



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE UMANISTICHE,
SOCIALI E DELLE IMPRESE CULTURALI
CdLM in Giornalismo, cultura editoriale
e comunicazione multimediale

LE PROFESSIONI EDITORIALI E GIORNALISTICHE DI FRONTE ALLA PANDEMIA

Trasformazioni e opportunità
per il futuro

**Giovedì 28 gennaio
2021 h.14.30-17.00**

Introduzione e moderazione

Isotta Piazza Docente di Letteratura contemporanea
e sistema editoriale

Relatori

Marzio Zanantoni già Direttore Editoriale Unicopli

Alberto Conforti già Direttore Editoriale Mondadori

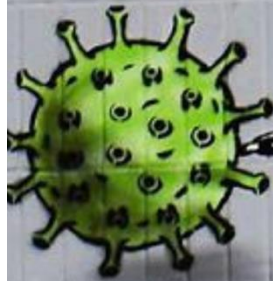
Leandro Del Giudice Coordinatore Editoriale Diabasis

Enrico Maghenzani Consulente marketing e sviluppo
commerciale Diabasis

Massimiliano Carbone EdiCom Servizi Editoriali

Paolo Ferrandi Giornalista Gazzetta di Parma

Gabriele Balestrazzi Giornalista



Live su Teams

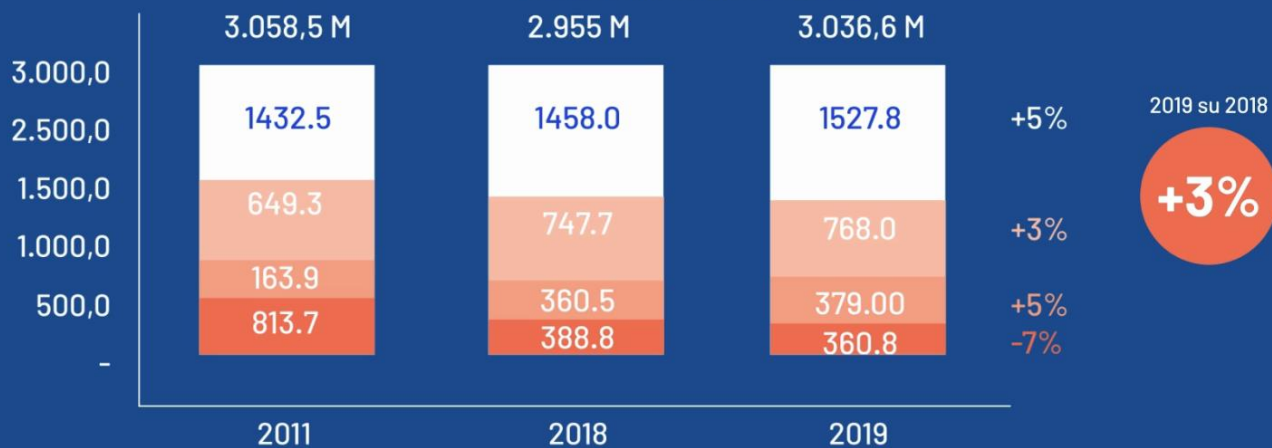
LINK PER PARTECIPARE:

https://teams.microsoft.com/j/MEETUP-JOIN/19%3Ameeting_z1e3wwo2y1mtyzmyy00wmltk9nueztzcong6wddjywnv140thread.v2/0?context=%7B%22ID%22%3A%22B8064BC5-B7A8-41EC-BABE-D7BEB3FAEB3C%22%2C%22OID%22%3A%22B8451DE1-7E4-4A01-B89A-5150D4748BD%22%2D

AIE, Dati al 14 ottobre 2020

2019 in crescita: si torna ai livelli pre crisi del 2011

(valori in milioni di euro)



Fonte: stime Ufficio Studi AIE

- LIBRI DI VARIA NEI CANALI TRADE (librerie, store online, supermercati, cartolibrerie, libri venduti in edicola, bookshop in musei e mostre, saloni del libro e festival, ecc.)
- SCOLASTICO
- DIGITALE (e book, banche dati, servizi Web)
- ALTRO (rateale, vendite per corrispondenza, vendite a biblioteche e b2b, export)



03:36



Fatturato 2019/2020

Crisi e ripresa: il recupero di fatturato continua tra luglio e settembre

Confronto degli andamenti del mercato nei canali trade al 18 aprile, all'11 luglio e al 27 settembre rispetto all'anno precedente.

