



[www.Rebeccalibri.it](http://www.Rebeccalibri.it)

Consorzio per l'Editoria Cattolica

# L'EDITORIA LIBRARIA CATTOLICA IN CIFRE SINTESI 2013 E CONFRONTO CON IL MERCATO GENERALE

Report quantitativo gennaio-dicembre 2013

*Anche nel 2013 chiusura in negativo per l'editoria religiosa, leggermente migliore del mercato generale – L'effetto trainante del nuovo pontificato attenua l'andamento ribassista –  
Premiati i titoli low cost*

Per l'editoria libraria cattolica il 2013 si chiude con il segno meno (- 5,35%) in termini di **fatturato lordo** - inteso come vendite delle librerie ai clienti **a prezzo di copertina** - e in **crescita in termini di copie** con un dato positivo del **4,30%**.

Un risultato che è leggermente migliore rispetto al mercato globale trade del libro in Italia (librerie + GDO + librerie on line con esclusione di Amazon) che si è fermato a - **6,2%** per quanto riguarda le vendite a valore e a - **2,3%** nelle vendite a volumi. Sono dati che si ricavano dall'indagine di Nielsen BookScan "Il mercato del libro in Italia" presentata al Salone del libro di Torino il 9 maggio 2014. In numeri assoluti questo significa che gli italiani hanno acquistato lo scorso anno complessivamente 99,2 milioni di volumi (ma 2,3 milioni in meno del 2012) e hanno speso circa 1,2 miliardi di euro (81 milioni di euro in meno del 2012). Una performance negativa che, ad esclusione del segmento *Bambini* in crescita sia a valore (+3,1%) sia a copie (3,3%), coinvolge tutti i grandi settori con punte del - 13,20% nella *Non fiction pratica* (guide, tempo libero, life style), fino a - 5,4% a valore della *Fiction* e al - 4,2% a valore della *Non fiction generale* (comprende la saggistica generale). Invece il settore della *Non fiction specialistica* che include anche il libro religioso, oltre a filosofia, scienze sociali, management e business, chiude in negativo del 8,6% a valore e del 6,5% a copie, con un risultato quindi decisamente peggiore di quello dell'editoria religiosa.

Come in passato per l'editoria religiosa la crescita delle copie vendute (o la loro tenuta, come era avvenuto nel 2012) a fronte del fatturato in calo segnala la costante **diminuzione del prezzo medio del libro** acquistato in libreria, arrivato a quota **7,09 euro** (era 7,47 euro nel 2012, euro 7,78 nel 2011 e 8,18 euro nel 2010); un fenomeno che nel 2013 è legato, tra gli altri fattori, anche alla larga diffusione della Enciclica *Lumen Dei* e all'esortazione evangelica di papa Francesco.

È ormai risaputo che fino all'autunno 2011 il settore dell'editoria religiosa aveva avuto un andamento anticiclico resistendo meglio all'attacco della crisi generale e di quella del settore del libro; se prendiamo come parametro il risultato a valore del 2011 (ultimo anno chiuso in positivo) possiamo affermare che la perdita complessiva del fatturato del circuito librario **nei due anni (2012-2013) è stata del 13,96%** in linea con quella del mercato generale calato nel biennio del 13,78% (anche se in questo caso occorre rimarcare che il mercato generale era diminuito già nel 2011). Il tutto all'interno di un contesto che nel quadriennio 2010-2013 ha visto sfumare nel mercato trade generalista complessivamente 212 milioni di euro e 8,800 milioni di copie, non compensati dalla crescita - "troppo lenta secondo le stime di AIE" - del mercato degli e-book, che nello stesso quadriennio si attesta a 30 milioni a valore.

