

Anno 2016

PRODUZIONE E LETTURA DI LIBRI IN ITALIA

■ Nel 2016 oltre l'86% dei circa 1.500 editori attivi pubblica non più di 50 titoli all'anno; oltre la metà (54,8%) sono "piccoli editori", che producono al più 10 opere in un anno, e il 31,6% sono "medi" editori, che producono in un anno da 11 a 50 opere.

■ I "grandi editori", con una produzione libraria superiore alle 50 opere annue, rappresentano il 13,6% degli operatori attivi nel settore e pubblicano più di tre quarti (76,1%) dei titoli sul mercato, producendo quasi l'86% delle copie stampate.

■ Oltre il 50% degli editori attivi nel 2016 ha sede nel Nord del Paese; la città di Milano da sola ospita più di un quarto dei grandi marchi.

■ Nel 2016 si rileva un lieve segnale di ripresa della produzione editoriale: i titoli pubblicati aumentano del 3,7% rispetto all'anno precedente; persiste invece la tendenza alla riduzione delle tirature (-7,1%).

■ L'editoria per ragazzi è in crescita rispetto al 2015: +4,5% i titoli e +6,6% le tirature; per l'editoria educativo-scolastica, a fronte di un aumento del numero di opere del 14,6%, si registra un forte decremento delle copie stampate (-19,6%).

■ Le librerie indipendenti e gli store online sono considerati dagli editori i canali di distribuzione su cui puntare per accrescere la domanda e il pubblico dei lettori.

■ Continua a crescere il mercato digitale: più di un libro su tre (circa 22 mila titoli) è ormai disponibile anche in formato e-book, quota che sale al 53,3% per i libri scolastici.

■ Ancora in calo i lettori, passati dal 42,0% della popolazione di 6 anni e più del 2015 al 40,5% nel 2016. Si tratta di circa 23 milioni di persone che dichiarano di aver letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista per motivi non strettamente scolastici o professionali.

■ La popolazione femminile mostra una maggiore propensione alla lettura già a partire dai 6 anni di età: complessivamente il 47,1% delle donne, contro il 33,5% dei uomini, ha letto almeno un libro nel corso dell'anno.

■ Leggono di più i giovani tra gli 11 e i 14 anni (51,1%) rispetto a tutte le altre classi di età.

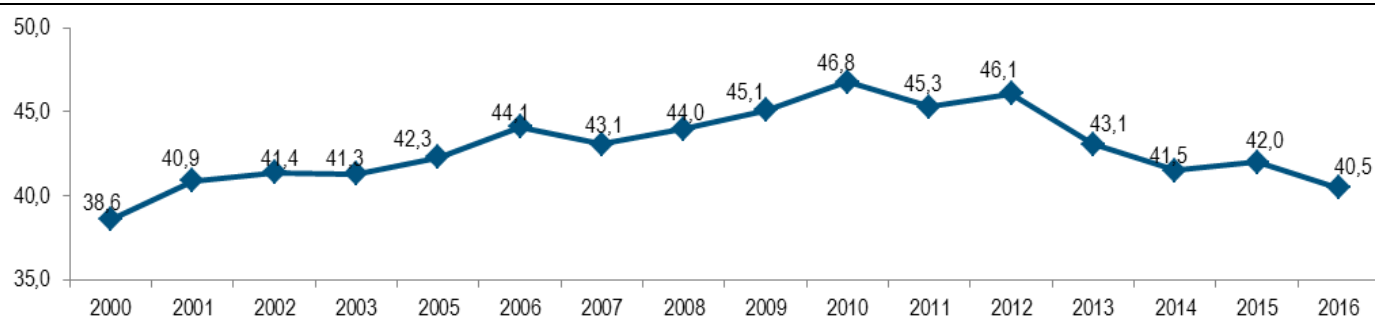
■ La diffusione dei lettori risente in misura significativa del livello di istruzione: legge il 73,6% dei laureati ma solo il 48,9% fra chi ha conseguito al più un diploma superiore.

■ Persistono i divari territoriali: legge meno di una persona su tre nelle regioni del Sud (27,5%) mentre in quelle del Nord-est si raggiunge la percentuale più elevata (48,7%).

■ L'effetto della familiarità è forte nell'abitudine alla lettura: legge libri il 66,9% dei ragazzi tra i 6 e i 18 anni con entrambi i genitori lettori, contro il 30,8% tra i figli di genitori che non leggono libri.

■ Nell'opinione degli editori, i principali fattori che determinano la modesta propensione alla lettura in Italia sono il basso livello culturale della popolazione (39,7% delle risposte) e la mancanza di efficaci politiche scolastiche di educazione alla lettura (37,7%).

FIGURA 1. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO LETTO ALMENO UN LIBRO PER MOTIVI NON STRETTAMENTE SCOLASTICI O PROFESSIONALI NEI 12 MESI PRECEDENTI L'INTERVISTA. Anni 2000-2016, per 100 persone di 6 anni e più



LA PRODUZIONE DI LIBRI IN ITALIA

Oltre la metà degli editori pubblica non più di dieci opere all'anno

Il settore editoriale italiano¹ è composto prevalentemente da operatori di piccole e piccolissime dimensioni. Gli editori che pubblicano non più di 50 titoli all'anno rappresentano infatti nel 2016 oltre l'86% del numero totale di editori attivi²: di questi oltre la metà (54,8%) sono piccoli editori, i quali pubblicano non più di 10 titoli all'anno mentre quasi un terzo (31,6%) sono editori di media dimensione (da 11 a 50 opere) (Prospetto 1). Sul versante opposto, i grandi editori, ossia quelli che hanno una produzione libraria superiore alle 50 opere annue, pur rappresentando solo il 13,6% degli operatori attivi nel settore coprono più di tre quarti (76,1%) della produzione in termini di titoli e quasi l'86% della tiratura, un'offerta quasi 14 volte superiore a quella dei piccoli editori per titoli proposti e 31 volte maggiore in termini di copie stampate (nel confronto con gli editori di medie dimensioni il rapporto è rispettivamente di 4 a 1 per i titoli e 7 a 1 per la tiratura). Nel 2016, mentre i piccoli editori hanno pubblicato in media 4 titoli e stampato poco più di 4 mila copie all'anno ciascuno, i grandi marchi hanno prodotto 228 opere librerie, con una tiratura media di oltre 500 mila copie per editore.