(valori in milioni di euro; stima Aie per Amazon)



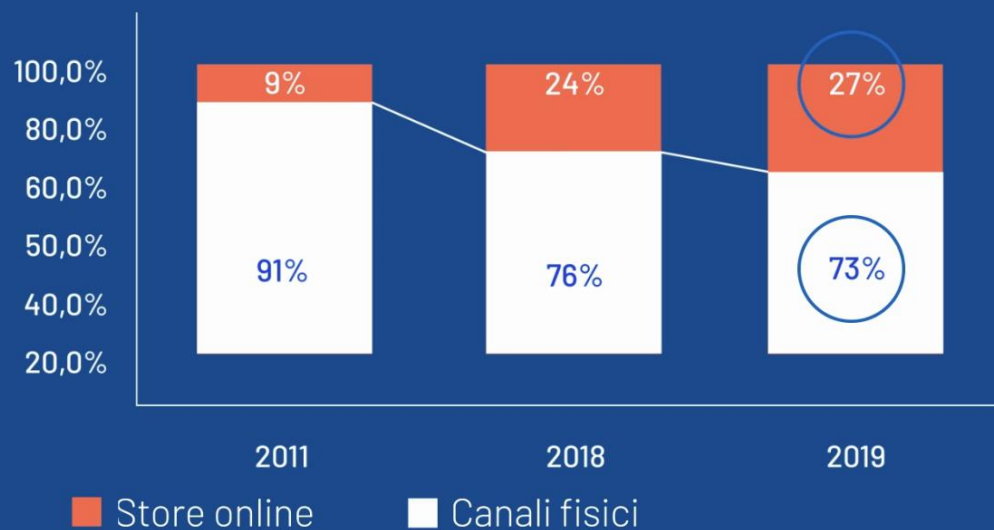
Elaborazione Ufficio studi AIE su dati Nielsen



Canali di vendita 2011-2019

I canali di vendita nel 2019: online al 27%

Confronto delle quote di mercato tra online e canali fisici (librerie e grande distribuzione)



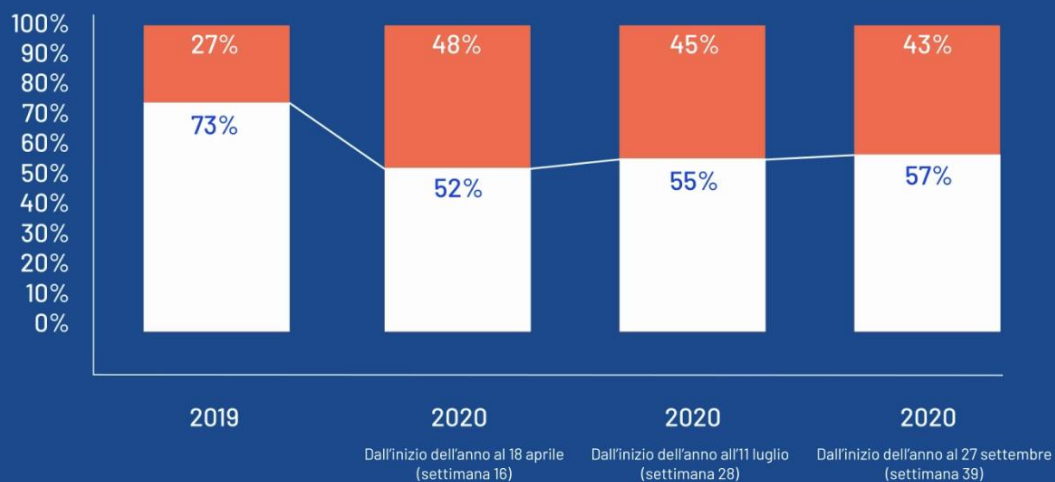
Fonte: stime Ufficio Studi AIE



Canali di vendita 2019-2020

Cresce l'e-commerce durante il lockdown, ma con la riapertura i canali fisici progressivamente recuperano