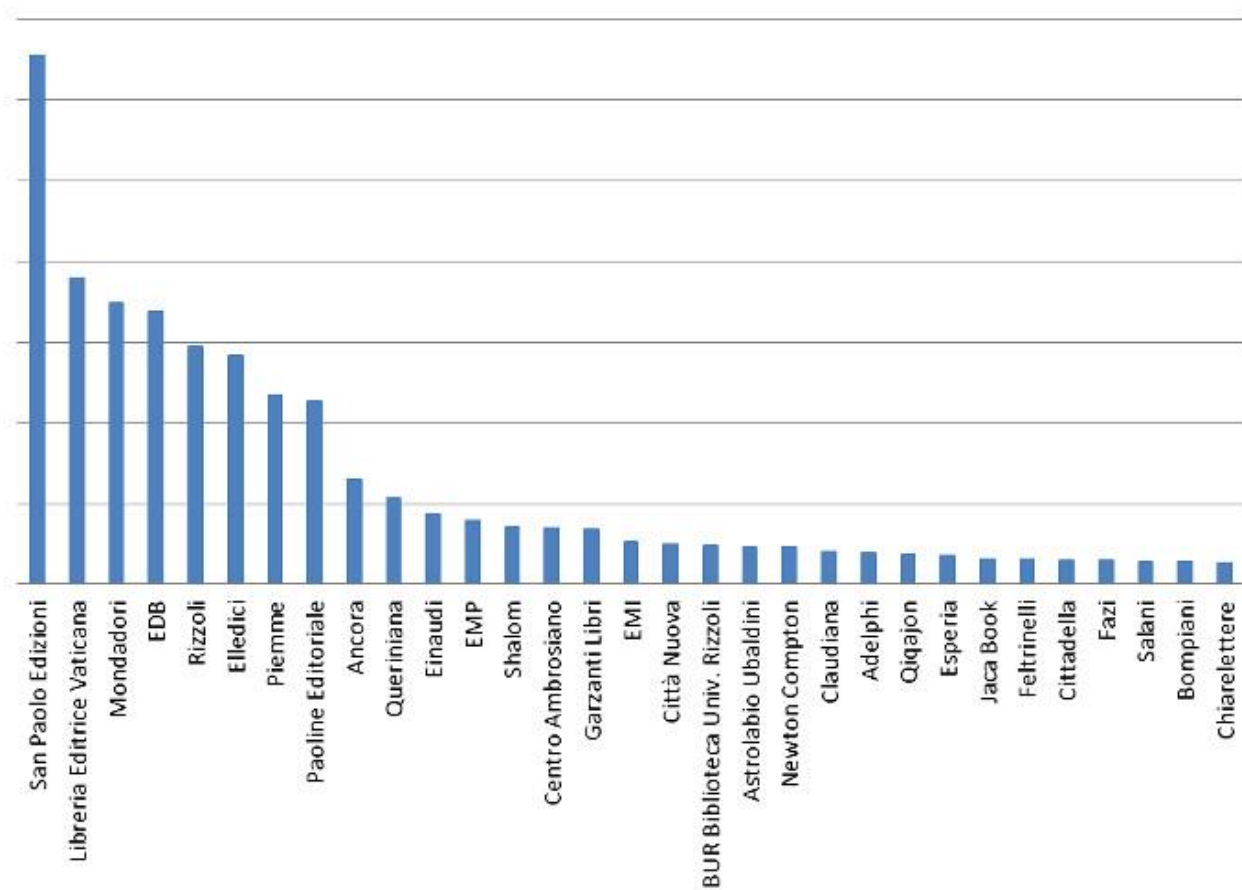
D'altra parte anche il Rapporto *L'Italia dei Libri 2011-2013* – l'indagine sull'acquisto e la lettura di libri in Italia, commissionato a Nielsen dal Centro per il Libro e la Lettura – conferma che nel triennio 2011-2013 c'è stato un calo medio sia nella percentuale dei lettori (dal 49% al 43% della popolazione) sia degli acquirenti (dal 44% al 37%). L'Italia rimane inoltre un paese spaccato a metà dove si comprano e leggono libri soprattutto nel Centro-Nord, tra le fasce di reddito più benestanti e tra chi possiede un titolo di studio più alto.

Nel mercato librario prosegue, quindi, la diminuzione del giro d'affari dell'editoria cattolica; tuttavia, l'effetto trainante del nuovo pontificato nel 2013 ha attenuato l'andamento ribassista e consentito una performance, seppure negativa, migliore del mercato generalista sceso a meno 6,20%. Cala il prezzo medio del prodotto venduto, che è già decisamente inferiore rispetto al prezzo medio del mercato generale (12,60 euro nel 2013 e 13,00 euro nel 2012), e cresce la quota di vendita del libro cartaceo attraverso le **librerie on line arrivate al 10%**. Inoltre, persiste la **sofferenza delle librerie indipendenti** che spesso non hanno la forza e la lungimiranza di dotarsi di strumenti tecnico-professionali adeguati a far fronte alla crisi e a elaborare nuove strategie di difesa.

In questo Rapporto si analizzano i dati delle **vendite di libri dell'editoria cattolica nel circuito delle librerie Arianna**, un mercato che vale a prezzi di copertina circa **32 milioni di euro** (sell out) e **4,5 milioni di copie**; tuttavia è interessante confrontare questo dato con due altre grandezze rilevate.