PROSPETTO 1. EDITORI ATTIVI, OPERE PUBBLICATE E COPIE STAMPATE PER TIPO DI EDITORE

Anno 2016 (a)

TIPI DI EDITORE	Editori attivi		Opere pubblicate		Copie stampate		Numero medio di opere pubblicate per editore	Numero medio di copie stampate per editore
	N.	%	N.	%	(in migliaia)	%		
Piccoli editori	825	54,8	3.380	5,5	3.536	2,7	4,1	4.286
Medi editori	476	31,6	11.272	18,4	14.809	11,5	23,7	31.111
Grandi editori	204	13,6	46.536	76,1	110.481	85,8	228,1	541.574
Totale	1.505	100,0	61.188	100,0	128.825	100,0	40,7	85.599

(a) I valori si riferiscono agli editori "attivi" cioè quelli che hanno pubblicato almeno un'opera libraria nell'anno considerato, e in particolare si definiscono "piccoli" quelli che hanno pubblicato da 1 a 10 opere; "medi" da 11 a 50 opere; "grandi" oltre 50 opere.

Rispetto al 2015, il numero di editori attivi è aumentato di circa il 7% (quasi 100 unità in più); l'incremento più forte si è registrato per gli operatori del settore di medie dimensioni (+14,4% con 60 unità in più). Negli ultimi venti anni i piccoli editori hanno visto lentamente diminuire il proprio peso percentuale sul totale degli operatori attivi, passando dal 67% circa del 1996 a quasi il 55% del 2016; i medi e grandi editori, al contrario, sono aumentati rispettivamente dal 25% al 32% circa e dall'8,2% a quasi il 14% (Tavola 24 in Allegato).

Nello stesso periodo, la produzione libraria è stata caratterizzata da un andamento opposto tra il numero di titoli pubblicati e la quantità di copie stampate: i primi sono aumentati del 20% dal 1996 al 2016, mentre la tiratura si è ridotta di oltre la metà (Figura 2).

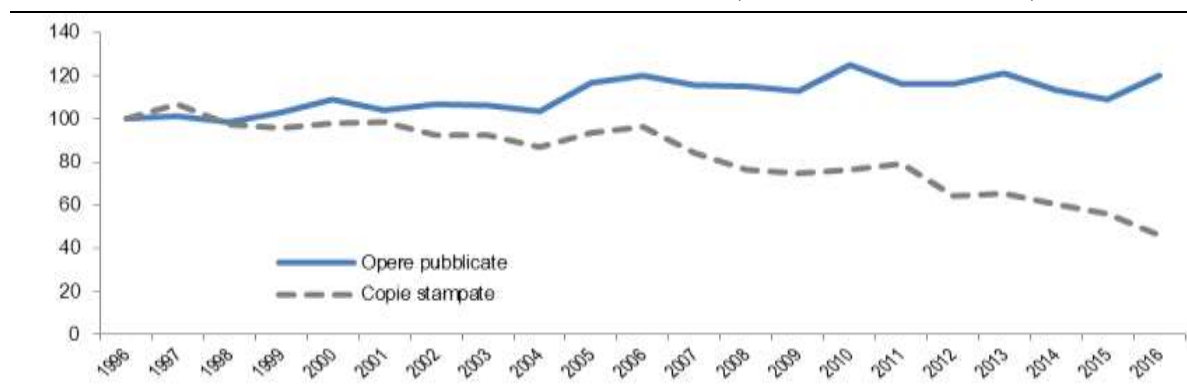
Il settore editoriale italiano appare fortemente polarizzato anche dal punto di vista geografico. Oltre il 50% degli editori attivi ha sede nel Nord del Paese (32,4% nel Nord-ovest e 21% nel Nord-est), il 30% al Centro e il restante 17% circa nel Mezzogiorno (12% al Sud e 4,6% nelle Isole).

In Lombardia si trova più del 20% degli editori attivi e nel Lazio quasi il 17%. Insieme, queste due regioni ospitano circa il 50% dei grandi editori, quasi il 40% dei medi e più di un terzo dei piccoli editori. Le città con il maggior numero di editori sono Milano e Roma, in ciascuna delle quali si trova circa il 15% del totale degli operatori attivi del settore; insieme esse ospitano il 44% dei grandi marchi che, per oltre un quarto (27,5%), hanno sede nella città di Milano (Tavola 25).

¹ I dati presentati nel report, riferiti all'anno 2016, sono stati rilevati attraverso due diverse indagini, condotte dall'Istat: i dati sull'editoria sono raccolti nell'ambito della rilevazione annuale a carattere censuario "Indagine sulla produzione libraria", su imprese ed enti che svolgono attività editoriale; i dati sulla lettura, invece, sono rilevati nell'ambito dell'indagine campionaria annuale sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana" (i dati sulla lettura sono stati in parte già pubblicati sull'Annuario Statistico Italiano 2016 e sul datawarehouse istituzionale I.stat). Ulteriori informazioni sono riportate nella Nota metodologica, consultabile e scaricabile, così come le tavole statistiche in formato Excel, dal sito dell'Istat.

² Si definiscono "attivi" gli editori che pubblicano almeno un'opera libraria nell'anno considerato; gli editori che, pur non avendo cessato l'attività, non hanno pubblicato titoli nel corso dell'anno considerato si definiscono invece "a produzione nulla".

FIGURA 2. OPERE PUBBLICATE E COPIE STAMPATE. Anni 1996-2016 (Numero indice, base 1996=100)



Aumenta l'offerta, si punta sulle novità

Nel 2016, i circa 1.500 editori attivi censiti hanno pubblicato 61.188 titoli e hanno stampato quasi 129 milioni di copie (circa due per ogni cittadino italiano); in media, sono state stampate poco più di 2 mila copie per ciascun titolo pubblicato (Prospetto 2).