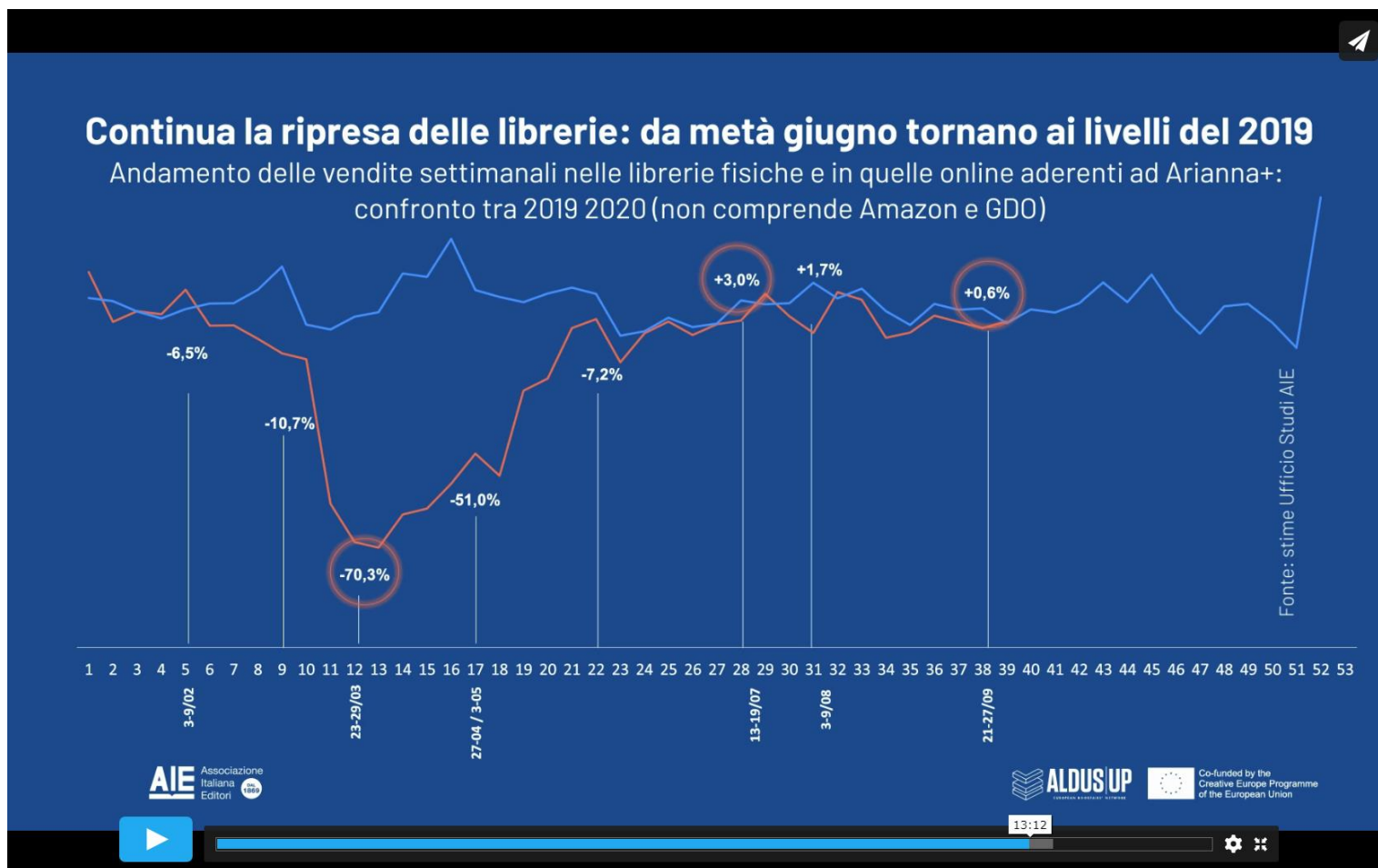
Confronto tra le quote di mercato delle librerie online e dei canali fisici (librerie e grande distribuzione)



Fonte: stime Ufficio Studi AIE



Librerie andamento del 2020



Industria culturale italiana 2019

Nel 2019 il libro si conferma la prima industria culturale italiana insieme alle Pay tv

(valori in miliardi di euro)



Confronto a parità di perimetro: spesa in miliardi di euro del pubblico al netto di pubblicità e contributi pubblici.



06:53



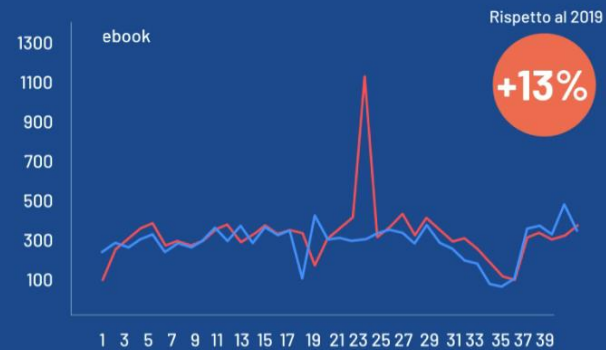
Record di ebook

Riprende la produzione di libri, record di ebook

Confronto tra il numero dei titoli pubblicati settimanalmente nel 2019 e nel 2020



Settimane 11-18 (9 marzo - 5 aprile)	-77%
Settimane 22-39 (25 maggio - 27 settembre)	+11%
Settimane 24-29 (8 giugno - 27 settembre)	+13%
Settimane 1-39 (30 gennaio 2019 - 27 settembre)	-13%