### **I principali editori di Religione.**

In primo luogo il **valore del mercato del libro di argomento solo religioso** (sempre relativo al circuito Arianna), che naturalmente, da una parte, include sia i titoli editi dagli **editori laici** sia quelli editi dagli **editori religiosi** e, dall'altra, esclude i libri di argomento **non religioso** (narrativa, saggistica, ragazzi, manualistica, etc.) editi dagli editori religiosi. Si tratta di un mercato stimato nel 2013 in circa **38,5 milioni di euro a valore** e poco meno di **5 milioni in termini copie**, dati che rappresentano **circa il 9% delle vendite totali**. Al suo interno gli **editori laici coprono circa il 37% a valore** e 23% in termini di copie, mentre gli editori di **altre confessioni religiose valgono il 2%** in termini di fatturato e altrettanto in termini di copie vendute, e quindi gli **editori cattolici il 61% a valore** e il 75% in copie vendute.



La presenza e il peso degli editori laici sono ben esemplificati dal grafico precedente pubblicato da [www.ibuk.it/iri/portal/anonymous/notizie\\_tendenze](http://www.ibuk.it/iri/portal/anonymous/notizie_tendenze)

In secondo luogo il valore del **mercato globale degli editori cattolici**, che in questo caso è un fatturato (sell in) che vale circa **82 milioni di euro** e include sia il fatturato realizzato nel circuito Arianna sia quello realizzato negli altri canali di vendita (GDO, grossisti, vendite dirette, vendite nelle librerie indipendenti laiche e religiose non collegate al sistema Arianna, vendite dirette dal proprio sito on line), con l'esclusione della scolastica.

Riprendendo l'analisi dei dati di questo Rapporto (le vendite dell'editoria cattolica nel circuito Arianna) notiamo che nell'andamento mensile delle vendite (cfr. Tab.1) spiccano due eventi: il grande balzo di luglio 2013, sebbene legato a un avvenimento non ricorrente come l'enciclica *Lumen fidei*, e l'exploit di dicembre. Si intravedono i **primi timidi segnali di recupero** e una grande **effervescenza editoriale** sul piano delle pubblicazioni legate ai contenuti valoriali e agli stili di vita proposti dal nuovo papato.

Un'effervescenza che pare coinvolgere anche le strutture librarie e distributive, se si pensa alla nascita di Proliber nella distribuzione, ai movimenti riorganizzativi all'interno dei grandi gruppi distributivi (Messaggerie e PDE in primis), così come intorno alle grandi catene laiche (da Feltrinelli alle nuove ibs.it), alla dolorosa chiusura di diverse librerie religiose di catena e indipendenti di vario genere. Indubbiamente la crisi obbliga a ripensare i modelli aziendali e a ricercare le possibili sinergie tra gli attori, tenendo conto di un ormai definitivo ridimensionamento del mercato trade, così come del cambiamento del suo

perimetro e delle sue regole per effetto dell'entrata dei grandi operatori tecnologici (Amazon, Google, Apple). Dopo aver riconosciuto una centralità strategica alle tecniche dell'offerta e agli interventi sui processi, occorrerà che gli editori si concentrino maggiormente sui contenuti e sul prodotto. E in un periodo di cambiamento e mutamento profondi, più che fermare un possibile declino, forse occorre cambiare direzione e ridefinire anche il valore e il ruolo insostituibili culturalmente dell'editore, della libreria e del libro.

In questa situazione, che la crisi economica ha reso ancor più fluida e in movimento, a partire dal 13 marzo 2013 l'editoria cattolica ha beneficiato dell'**effetto trainante del nuovo pontificato**. Benché il nuovo papa non sia un intellettuale prolifico come Benedetto XVI, da subito la curiosità verso un personaggio poco conosciuto dal pubblico italiano ha stimolato negli editori cattolici (e non solo) la pubblicazione dei pochi libri già editi in Argentina e la stesura di molte biografie di taglio prevalentemente giornalistico; in un momento successivo, è stata la volta dell'enciclica e del rapporto tra il nuovo papa e la Chiesa, poi sono seguite le preghiere, le omelie, l'esortazione evangelica *Evangelii gaudium*, fino ai libri fotografici e a quelli per bambini. Un flusso ininterrotto di titoli ha invaso i banconi delle librerie laiche e religiose, seguendo e commentando passo dopo passo le tappe più significative del nuovo pontificato. Sul piano delle vendite il mercato ha reagito positivamente agli stimoli dell'offerta, come testimoniato dalla frequente presenza di questi titoli nelle classifiche generali e della saggistica. Valga a titolo di esempio il dato della classifica dei *Bestseller della fede*, pubblicata settimanalmente da Avvenire e realizzata da Rebeccalibri.it, che riporta i libri più venduti nelle librerie religiose (con l'esclusione dei sussidi catechistici, bibbie, testi liturgici e i prodotti di prezzo inferiore ai 5 euro): ebbene in 54 settimane il binomio Francesco/card. Bergoglio (variamente curato e aggregato con altri curatori e autori) ricorre 238 volte su 540 posizioni, con una buona presenza di editori laici.