PROSPETTO 2. OPERE PUBBLICATE, COPIE STAMPATE E TIRATURA MEDIA PER TIPO DI EDIZIONE, GENERE E TIPO DI EDITORE. Anno 2016, valori assoluti, valori percentuali e variazioni percentuali rispetto al 2015

EDIZIONE GENERE TIPO DI EDITORE	Valori assoluti			Valori percentuali		Variazione percentuale 2016/2015 (a)	
	Opere pubblicate	Copie stampate	Tiratura media	Opere pubblicate	Copie stampate	Opere pubblicate	Copie stampate
	N.	(in migliaia)	N.	%	%	Var. %	Var. %
Prime edizioni (b)	37.992	77.108	2.030	62,1	59,9	0,5	-5,9
Edizioni successive (b)	3.520	9.488	2.695	5,8	7,4	5,2	-0,3
Ristampe (b)	19.676	42.229	2.146	32,2	32,8	9,6	-10,8
Scolastiche (c)	4.659	25.195	5.408	7,6	19,6	14,6	-19,6
Per ragazzi	4.669	17.232	3.691	7,6	13,4	4,5	6,6
Varia adulti	51.860	86.399	1.666	84,8	67,1	2,6	-4,8
Piccoli editori (d)	3.380	3.536	1.046	5,5	2,7	-3,2	0,8
Medi editori (d)	11.272	14.809	1.314	18,4	11,5	0,3	21,8
Grandi editori (d)	46.536	110.481	2.374	76,1	85,8	5,0	-10,3
Totale	61.188	128.825	2.105	100,0	100,0	3,7	-7,1

(a) Per consentire un confronto coerente con l'anno precedente e tenere sotto controllo la variazione nel numero di unità rispondenti, le variazioni percentuali sono calcolate assumendo come base di riferimento per la comparazione esclusivamente la produzione degli editori che sono risultati rispondenti sia nel 2015 sia nel 2016.

(b) Per "prima edizione" si intende la prima pubblicazione di un manoscritto in lingua originale o tradotto; per "edizione successiva" quella che si differenzia dalle precedenti per la presenza di modifiche apportate nel testo originale o per variazioni nella veste tipografica; per "ristampa" l'edizione che non comporta alcuna modifica rispetto all'edizione precedente.

(c) Sono esclusi i testi universitari e parascolastici, in quanto compresi nelle opere di varia adulti.

(d) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

Sono 270, pari al 14,5% dei rispondenti³, gli editori che, pur non avendo cessato l'attività editoriale, hanno dichiarato di non aver pubblicato alcun libro nel corso dell'anno.

³ Complessivamente hanno compilato il questionario 1.861 editori, pari al 90,2% del totale; di questi gli editori attivi, cioè quelli che hanno dichiarato di aver pubblicato almeno un libro nel 2016, sono 1.505, pari all'81% dei rispondenti.

Se si confronta l'andamento della produzione libraria negli ultimi due anni e – per garantire la comparabilità – si assume come base di riferimento esclusivamente la produzione degli editori che hanno fornito dati sulla propria attività in entrambi gli anni, il 2016 segna, in termini quantitativi rispetto al 2015, una ripresa della produzione editoriale per quanto riguarda i titoli, con un aumento del 3,7% delle opere pubblicate. Si inverte dunque il trend decrescente che aveva caratterizzato la produzione editoriale dal 2014, ma solo per i titoli; prosegue infatti anche nel 2016 la tendenza a ridurre la quantità delle copie stampate (-7,1% rispetto all'anno precedente). Rispetto al 2015 i piccoli editori hanno ridimensionato la loro offerta in termini di titoli (-3,2%); i grandi invece in termini di tiratura (-10,3%).

Le opere originali pubblicate in “prima edizione” costituiscono il 62,1% delle proposte editoriali del 2016, a confermare un mercato che punta soprattutto sulle novità piuttosto che sulla longevità dei prodotti pubblicati. Le “ristampe” non raggiungono un terzo del totale (32,2%) e i titoli in “edizioni successive” sono una quota residuale, pari al 5,8%. Rispetto al 2015, le pubblicazioni in ristampa hanno fatto registrare l'incremento più forte nel numero di titoli resi disponibili (+9,6%) a fronte della più netta riduzione nel numero di copie stampate (-10,8%). Le prime edizioni, stabili quanto a titoli, hanno subito un decremento del 5,9% in termini di tiratura. Di segno contrario l'offerta delle riedizioni, le quali risultano stazionarie per quanto riguarda le copie stampate, aumentando invece (+5,2%) per numero di titoli.

Il rilancio dell'editoria per ragazzi e il primato della narrativa

Quasi l'85% dell'offerta editoriale complessiva del 2016 è rappresentata da titoli della categoria “varia adulti”, mentre le opere scolastiche e quelle per ragazzi non raggiungono ciascuna l'8% del totale (Prospetto 2).

Con specifico riferimento alla materia, oltre un libro su quattro (27,6%) tra quelli pubblicati è un testo letterario moderno, un'ampia categoria che comprende romanzi, racconti, libri gialli e d'avventura, nonché libri di poesia e testi teatrali (Tavola 4). In particolare, gli oltre 10 mila romanzi e racconti pubblicati costituiscono il 16,6% dei titoli e il 28,9% delle copie stampate nel 2016. L'offerta editoriale si compone inoltre per l'8,4% di titoli di argomento religioso e teologico, per il 6,7% di libri di storia, per il 5,1% di testi di diritto e amministrazione pubblica e per il 4,5% di titoli di pedagogia e didattica.

Le proposte editoriali destinate al pubblico dei bambini e dei ragazzi sono aumentate, rispetto al 2015, del 4,5% in termini di titoli e del 6,6% per le tirature (Prospetto 2). L'editoria educativo-scolastica ha visto crescere significativamente i titoli (+14,6%) ma diminuire ancor più decisamente il numero di copie stampate (-19,6%).

Oltre il 40% dei libri per ragazzi è tradotto da una lingua straniera e per circa un quarto dei casi la lingua originale è l'inglese (Tavola 12). La quota di traduzioni è invece marginale nell'editoria scolastica (4,2% dei titoli pubblicati).

Per il 14,5% delle opere librarie pubblicate nel 2016 i diritti di edizione sono stati acquistati all'estero: si tratta di 8.892 titoli (nel 2015 erano poco più di 9.700, pari al 17,5%), stampati in circa 35 milioni di copie, oltre un quarto della produzione complessiva (Tavola 32). La materia prevalente dei titoli acquistati all'estero è la narrativa moderna. Ancora marginale è invece la quota di opere i cui diritti di edizione sono stati venduti all'estero: si tratta solo dell'1,7% della produzione libraria italiana, cui corrispondono quasi 4 milioni e mezzo di copie stampate.