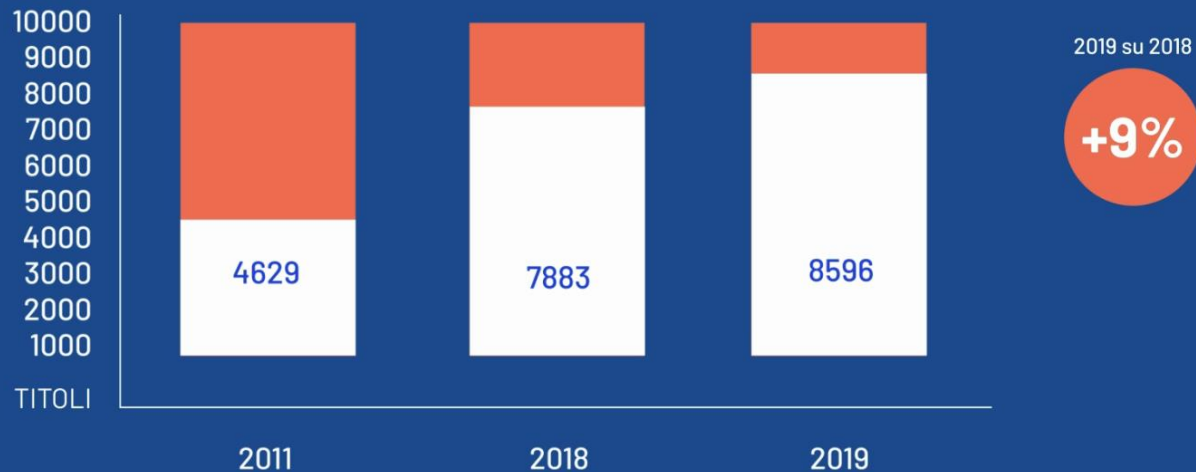
Settimane 11-18 (9 marzo - 5 aprile)	+1%
Settimane 22-39 (25 maggio - 27 settembre)	+25%
Settimane 24-29 (8 giugno - 27 settembre)	+9%
Settimane 1-39 (30 gennaio 2019 - 27 settembre)	+13%

Fonte: Catalogo dei libri italiani in commercio e Catalogo e-Book italiani in commercio (e Kitab)

Il valore dell'export

Nel 2019 cresce ancora l'export dei diritti di edizione di autori italiani a editori di altri Paesi

Confronto degli andamenti del numero di titoli italiani i cui diritti di edizione erano stati venduti a editori stranieri



Fonte: stime Ufficio Studi AIE

AIE Associazione Italiana Editori



% sul totale di titoli di autori italiani pubblicati nel 2011



% sul totale di titoli di autori italiani pubblicati nel 2011

ALDUS UP

Co-funded by the Creative Europe Programme of the European Union



06:25



Settembre 2020

**Settembre è il primo mese del 2020
interamente positivo per le librerie aderenti a Arianna+**

(al netto di Amazon e grande distribuzione)