In questo primo anno la vocazione principale del nuovo pontificato è parsa rivolgersi all'apertura di canali di comunicazione tra sensibilità e culture diverse, favorendo la comprensione reciproca ed escludendo anatemi e rotture. Uno spirito e un comportamento che, oltre a rompere schemi e conflitti apparentemente inconciliabili, favoriscono enormemente sul piano editoriale l'**allargamento del pubblico di riferimento** dei libri legati a questi temi e al papa stesso. Un pubblico attirato non solo dall'onda episodica e massmediatica degli eventi (dalla visita a Lampedusa alle giornate della Gioventù in Brasile, dalle preghiere in occasione dell'*Angelus* domenicale all'invocazione forte per la pace in Siria), ma portato anche alla **riflessione più meditata** su temi decisivi per la soggettività di ognuno di noi e per la convivenza civile.

Esaurita l'attrazione talora spasmodica verso gli aspetti biografici e comportamentali, potranno emergere temi quali la pace, il perdono, la povertà, il dialogo con i non credenti, la sicurezza di una fede non intransigente ma dialogante, e fornire ulteriore **stimolo e aperture alla progettualità editoriale degli editori cattolici**. Certamente nelle redazioni la capacità di affrontare temi nuovi non si improvvisa né si può limitare alla elencazione di un indice di possibilità, ma implica la ricerca di autori nuovi e di un maggior coraggio nel percorrere strade che ancora un anno fa apparivano inimmaginabili e che possono condurre a illuminare anche le "periferie esistenziali".

Passando all'analisi dei dati quantitativi, come si vede dalla tabella 1 relativa al fatturato a valore, il dato negativo del 2013 ha avuto il suo picco nei mesi di settembre e ottobre (- 15,20% e - 13,50%), in un'annata che ha collezionato risultati mensili negativi con la sola eccezione di gennaio, luglio e dicembre.

**Tab.1. Editoria religiosa. Andamento generale in valori assoluti del fatturato: confronto 2013 su 2012**

Mese	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
2013/ 2012	+	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-
	0,61%	8,41%	8,62%	1,49%	8,00%	6,32%	<b>12,86%</b>	9,47%	15,20%	13,50%	6,74%	<b>6,54%</b>	<b>5,35%</b>

Il dato negativo del primo quadrimestre 2013 si forma in febbraio e marzo quando si hanno le peggiori performance, mentre in aprile – sulla spinta dell’elezione del papa Francesco – emergevano possibili segnali di recupero. Tuttavia queste attese sono state immediatamente smentite nel secondo quadrimestre quando il segno è tornato pesantemente negativo, seppure fortunatamente la pubblicazione dell’enciclica ha consentito - con l’improvviso balzo del fatturato di luglio (+12,86%) – di recuperare quote di mercato. Nel terzo quadrimestre si è assistito a un andamento analogo: primi tre mesi da brivido e buon recupero a dicembre. Proprio il recupero natalizio ha consentito di attutire il trend a un meno 5,35% finale, considerando che il mese di dicembre pesa il 13,06% sul fatturato totale dell’anno 2013 (cfr. Tab.3).

**Tab.2. Editoria religiosa. Andamento generale in copie vendute: confronto 2013 su 2012**

Mese	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
2013/ 2012	+	-	-	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+
	5,79%	4,94%	5,92%	<b>7,02%</b>	<b>4,95%</b>	<b>8,00%</b>	<b>61,47%</b>	<b>13,08%</b>	9,16%	6,14%	0,13%	<b>20,30%</b>	<b>4,30%</b>

Tuttavia per contestualizzare questi dati occorre tenere presente almeno tre elementi:

1. in uno scenario di crisi della nostra economia, che anzi si aggrava, non diversamente accade anche nel settore librario e dell’editoria religiosa;
2. tutto il 2013 appare segnato dall’irrompere sulla scena mondiale e anche editoriale della figura del nuovo papa Francesco:
  - a. se il risultato positivo in termini di fatturato del mese di luglio appare influenzato dalla concomitanza con la pubblicazione dell’enciclica, tuttavia tutte le altre molteplici pubblicazioni legate all’avvento sul soglio pontificio di Bergoglio non sono riuscite a riportare in terreno positivo i valori delle vendite a valore;
  - b. l’editoria cattolica, conscia della crisi dei consumi, ha scelto di proporre principalmente prodotti a prezzo contenuto, sia per quanto riguarda i testi più ufficiali (enciclica, esortazione, via crucis, etc.) sia per quanto concerne la saggistica più generale e la sussidiatura;
  - c. il peso di due duplici fattori (papa Francesco e scelta del prezzo competitivo) si evidenzia nelle vendite a copie del periodo che va da maggio (il mese di esplosione delle biografie

sul nuovo papa) ad agosto, con il picco di luglio (+ 61,47%) in concomitanza con la pubblicazione dell'enciclica;

- per tarare il peso dei dati mensili occorre tener presente l'assorbimento a valore di ogni mese dell'anno, come evidenziato dalla tabella 3. L'andamento è inizialmente uniforme con una "buca" estiva e un terzo quadrimestre che si impenna rappresentando il 43,64% dell'annata. Le variazioni registrate negli anni sono minime, a livello di pochi decimali, e anche le variazioni maggiori sono comunque ridotte: nel 2013 il mese di luglio cresce di 1 punto e ottobre diminuisce di quasi 2 punti rispetto al 2012.

**Tab.3. Editoria religiosa. Assorbimento mensile 2013**

Mese	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
2013	7,29%	7,36%	8,46%	7,83%	8,80%	6,30%	6,53%	3,81%	7,91%	12,03%	10,64%	13,06%	100%

L'incidenza dei prodotti a basso prezzo nella composizione del venduto (non solo l'enciclica, le omelie e i testi di preghiere, ma anche – per esempio – i volumi di/sul cardinale Bergoglio pubblicati da EMI e San Paolo) risalta confrontando l'andamento mensile divaricato tra le vendite a valore e quelle per copie.

Per quanto riguarda il valore del **prezzo medio del venduto** prosegue in modo costante il **trend decrescente**: infatti nel 2013 ci si è collocati a quota **7,09 euro** rispetto a 7,47 euro del 2012, a 7,78 euro nel 2011 e 8,18 euro nel 2010.

Va ricordato che, se è vero che nel campo dell'editoria religiosa non ci sono fenomeni come le collane low cost a 0,99 euro tipiche del mercato generale, tuttavia da sempre nella composizione del suo fatturato hanno un peso rilevante i molti prodotti legati alla sussidiatura e alla catechesi, così come i c.d. vangelini, le varie edizioni della Bibbia e dei testi di preghiere; tutti prodotti che hanno sempre fatto anche del prezzo aggressivo il punto di forza della loro straordinaria diffusione. D'altra parte, non va dimenticato che il mercato generalista nel 2013 è stato *ingolfato* dai prodotti low cost (il format euro 0,99), che hanno eroso i margini di tutti i soggetti della filiera, hanno distrutto la GDO e messo in grave sofferenza l'autonomia finanziaria dei piccoli e medi editori. Non diversamente l'erosione dei margini derivanti dal prezzo basso e costantemente calante ha coinvolto anche l'editoria religiosa. Per di più, la diminuzione del prezzo del prodotto venduto (e pubblicato) e tutte le campagne promozionali attivate ininterrottamente dagli editori non hanno fatto aumentare i lettori, confermando che il prezzo da solo non è un fattore competitivo per la crescita del pubblico a livello macro. Non esiste decrescita felice del prezzo del libro

Come anche in passato non si può dimenticare che se il dato negativo del venduto della libreria al cliente (*sell out*) fotografa i conti economici del circuito delle stesse librerie, i riflessi sui **bilanci della macro-area degli editori** sono ancora peggiori: infatti, come rilevato dalle ultime indagini di Nielsen BookScan, i dati negativi del *sell in* (il venduto del distributore/editore alla libreria) sono generalmente doppi rispetto al *sell out*.

E se fino a un recente passato la **resa media** della libreria sul prodotto religioso era poco più di un terzo di quella sui libri in generale (le statistiche *ufficiose* hanno sempre evidenziato una forbice tra 27-32% nel mercato trade), ormai anche in questo ambito il libro religioso procede con le stesse dinamiche degli altri segmenti del mercato librario.