Oltre la metà dei piccoli editori ha una linea di produzione monotematica

Se si misura la capacità di produzione degli operatori del settore in termini di tiratura (Prospetto 3), si rileva che circa un piccolo editore su tre (33,7%) stampa non più di mille copie all'anno. I grandi marchi, di converso, nell'84% dei casi stampano più di 2 mila copie in un anno.

PROSPETTO 3. EDITORI PER DIMENSIONE E NUMERO COMPLESSIVO DI COPIE STAMPATE

Anno 2016, composizioni percentuali (a)

CLASSI DI TIRATURA	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Fino a 500 copie	15,6	10,6	3,0	4,2
Da 501 a 1.000	18,1	10,0	3,8	4,9
Da 1.001 a 2.000	15,6	15,8	9,2	10,1
Da 2.001 a 5.000	15,0	20,3	24,9	24,1
Oltre 5.000	35,7	43,3	59,2	56,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

A fronte di una capacità di produzione quantitativamente circoscritta, i piccoli e i medi editori mostrano una più elevata capacità di specializzazione tematica delle proposte editoriali, svolgendo spesso un importante ruolo di soddisfazione della domanda di target di lettori estremamente specifici. Oltre la metà dei piccoli editori (55,9%) ha infatti una linea di produzione editoriale tendenzialmente monotematica, dal momento che tre titoli pubblicati su quattro afferiscono alla stessa materia (Prospetto 4). La propensione alla specializzazione risulta inversamente proporzionale alle dimensioni dell'editore: l'indice scende al 29,8% per i medi editori e al 26,5% per i grandi. Inoltre, la composizione percentuale degli editori "specializzati" per dimensione evidenzia che per oltre il 70% sono piccoli editori e solo per l'8,2% grandi marchi.

PROSPETTO 4. NUMERO, INCIDENZA E DISTRIBUZIONE DEGLI EDITORI "SPECIALIZZATI" (a) PER TIPOLOGIA

Anno 2016, valori assoluti, incidenza e distribuzione percentuale

TIPO DI EDITORI (b)	Numero di editori specializzati	Incidenza % degli editori specializzati sul totale di ciascuna classe	Distribuzione % degli editori specializzati sul totale
Piccoli	461	55,9	70,2
Medi	142	29,8	21,6
Grandi	54	26,5	8,2
Totale	657	43,7	100,0

(a) Per editori "specializzati" si intendono quelli che nel corso dell'anno hanno pubblicato almeno il 75% dei titoli per la stessa materia.

(b) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

Costante e progressivo sviluppo del digitale

Nel 2016, il 35,8% delle opere pubblicate a stampa in Italia, ossia circa 22 mila titoli, è stato proposto al pubblico anche sotto forma di e-book (Tavola 33); erano quasi 17 mila nel 2015, pari al 30% delle opere pubblicate a stampa e circa 15 mila nel 2013, pari al 21,1%. Tale percentuale sale al 37,2% per le opere in ristampa e supera il 53% per i testi scolastici. I titoli per i quali si rende disponibile l'edizione digitale sono soprattutto quelli dei libri di avventura e libri gialli (per cui gli e-book arrivano all'82,7% dei volumi a stampa), seguiti dai testi di informatica (59,5%), dai libri di attualità politica, sociale ed economica (51,4%) e dai testi di matematica (47,4%).

L'88,3% dei libri disponibili anche in formato digitale è stato pubblicato dai grandi editori, i quali sono in grado di offrire anche la versione e-book per il 42% delle opere che pubblicano a stampa.

Il 14,3% degli e-book proposti nel 2016 presenta contenuti o funzionalità aggiuntive rispetto alla versione a stampa della stessa opera, come ad esempio collegamenti ipertestuali e applicazioni audio-visive o multimediali; si tratta di 3.141 opere (2.923 nel 2015) delle quali oltre il 90% è stato pubblicato da grandi editori (Tavola 35). Per il resto si tratta invece di semplici trasposizioni su supporto digitale dello stesso testo stampato su carta.

Per il 73,9% degli editori attivi il prezzo di vendita è la caratteristica degli e-book maggiormente apprezzata dal pubblico, seguita dalla facilità di trasporto e di archiviazione dei contenuti, indicata

da quasi il 52% dei rispondenti (Tavola 43)⁴. Gli altri aspetti, segnalati da quote decisamente inferiori di editori, sono le modalità di fruizione interattiva dei contenuti, attraverso la possibilità di effettuare ricerche sul testo, disporre di segnalibri, note, applicazioni per la formattazione, ecc. (19,0%), seguite dalla facilità di reperimento e di acquisizione dei titoli (17,5%) e dalla multimedialità dei contenuti (12,2% delle risposte).

Al contrario, il principale fattore che, secondo gli editori, ostacola la diffusione degli e-book in Italia è l'immaterialità del libro digitale, che penalizzerebbe l'e-book rispetto al tangibile libro di carta per il 46,1% degli intervistati (Tavola 44)⁵, seguito dalla scarsa alfabetizzazione informatica nell'utilizzo delle nuove tecnologie da parte dei lettori (44,1% di risposte). Quasi il 30% degli editori individua nello scarso comfort visivo un ulteriore elemento di criticità e un quarto dei rispondenti ritiene responsabile della ridotta diffusione degli e-book il basso numero di lettori "forti" (coloro che in media leggono almeno un libro al mese). Quasi un rispondente su cinque (19,4%) ritiene che sarebbe invece il costo dei dispositivi di lettura a scoraggiare la lettura tramite *device* digitali.

Relativamente alle attività di produzione di contenuti digitali⁶, esclusa la pubblicazione di e-book, nel 2016 la digitalizzazione dei testi in catalogo è stata effettuata da un quarto degli editori; la quota è più bassa per i piccoli editori (18,2%), arriva al 48,5% tra i grandi marchi (Prospetto 5).

Il 18% dei rispondenti (ma più di uno su tre fra i grandi editori) svolge attività di stampa su richiesta (*print on demand*) mentre il 12,5% produce banche dati o servizi Internet (ancora una volta i grandi editori mostrano una capacità di produzione di contenuti digitali superiore con un valore che raggiunge il 21%).