+0,3%

Fonte: iBuk

AIE Associazione
Italiana
Editori



ALDUS UP
L'ASSOCIAZIONE DELLE
LIBRERIE ITALIANE

Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



14:13



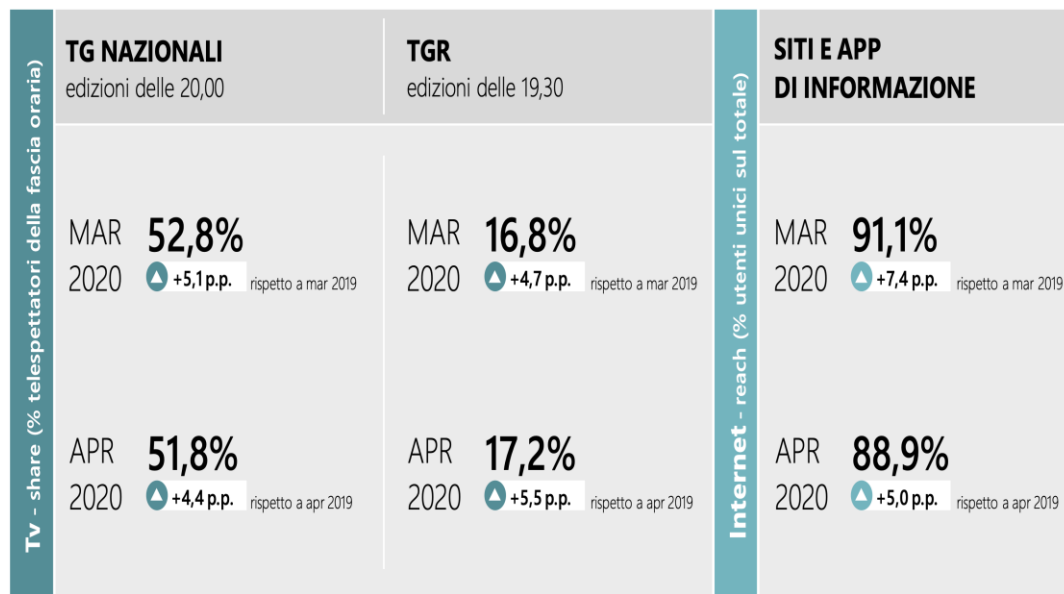


Lo stato dei legacy media nel 2020

Paolo Ferrandi

Aumenta il consumo d'informazione

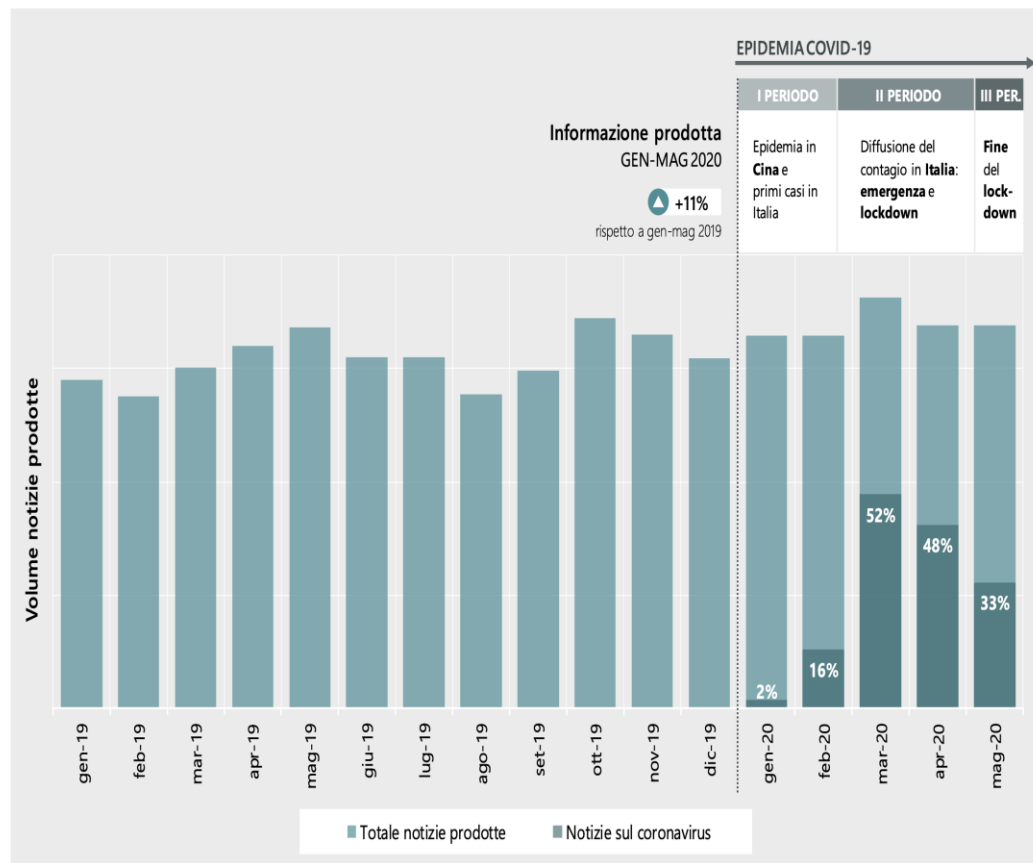
Figura 12 - Crescita del consumo di informazione durante l'epidemia



Nota: i valori dei TG Nazionali si riferiscono a TG1, TG5 e TG LA7

Fonte: elaborazioni su dati Auditel-Nielsen e Audiweb

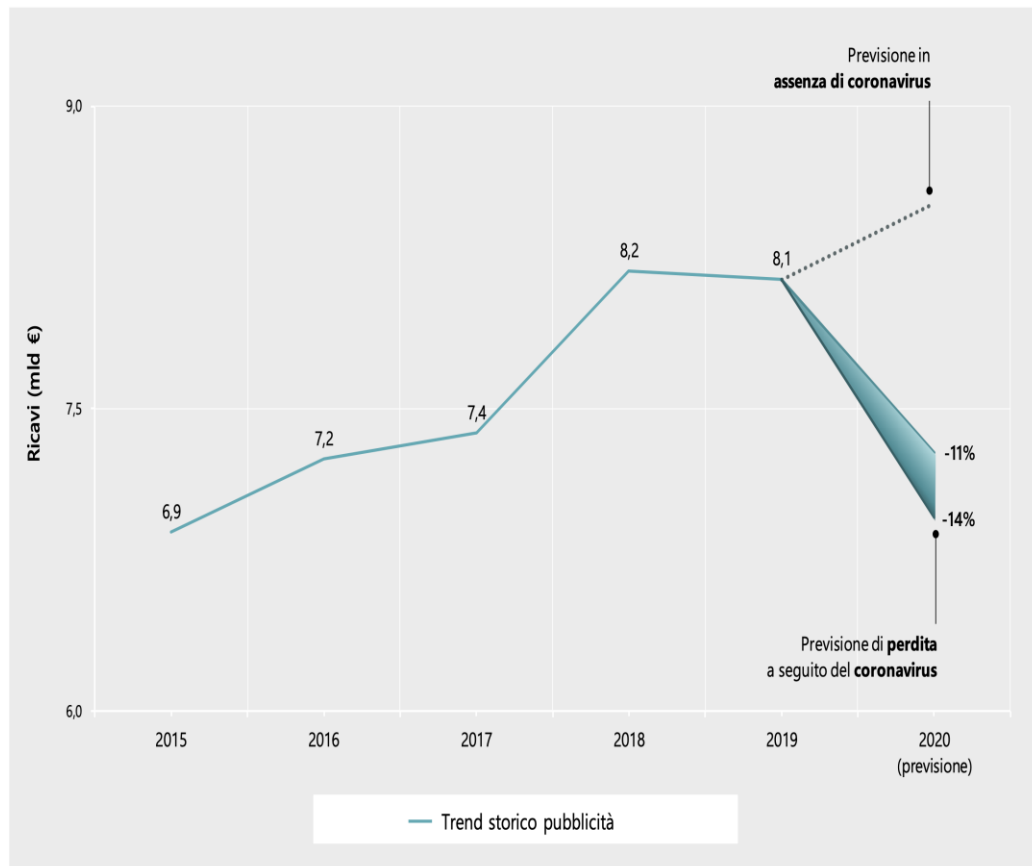
Figura 11 - Informazione prodotta: totale notizie e copertura dell'argomento "coronavirus"