## Quali sono i gruppi editoriali leader del mercato cattolico?

Più in generale, nel segmento dell'editoria religiosa, all'interno del dato negativo in termini di fatturato lordo (-5,35%), nel 2013 i **primi 5 gruppi editoriali coprono il 61,19%** del mercato, in sostanziale tenuta rispetto al 2012 (61,76%) e in crescita rispetto 2011 (59,76%).

Si tratta di una quota rilevante, all'interno della quale la gerarchia quantitativa vede primeggiare nettamente il **Gruppo San Paolo Editore** con il **23,12%** (nel 2012 era al 22,00%), seguito a distanza dagli altri quattro gruppi racchiusi in un fazzoletto di decimali: **Elledici** al **9,68%** (era al 10,07% nel 2012), Libreria Editrice Vaticana – **LEV** al **9,65%** (10,71% nel 2012), Edizioni Dehoniane Bologna – **EDB** al **9,53%** (9,34%) e **Paoline Editoriale** al 9,21% (9,64%).

Tra gli altri editori va segnalata l'ottima performance di **EMI**, che capitalizza anche in libreria la capacità di battere sul tempo tutti i concorrenti nelle pubblicazioni relative al nuovo papa Francesco, in virtù della tradizionale presenza dei titoli legati all'America latina nel catalogo dei "missionari".

Veniamo ora ad alcune informazioni di dettaglio sul tipo di diffusione dei libri dell'editoria cattolica in Italia nel 2013, a confronto con la serie storica 2009-2013.

**Fonti utilizzate per il presente Rapporto:** i dati relativi alle vendite sono elaborazioni di Rebeccalibri.it sulla base del data base di **Segnalibro** di Informazioni Editoriali (sell out delle 1.800 librerie collegate con Arianna+), comprendente tutti gli editori religiosi distribuiti dai distributori religiosi (Dehoniana Libri, Messaggero Distribuzione, Elledici, Diffusione San Paolo) e tutti gli editori religiosi con distribuzione diretta o di singoli distributori regionali.

### Incidenza delle novità e del catalogo sul fatturato

Il **peso delle novità è in leggera risalita** rispetto ai valori del 2012, fatto probabilmente contingente sull'onda delle vendite legate ai tanti prodotti pubblicati del/sul nuovo papa; si assesta infatti al **24,73%** del fatturato di vendita delle librerie rispetto al 22,86% raccolto nel 2012. Un andamento altalenante negli anni, ma sempre dentro una forbice contenuta tra il 22,86% e il 25,23%: l'apice è raggiunto nel 2009, ossia nell'anno della nuova traduzione della Bibbia CEI.

Questo dato consolida il fatto che l'editoria cattolica, in quanto specializzata e di cultura, è **un'editoria prevalentemente di catalogo** diversamente dal mercato generale che vede il peso delle novità intorno al 39%.

Tab.4. Incidenza di novità e catalogo

	2009	2010	2011	2012	2013
Catalogo	74,77	76,39	73,95	77,14	75,27
Novità	25,23	23,61	26,05	22,86	24,73
TOTALE	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

### Assorbimento della produzione libraria religiosa per fascia di prezzo

La distribuzione della vendita di libri per fascia di prezzo ha un **andamento sostanzialmente omogeneo**, salvo il minor peso della fascia intermedia (da 18€ a 25€); si conferma tuttavia il peso significativo dei due estremi sul fatturato complessivo, ossia della fascia più bassa e di quella più alta.

La caduta dei consumi globali con la conseguente scelta strategica di molti editori cattolici di produrre titoli a prezzi molto competitivi così come il successo commerciale delle molte edizioni di prodotti economici come l'enciclica o le omelie di Papa Francesco, tutto questo ha **premiato, secondo le previsioni, i prodotti low cost**.

In questo quadro i **prodotti della fascia più alta (>25€) perdono** un paio di punti, mentre la somma delle due fasce più basse (da 0 a 12€) passa da un complessivo 43,92% al 47,78% (era il 39,56% nel 2009).

Va però ricordato che – come visto precedentemente – il prezzo medio del prodotto continua la sua discesa inarrestabile (7,09 euro rispetto a 7,47 del 2012 e 8,18 nel 2010) con un calo di oltre il 13% in quattro anni, senza contare il peso dell'inflazione sui valori reali.