PROSPETTO 5. ATTIVITA' DI PRODUZIONE DI CONTENUTI DIGITALI, ESCLUSA LA PUBBLICAZIONE DI E-BOOK, PER TIPO DI EDITORE. Anno 2016, valori percentuali (a)

ATTIVITA'	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Digitalizzazione dei testi in catalogo	18,2	26,5	48,5	24,9
Stampa su richiesta (<i>print on demand</i>)	13,1	19,7	34,3	18,1
Produzione di banche dati/servizi Internet	11,3	11,1	20,6	12,5
Produzione di piattaforme educative digitali / materiali e supporti interattivi per la didattica via web	3,5	4,4	12,7	5,0
Produzione e/o collaborazione con piattaforme online per la lettura in streaming dei libri in catalogo	2,8	4,2	14,7	4,9
Produzione di audiolibri	1,3	4,8	7,4	3,3
Collaborazione con piattaforme online per la fruizione di audiolibri	1,0	3,4	6,9	2,5
Altro	0,6	1,3	0,5	0,8

(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

La produzione di contenuti digitali rappresenta tuttavia un'attività marginale: per oltre il 94% degli editori, infatti, la quota di vendita di prodotti digitali (tra e-book, banche dati e servizi web) sul fatturato globale non supera il 10%, a prescindere dalla dimensione d'impresa (Tavola 52).

In crescita i prezzi dei libri

Nel settore editoriale si è registrata, una lieve crescita dei prezzi rispetto al 2015: nel complesso, i libri pubblicati nel 2016 hanno un prezzo di copertina pari a 20,21 euro, contro i 18,91 dell'anno precedente (Tavola 31). L'aumento maggiore riguarda i titoli pubblicati dai piccoli editori (25,31 euro nel 2016 contro i 18,88 dell'anno precedente), mentre le opere pubblicate dai grandi editori presentano l'incremento di prezzo più contenuto (da 18,98 euro a 19,38).

Oltre un quarto dei titoli pubblicati nel 2016 (28,4%) ha un prezzo compreso tra 10 e 15 euro; in termini di tiratura, invece, oltre due terzi delle copie stampate (36,8%) hanno un prezzo non superiore a 10 euro (Prospetto 6).

⁴ Gli editori potevano indicare al più due risposte tra le modalità proposte.

⁵ Gli editori potevano indicare al più due risposte tra le modalità proposte.

⁶ Per ciascuna attività proposta gli editori potevano indicarne lo svolgimento o meno.

PROSPETTO 6. OPERE PUBBLICATE, COPIE STAMPATE E TIRATURA MEDIA PER CLASSE DI PREZZO
Anno 2016, valori assoluti e composizioni percentuali

CLASSI DI PREZZO	Opere pubblicate		Copie stampate		Tiratura media
	N.	%	(in migliaia)	%	N.
Fino a 10,00 euro	14.055	23,0	47.383	36,8	3.371
Da 10,01 a 15,00	17.387	28,4	28.610	22,2	1.645
Da 15,01 a 20,00	12.118	19,8	24.344	18,9	2.009
Da 20,01 a 30,00	9.687	15,8	12.200	9,5	1.259
Da 30,01 a 50,00	4.903	8,0	5.814	4,5	1.186
Oltre 50,00	2.019	3,3	8.551	6,6	4.235
Opere gratuite o fuori commercio	1.019	1,7	1.922	1,5	1.886
Totale	61.188	100,0	128.825	100,0	2.105

Come per gli anni precedenti, anche nel 2016 più della metà della produzione libraria è costituita da opere con un prezzo di copertina non superiore ai 15 euro: si tratta del 51,4% dei titoli e del 59,0% delle copie stampate (51,8% e 59,8% rispettivamente nel 2015). I prezzi dei testi scolastici sono relativamente più elevati: meno di un quarto (23,5%) ha un prezzo contenuto entro i 10 euro, quasi la metà (48%) comporta una spesa superiore ai 20 euro (Tavola 18).

Librerie indipendenti e store online i canali di distribuzione su cui puntare

A fronte della grande mole della produzione editoriale, il 23,2% degli operatori attivi del settore ha dichiarato che oltre la metà dei titoli pubblicati nel corso del 2016 è rimasta invenduta (Tavola 40). La quota, in leggero calo rispetto agli anni precedenti (quando superava il 25%), è risultata più elevata per i piccoli editori (28,5%) mentre ha dichiarato una giacenza ed un reso superiori alla metà dei titoli pubblicati il 19,3% degli editori di medie dimensioni e il 10,8% dei grandi marchi.

In merito alle modalità di distribuzione, che costituiscono un elemento determinante della filiera editoriale, gli editori considerano strategico il ruolo delle librerie indipendenti nell'intercettare la platea dei lettori effettivi e potenziali: su una scala di punteggi compresa tra zero e dieci (con lo zero a rappresentare efficacia nulla e dieci al contrario efficacia massima), le librerie indipendenti hanno infatti ottenuto in media il punteggio di 7,6 (Prospetto 7).

Anche i canali italiani di distribuzione online (quali le librerie on line, i siti di *e-commerce*, ecc.) sono stati ritenuti decisivi (avendo ottenuto un punteggio medio pari a 7,1) così come gli eventi quali fiere, festival, saloni della lettura ecc. (ai quali è stato attribuito in media un punteggio di efficacia di 6,7).

La grande distribuzione organizzata (supermercati, grandi magazzini, ecc.) e i punti vendita generici (quali edicole, cartolerie, autogrill, uffici postali, ecc.) sono considerati canali di distribuzione relativamente meno efficaci per accrescere la domanda e ampliare il mercato editoriale, avendo ottenuto in entrambi i casi un punteggio medio pari a 5.