Fonte: elaborazioni su dati Volocom

Aumentano le notizie prodotte

Figura 13 - Andamento previsionale dei ricavi pubblicitari

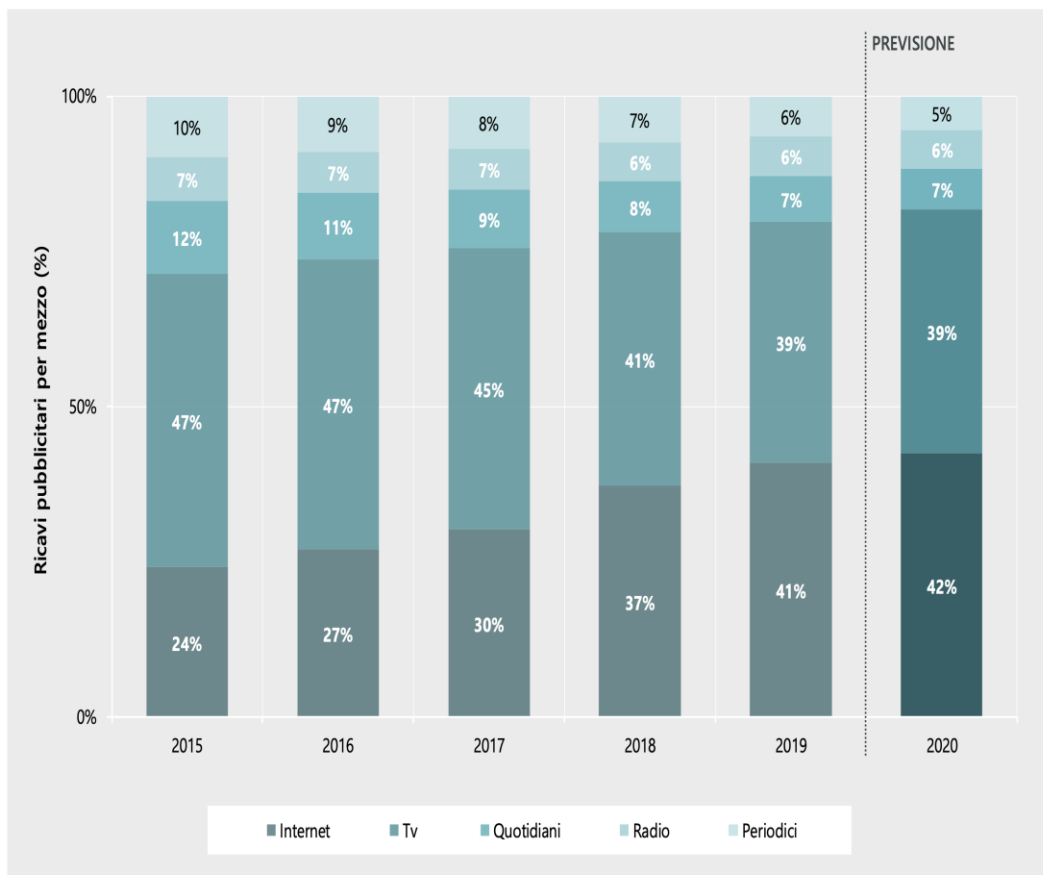


Fonte: elaborazione di previsioni su dati aziendali e fonti varie

Diminuisc e la pubblicità



Figura 14 - Ripartizione dei ricavi pubblicitari per mezzo



