

di contenimento della spesa in libri a fronte di stock domestici consistenti, il facile ammortamento dell'investimento in e-book – generino poi a loro volta effetti moltiplicatori sulla tenuta complessiva del settore.

Questo aiuta anche a comprendere il fenomeno di un'editoria che lavora su nicchie estremamente sofisticate e qualificate in termini di generi, autori, letterature, qualità editoriale, ecc.

In quei 3.500 editori che pubblicano da 1 a 10 titoli all'anno ci può essere molta autoreferenzialità ma anche molta ansia di esplorare strade, linguaggi, letterature, scovare autori (anche morti e dimenticati o non apprezzati in vita), che non si sa bene dove portano.

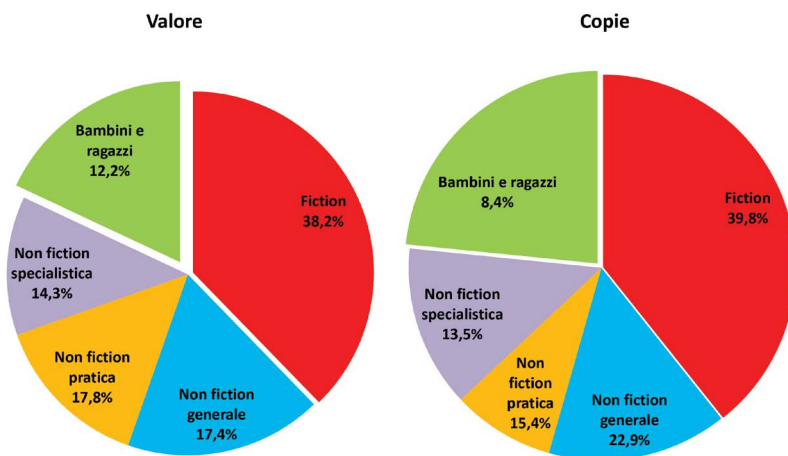
In altre parole è, da una parte, una delle spiegazioni del fenomeno «piccola editoria» e della sua ricchezza ma anche della sua frammentazione produttiva; dall'altra dell'assenza di un significativo mercato massmarket di tascabili che non è stato sostituito (ma cannibalizzato) dagli e-book e che invece andrebbe rilanciato.

I generi e i sottogeneri

Rispetto al 2015 e ancor prima al 2014-2013 la composizione e l'andamento del mercato dal punto di vista dei generi mostra tutti i profondi cambiamenti che sono avvenuti.

Quasi il 40% del mercato è fatto dalla narrativa italiana e straniera; la saggistica rappresenta il 17,4% a valore e il 22,3% a copie. Subito dopo vengo i libri per bambini e ragazzi (ma esclusi i titoli YA che in Italia finiscono nella fiction): rappresentano il 12,2% a valore nei canali trade con «solo» l'8,4% delle copie vendute.

Fig.6 Quote di mercato dei generi a copie e valore dei generi nei canali trade (escluso Amazon): 2016
Valori in %



Fonte: Ufficio studi Aie su dati Nielsen

Il settore bambini e ragazzi (esclusa la produzione YA) è stato sempre, in questo arco di anni di crisi e di difficoltà, un segmento con un segno «+» davanti. Lo era nel 2013, lo è rimasto (almeno a valore con una lieve flessione nelle copie) nel 2014, si è ripetuto nel 2015 con valori positivi rispettivamente del +7,9% e del