PROSPETTO 7. CANALE DI DISTRIBUZIONE RITENUTO PIU' EFFICACE PER ACCRESCERE LA DOMANDA E AMPLIARE IL MERCATO EDITORIALE PER TIPO DI EDITORE

Anno 2016, punteggi medi su una scala da zero a dieci (a)

CANALI DI DISTRIBUZIONE	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Librerie indipendenti	7,6	7,6	7,8	7,6
Store on line italiani	6,9	7,2	7,7	7,1
Eventi	6,7	6,8	6,6	6,7
Librerie di catena	6,0	6,3	7,0	6,3
Store on line stranieri	5,7	6,1	5,9	5,9
Grande distribuzione organizzata	4,9	4,9	5,4	5,0
Punti vendita generici	5,0	4,8	4,6	4,9
Altro	1,1	1,2	1,0	1,1

(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

Riguardo i canali di commercializzazione utilizzati dagli editori nel corso dell'anno 2016 (in questo caso, nella scala di punteggi compresi tra zero e dieci lo zero indica nessun utilizzo e dieci il massimo utilizzo), si riscontrano i punteggi medi più elevati in corrispondenza delle librerie indipendenti (6,3) e dei canali di commercializzazione online (5,9); in entrambi i casi si tratta di canali utilizzati soprattutto dai grandi editori, per i quali i punteggi medi di utilizzo risultano rispettivamente pari a 6,9 e 7,5 (Prospetto 8).

PROSPETTO 8. CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE UTILIZZATI PER TIPO DI EDITORE

Anno 2016, punteggi medi su una scala da zero a dieci (a)

CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Librerie indipendenti	5,9	6,7	6,9	6,3
Store on line italiani	5,2	6,5	7,5	5,9
Librerie di catena	3,9	5,5	6,8	4,8
Eventi	3,7	4,7	5,4	4,2
Store on line stranieri	2,4	3,4	4,4	3,0
Punti vendita generici	1,9	2,5	2,7	2,2
Grande distribuzione organizzata	1,5	2,2	3,5	2,0
Altro	1,4	1,4	1,2	1,4

(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

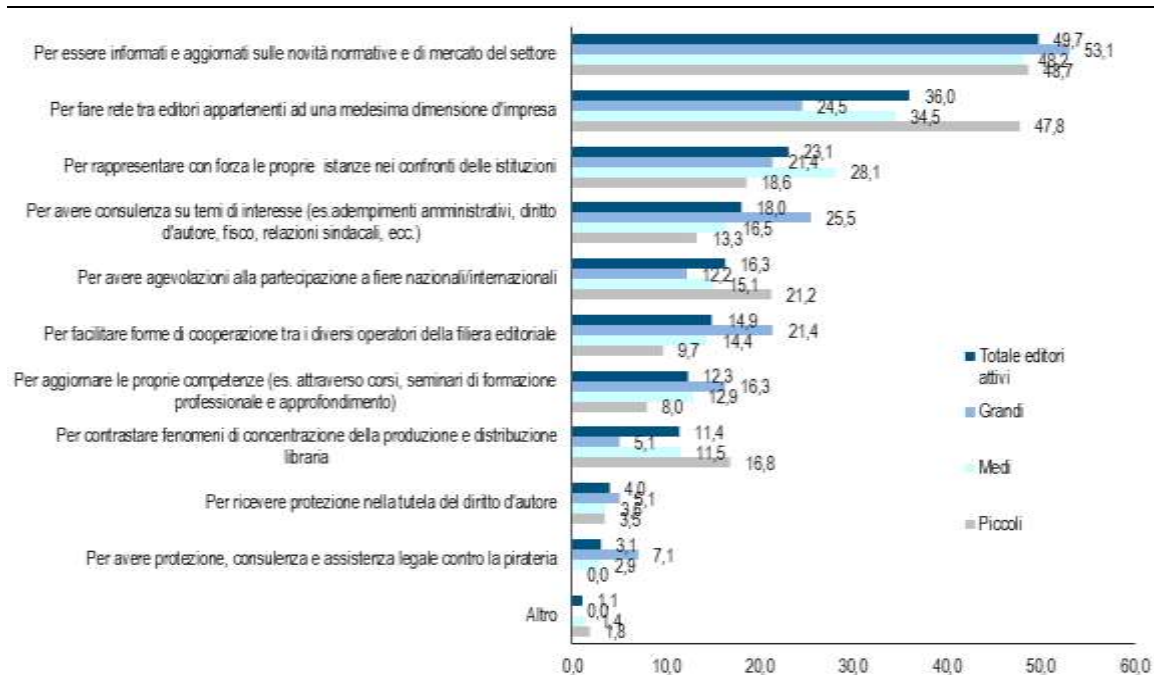
Si fa parte di un'associazione di editori per rimanere aggiornati

Nel 2016 quasi un quarto dei rispondenti (23,3%) fa parte di una associazione di editori (Tavola 48); l'associazionismo coinvolge quasi la metà (48%) dei grandi marchi e il 29,2% dei medi editori mentre risulta molto meno diffuso tra i piccoli editori (13,7%). Il motivo principale per cui si decide di aderire ad una associazione di settore⁷ è la possibilità di venir informati e aggiornati sulle novità normative e commerciali del settore (49,7% di risposte nel complesso, più del 53% tra i grandi editori) (Figura 3 e Tavola 49).

A seguire, con il 36% di preferenze, si colloca la possibilità di fare rete con altri editori della medesima dimensione d'impresa, esigenza particolarmente sentita dai piccoli editori (per i quali la quota sfiora il 48%). Per poco meno di un quarto dei rispondenti (23,1%) associarsi significa riuscire a rappresentare con maggiore forza le proprie istanze nei confronti delle istituzioni, esigenza avvertita soprattutto dai medi editori (28,1%). Il poter ricevere consulenze su temi di interesse (quali gli adempimenti amministrativi, il diritto d'autore, il fisco, le relazioni sindacali ecc.) è stato indicato dal 18% degli editori (25,5% tra i grandi marchi); la maggiore possibilità di partecipazione a fiere nazionali e/o internazionali ha raccolto nel complesso il 16,3% di risposte (21,2% per i piccoli editori).

⁷ Gli editori potevano indicare al più due risposte tra le modalità proposte.

FIGURA 3. MOTIVAZIONI PER CUI L'IMPRESA O ENTE APPARTIENE AD UNA ASSOCIAZIONE DI EDITORI PER DIMENSIONE DELL'EDITORE (a). Anno 2016



(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librerie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere

Quasi tutti gli editori si occupano direttamente di impaginazione e grafica

Quasi la totalità (95,8%) degli editori attivi nel 2016 si fa carico direttamente delle attività⁸ di impaginazione e grafica, compresa la realizzazione delle copertine (Prospetto 9).