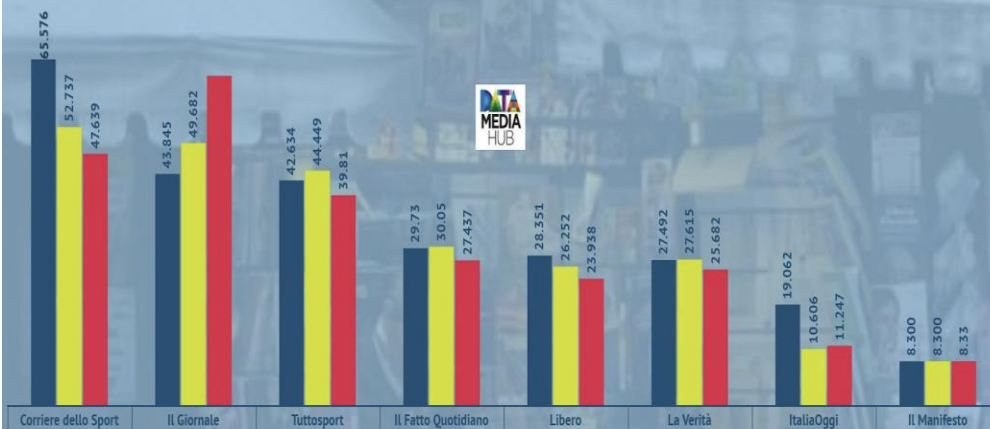
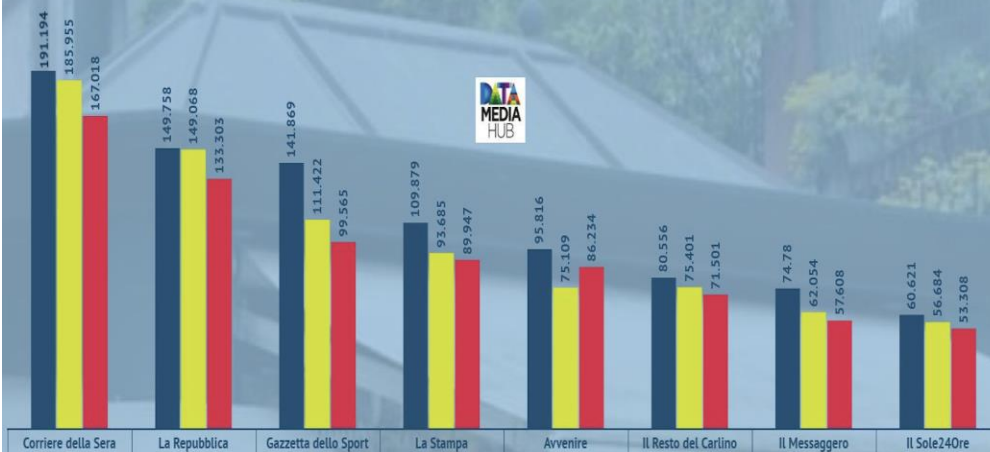
Fonte: elaborazioni su dati aziendali e fonti varie

Diminuisce
la
percentual
e per i
legacy
media



Vendite Quotidiani Settembre 2020

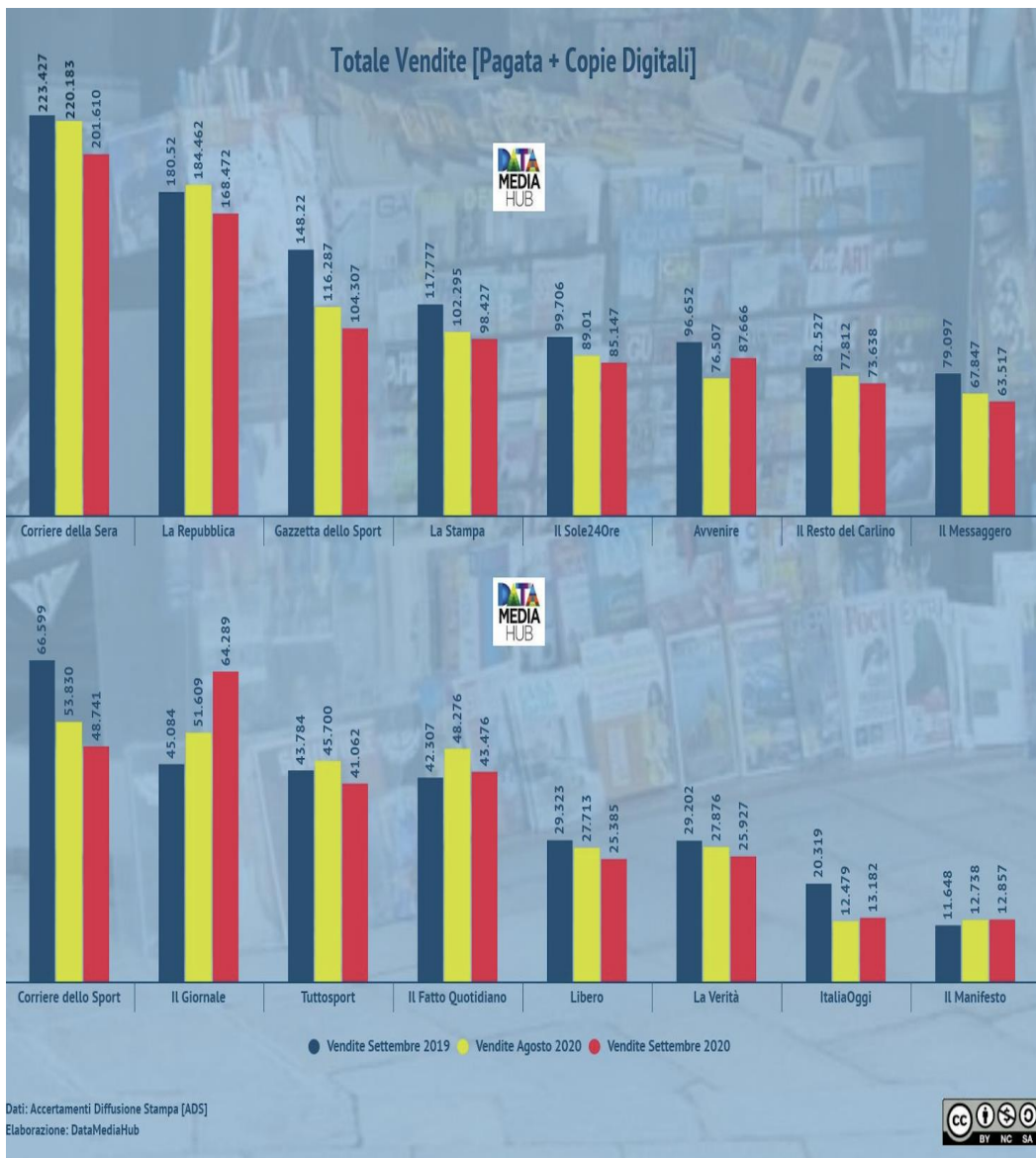
Vendite Cartaceo [Edicole + Abbonamenti]