Tab. 5. Assorbimento per fascia di prezzo

Prezzo	2009	2010	2011	2012	2013
da 0 a 7 €	19,79	20,21	19,52	23,64	27,13
da 8 a 12 €	19,77	20,03	19,63	20,28	20,65
da 13 a 17 €	19,41	18,34	19,98	19,69	18,88
da 18 a 25 €	14,99	15,93	19,29	12,88	11,86
>25 €	26,04	25,49	21,58	23,51	21,48
<b>TOTALE</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

#### Assorbimento dell'editoria cattolica in base alle macro-aree geografiche

Nel 2013 emergono conferme e novità nell'assorbimento dei libri dell'editoria cattolica. Si segnala una diffusione sostanzialmente omogenea all'interno della quale spiccano la **centralità dell'area metropolitana** (Roma e Milano con il **24,82%** sono sede di due diocesi fondamentali) e la **buona diffusione nel Sud e nelle Isole** (**19,93%** sebbene in calo rispetto agli anni 2012 e 2011 e più vicino ai livelli del 2010).

Tab.6. Assorbimento delle macro-aree geografiche

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Nord Ovest</b>	13,44	13,68	13,71	13,29	<b>18,08</b>
<b>Nord Est</b>	13,23	17,08	18,49	17,59	<b>17,85</b>
<b>Sud e Isole</b>	12,31	19,56	21,34	21,27	<b>19,93</b>
<b>Metropoli</b>	38,59	28,31	24,14	25,34	<b>24,82</b>
<b>Centro</b>	13,21	14,03	13,87	13,37	<b>6,32</b>
<b>Sell out aggregato*</b>	9,22	7,34	8,45	9,14	<b>13,00</b>
<b>TOTALE</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
*Giunti al punto, Mondadori Franchising					

Le modifiche a questi trend consolidati riguardano invece la **crescita del peso del Nord Ovest** (passato dal 13,29% al **18,08%**) e il corrispondente **crollo del Centro** (dal 13,37% al **6,32%**). Entrambi questi valori tendono ad avvicinarsi a quelli del mercato generalista che vede il Nord Ovest al 19,02% e il Centro all'8,77%. È in costante miglioramento la quota ottenuta nel circuito del cosiddetto **sell out aggregato** (catene Mondadori Franchising e Giunti al Punto, in crescita con il **13,00%**); quest'ultimo dato segnala ancora una volta in positivo una **costante maggiore capacità di penetrazione nelle librerie laiche** da parte degli editori religiosi.

Rispetto al mercato generale, dove le aree metropolitane (che pesano il 34,96% del totale) hanno patito gli effetti della crisi dei consumi, il dato di Milano e Roma non evidenzia particolari sofferenze.

### **Assorbimento per tipo di libreria: le librerie on line tolgono spazio alle catene o alle librerie indipendenti?**

Innanzitutto va ricordato che nella lettura del dato pesa il fatto che il panel di questo Rapporto è costituito dalle circa 1.800 librerie collegate al sistema Arianna che forniscono il sell out (ossia il venduto al cliente finale), e che quindi non comprende numerose librerie religiose indipendenti. Infatti, molte di queste ultime sono prive del collegamento con Arianna vuoi per motivi dimensionali vuoi per l'assenza di sistemi gestionali e/o informatici adeguati all'utilizzo del sistema professionale stesso.

Inoltre, **per la prima volta e a partire dal 2013** il sistema di rilevazione **evidenzia** anche il venduto delle **librerie on line** che precedentemente era incluso – in gran parte – nella categoria delle librerie indipendenti.

**Tab.7. Assorbimento per tipo di libreria**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Librerie on line</b>	N.R.	N.R.	N.R.	N.R.	<b>10,07</b>
<b>Librerie indipendenti</b>	38,76	25,24	21,39	24,37	<b>17,06</b>
<b>Librerie di catena</b>	61,24	74,76	78,61	75,63	<b>72,84</b>
<b>TOTALE</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fatte queste premesse, per quanto concerne il tipo di libreria, nel 2013 emergono due elementi: il primo è la conferma che **il libro degli editori cattolici si compra soprattutto nelle catene** che coprono il **72,84%** del fatturato (nel mercato generalista il peso delle librerie di insegna e franchising arriva al 42,2%, in crescita a scapito delle librerie indipendenti e anche della GDO); il secondo è **la forte incidenza per il mercato religioso delle librerie on line** che già coprono il **10,07%** del mercato, avendo eroso anche parte della quota delle catene; in questo caso si tratta di un dato molto superiore a quello delle vendite tramite internet del mercato generalista che arrivano al 6,3% a valore.