Circa il 92% degli editori effettua operazioni di correzione delle bozze e l'83,1% realizza interventi di revisione e supporto agli autori nella redazione dei manoscritti (editing, *peer-review*, normazione dei contenuti, ecc.); quasi l'80% degli editori esamina e valuta i manoscritti proposti. Le attività relativamente meno praticate dagli editori sono invece lo *scouting* editoriale per la ricerca di nuovi autori (44,7%) e le traduzioni (55,7%).

Per tutte le attività considerate, le quote relative ai grandi editori sono sistematicamente superiori a quelle riferite ai medi e ancor più ai piccoli. La differenza tra grandi e piccoli editori è particolarmente evidente per le attività di *scouting* editoriale, attuate dal 70,6% dei grandi editori a fronte del 31,8% dei piccoli operatori del settore, e per quelle di traduzione (79,4% per i grandi marchi e 42,2% per i piccoli editori).

Le attività di traduzione, peraltro, sono le uniche per le quali è più elevata la percentuale di editori che esternalizzano il servizio rispetto a quella riferita a coloro che svolgono l'attività con risorse interne.

⁸ Per ciascuna attività proposta, gli editori potevano indicarne lo svolgimento o meno, specificando, in caso di svolgimento, se l'attività stessa fosse stata svolta con risorse umane interne o con risorse umane esterne.

PROSPETTO 9. ATTIVITA' EDITORIALI SVOLTE NEL 2016 PER TIPO DI EDITORE (a)

Anno 2016, valori percentuali

ATTIVITA'	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Impaginazione grafica, realizzazione copertina	93,7	98,1	99,0	95,8
<i>con risorse umane interne</i>	63,0	67,9	69,6	65,4
<i>con risorse umane esterne</i>	30,7	30,3	29,4	30,4
Correzione di bozze	89,1	94,5	96,6	91,8
<i>con risorse umane interne</i>	78,5	79,8	72,5	78,1
<i>con risorse umane esterne</i>	10,5	14,7	24,0	13,7
Revisione e supporto agli autori nella redazione dei manoscritti (<i>editing, peer-review, normazione dei contenuti, ecc.</i>)	77,3	88,7	93,6	83,1
<i>con risorse umane interne</i>	69,7	78,6	81,9	74,2
<i>con risorse umane esterne</i>	7,6	10,1	11,8	9,0
Valutazione del manoscritto proposto	69,6	87,6	91,7	78,3
<i>con risorse umane interne</i>	65,6	81,5	80,9	72,7
<i>con risorse umane esterne</i>	4,0	6,1	10,8	5,6
Ufficio stampa	61,5	78,4	86,8	70,2
<i>con risorse umane interne</i>	50,9	66,8	72,1	58,8
<i>con risorse umane esterne</i>	10,5	11,6	14,7	11,4
Social media marketing	56,2	76,1	87,7	66,8
<i>con risorse umane interne</i>	49,2	67,6	77,0	58,8
<i>con risorse umane esterne</i>	7,0	8,4	10,8	8,0
Traduzione	42,2	68,9	79,4	55,7
<i>con risorse umane interne</i>	18,7	18,3	15,7	18,1
<i>con risorse umane esterne</i>	23,5	50,6	63,7	37,5
Scouting editoriale per la ricerca di nuovi autori	31,8	56,1	70,6	44,7
<i>con risorse umane interne</i>	28,8	50,8	59,3	39,9
<i>con risorse umane esterne</i>	2,9	5,3	11,3	4,8
Altro	4,0	3,4	3,9	3,8
<i>con risorse umane interne</i>	3,5	2,3	3,4	3,1
<i>con risorse umane esterne</i>	0,5	1,1	0,5	0,7

(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librerie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

Oltre la metà degli editori partecipa a saloni letterari

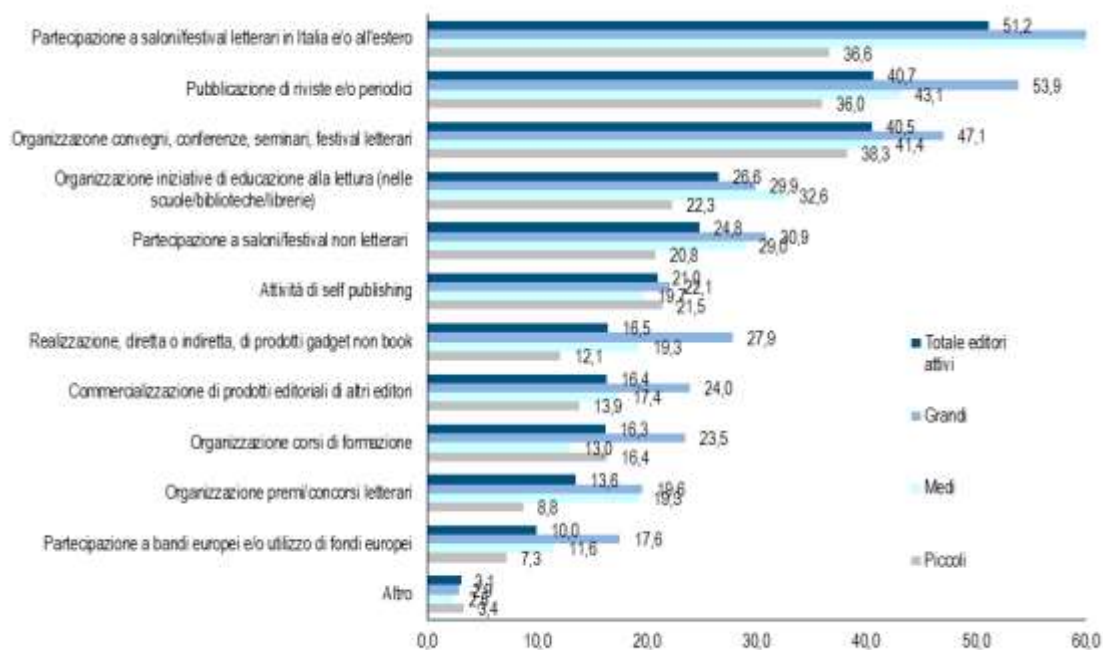
Le attività di produzione editoriale vanno ben oltre la stampa dei libri e si arricchiscono nel tempo di nuovi contenuti e competenze. L'attività praticata più frequentemente dagli editori attivi nel 2016 è la partecipazione a saloni o festival letterari, in Italia e/o all'estero⁹; questa attività, che nel complesso ha interessato oltre la metà (51,2%) degli operatori attivi del settore, ha coinvolto oltre tre grandi editori su quattro (77,5%), quasi due medi editori su tre (65,1%) e il 37% dei piccoli editori (Figura 4 e Tavola 51).