● Pagata Settembre 2019 ● Pagata Agosto 2020 ● Pagata Settembre 2020

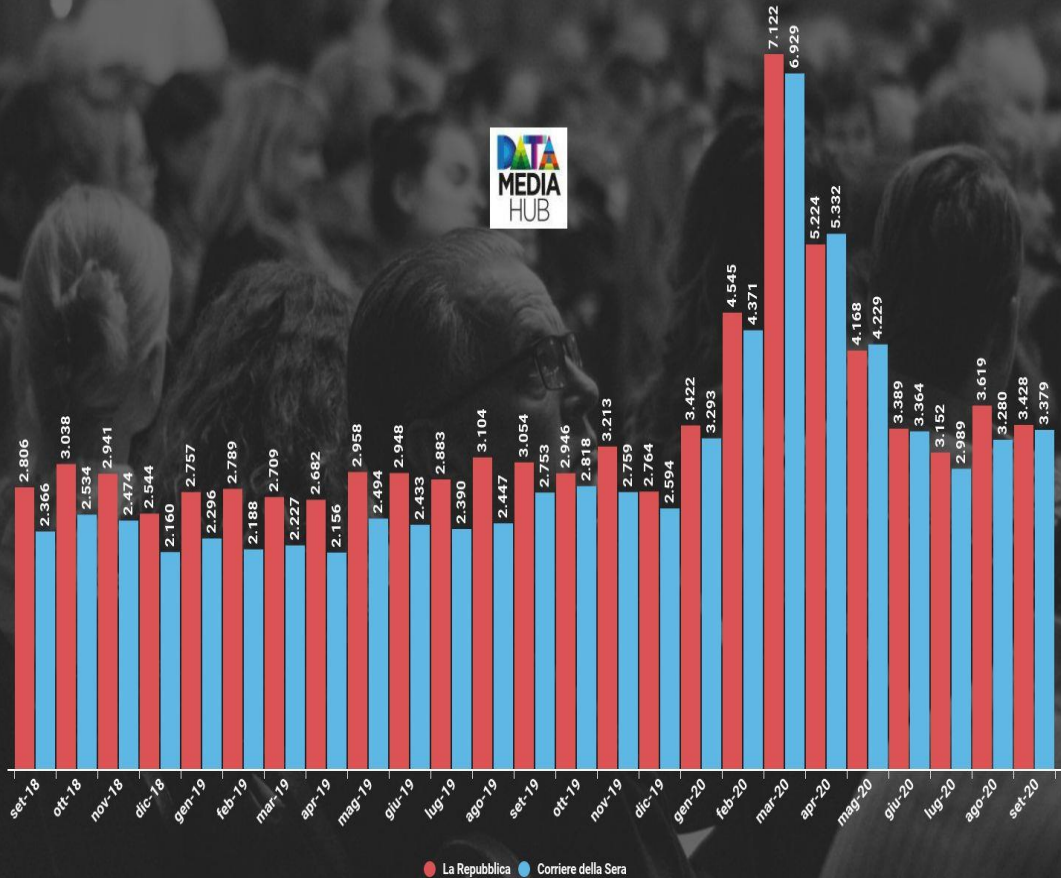
Dimnuisco
no le
tirature



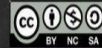


Anche con le copie digitali

Trend Audience Giorno Medio Corsera Vs Repubblica



Dati: Audiweb
Elaborazione: DataMediaHub



Bene l'online, ma...