All'interno di questo ultimo gruppo, fatto 100 il totale del venduto delle librerie on line, la ripartizione al loro interno è la seguente: **Ibs.it 67,41%** – **Sanpaolostore.it 16,45%** (nel 2013 in costante crescita all'interno del segmento) – **Deastore.it 5,80%** – **lafeltrinelli.it 5,42%** – le altre 4,92%. Nella lettura di questo dato va, tuttavia, tenuto presente che né Librieriadelsanto.it né LibreriaColetti.it forniscono al sistema i dati del sell out delle vendite online, per cui non compaiono in questa particolare classifica.

### **In quale tipo di libreria si vende la produzione editoriale? Libreria di Varia o religiosa?**

Se è scontato che il libro dell'editore religioso e cattolico si venda prevalentemente nelle librerie religiose, tuttavia il dato delle librerie di Varia è altrettanto significativo perché segnala la capacità o meno di questo editore di entrare all'interno di circuiti commerciali dove prevale l'editoria che tratta i temi cosiddetti laici o più semplicemente di Varia. Si tratta di una oggettiva difficoltà di penetrazione anche per il fatto che le grandi catene appartengono ai grandi editori che pubblicano a loro volta, e sempre di più, anche testi di argomento religioso.

Nell'ultimo quadriennio le **librerie di Varia** sono cresciute lentamente e ormai coprono stabilmente un quarto del mercato degli editori religiosi e cattolici. Anche in questo caso la novità rappresentata dalla figura del nuovo Papa, insieme alla naturale capacità di alcuni editori religiosi di battere sul tempo tutti i concorrenti laici con titoli nuovi legati appunto al "papa venuto da lontano", hanno consentito all'**editoria religiosa di rimanere a lungo ai vertici della classifica della Saggistica (Nielsen-Arianna) all'interno del mercato generale nel 2013.**

Questa onda, inoltre, ha fatto sì che l'editoria religiosa valicasse con i suoi titoli il tradizionale mercato di riferimento delle librerie religiose **per affermarsi in questo frangente sia nelle librerie di Varia sia in quelle on line.**

**Tab.8. Assorbimento per tipologia di libreria**

	<b>2009*</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Librerie religiose</b>	<b>N.R.</b>	<b>73,55</b>	<b>72,39</b>	<b>72,66</b>	<b>71,55</b>
<b>Librerie di Varia</b>	<b>N.R.</b>	<b>22,95</b>	<b>24,42</b>	<b>24,11</b>	<b>25,64</b>
<b>Altre librerie</b>	<b>N.R.</b>	<b>3,50</b>	<b>3,19</b>	<b>3,23</b>	<b>2,81**</b>
<b>TOTALE</b>	<b>N.R.</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

\* Il dato del 2009 non è significativo perché il panel non è omogeneo.

\*\* Tra le "Altre librerie" sono comprese: Arte e spettacolo – Fumetti – Ragazzi (0,47% nel 2013) – Remainders – Scolastica – Tecnico giuridica – Tecnico scientifica – Tecnico specialistica (0,95% nel 2013) – Turistica – Universitaria (0,76%).

Ora si tratterà di vedere se il successo ottenuto con queste novità, legate a eventi straordinari e irripetibili nel medio periodo, sarà sfruttato per consolidare anche una presenza del catalogo nei tempi più lunghi.

### Assorbimento per dimensione della libreria

Infine, per quanto riguarda la dimensione della libreria, si conferma che **il luogo privilegiato nella vendita del libro religioso è la libreria medio-piccola**; infatti, la tipologia con maggiore assorbimento è la libreria della fascia 100-300 mq con una percentuale del 52,31% seppure in calo in questo periodo. In particolare va specificato che la quota del non attribuito include le librerie on line (10,07%) per cui il dato pulito risulta essere il 2,94%.

Tab.9. Assorbimento per dimensione di libreria

	2009	2010	2011	2012	2013
<100 mq	7,22	11,68	13,10	12,73	12,78
100-300 mq	50,71	55,52	54,09	55,62	52,31
301-500 mq	14,98	13,16	11,45	11,09	11,11
501-800 mq	9,10	6,73	7,27	6,97	4,30
>800 mq	7,63	4,90	4,78	4,15	4,30
Non attribuito*	10,36	8,01	9,31	9,44	13,01
<b>TOTALE</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

\* 14,01% non attribuito, di cui 10,07% è librerie on line e il restante 2,94% effettivamente non attribuito.