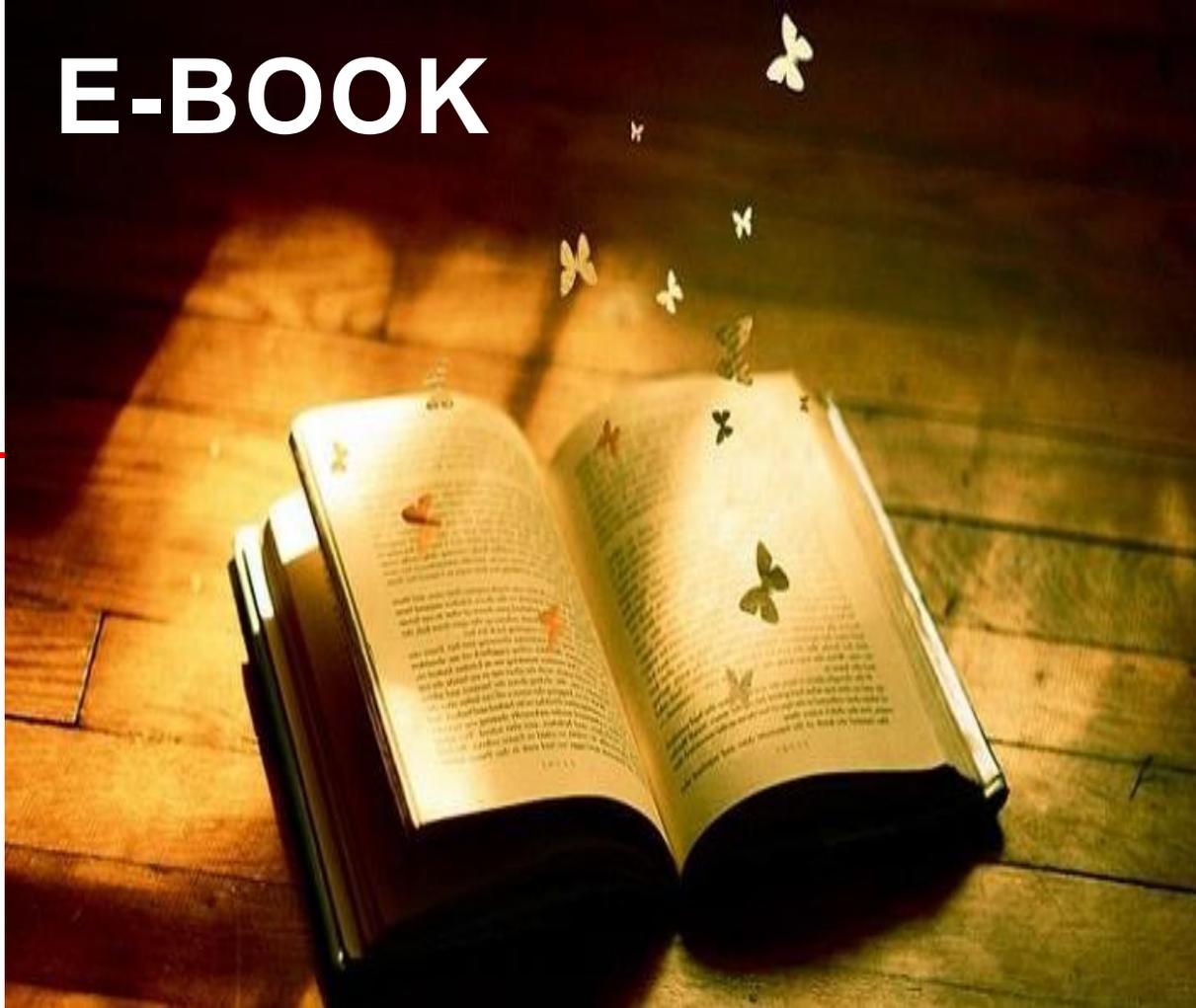
E-book

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%

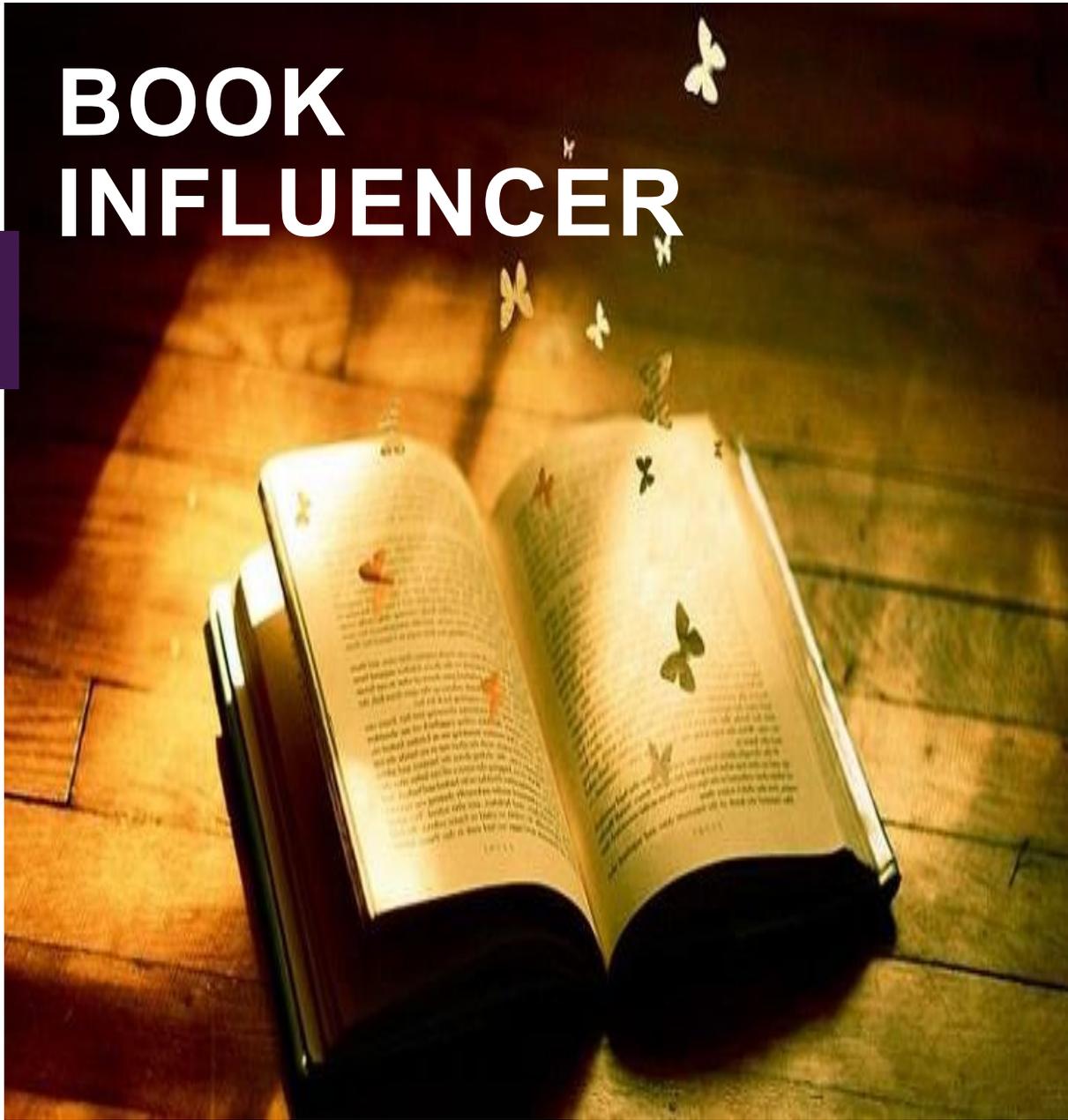
39%

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 floor, illuminated by a warm, golden light. Several small, white butterflies are captured in flight around the book, some resting on the pages. The scene is peaceful and evokes a sense of gratitude and the beauty of nature.