Nel 2016 circa il 41% dei rispondenti (ma oltre la metà dei grandi editori) ha pubblicato, oltre ai libri, anche riviste e/o periodici. Un ulteriore 41% circa si è dedicato all'organizzazione di convegni, conferenze, seminari o festival letterari; anche in questo caso la percentuale relativa ai grandi editori è significativamente superiore (47,1%), probabilmente anche per la disponibilità di risorse umane, finanziarie e logistiche che questa attività comporta.

⁹ Per ciascuna attività proposta gli editori potevano indicarne lo svolgimento o meno.

Oltre un quarto (26,6%) degli editori attivi nel 2016 ha dichiarato di aver organizzato nel corso dell'anno iniziative di educazione alla lettura, nelle scuole o nelle biblioteche o nelle librerie; questa attività ha coinvolto in misura maggiore i medi editori (quasi uno su tre). Interessante inoltre osservare l'informazione in merito alla partecipazione a saloni o festival non letterari, che ha riguardato nel complesso quasi un editore su quattro (24,8%); anche in questo caso tale attività ha coinvolto maggiormente i grandi editori (31%) rispetto ai medi (29%) e soprattutto i piccoli (21%).

FIGURA 4. ATTIVITA' SVOLTE NEL 2016 PER DIMENSIONE DELL'EDITORE . Anno 2016 (a)



(a) Gli editori sono classificati, in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno, in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

LA LETTURA DI LIBRI IN ITALIA

Sempre in calo i lettori

Nel 2016 continua la flessione del numero di lettori¹⁰ di libri, confermando la tendenza negativa avviata nel 2010. A partire dall'anno 2000, quando la quota di lettori era stimata al 38,6%, l'andamento è stato crescente fino a toccare il massimo nel 2010 con il 46,8%; poi vi è stata una diminuzione continua fino a tornare, nel 2016, al livello del 2001 con il 40,5% (Figura 1 e Tavola 53).

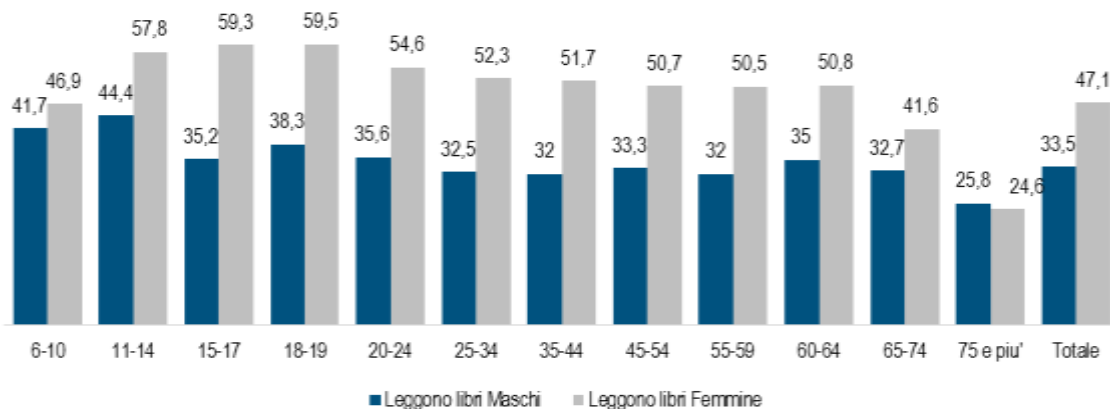
La flessione ha interessato in modo particolare i più giovani. La quota di lettori tra i 15 e i 17 anni è diminuita dal 53,9% del 2015 al 47,1% del 2016. Anche tra i 20 e i 24 anni si passa dal 48,9% di lettori al 44,7% (Tavola 54).

Il divario tra uomini e donne nella propensione alla lettura si manifesta fin dal 1988, anno in cui si dichiaravano lettori il 39,3% delle donne rispetto al 33,7% degli uomini. Nel 1998 la distanza aumenta: legge il 46,4% delle donne e il 36,7% degli uomini; infine nel 2016 la percentuale di lettrici sale al 47,1% e quella dei lettori scende al 33,5%.

In assoluto, il pubblico più affezionato alla lettura è rappresentato dalle ragazze tra gli 11 e i 19 anni (il 58,7% ha letto almeno un libro). La quota di lettrici scende al di sotto del 50% dopo i 60 anni, per i maschi è sempre inferiore a tale valore in tutte le classi di età (Figura 5).

¹⁰ Sono considerati lettori le persone di 6 anni e più che dichiarano di aver letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

FIGURA 5. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO LETTO ALMENO UN LIBRO PER MOTIVI NON STRETTAMENTE SCOLASTICI O PROFESSIONALI NEI 12 MESI PRECEDENTI L'INTERVISTA PER SESSO E CLASSE DI ETÀ. Anno 2016, per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso e della stessa classe di età



Disuguaglianze sociali, economiche e territoriali anche tra i lettori

Il livello di istruzione continua ad essere un elemento fortemente discriminante nell'abitudine alla lettura, radicata soprattutto fra le persone con un titolo di studio più elevato: legge il 73,6% dei laureati (75,0% nel 2015) ma la proporzione si riduce già a poco meno di uno su due fra chi ha conseguito al più un diploma superiore (48,9% nel 2016; 50,2% nel 2015) per arrivare al 23,9% tra chi possiede al più la licenza elementare.

Sebbene il titolo di studio influenzi fortemente l'abitudine alla lettura, le differenze si modificano se si aggiunge la variabile età. Emerge, infatti, come già rilevato in passato, un effetto generazionale per cui i laureati over 65 leggono in proporzione maggiore dei laureati più giovani (76,4% contro 71,1% dei laureati tra i 25 e i 44 anni). Ciò potrebbe essere dovuto sia a una maggiore disponibilità di tempo da dedicare alla lettura, per i più anziani, sia ad una "sostituzione" della lettura con nuove forme di intrattenimento come l'uso dei nuovi media, fattore che coinvolge di più le nuove generazioni. (Tavola 55).

A livello territoriale, la lettura risulta più diffusa nelle regioni del Nord-est e del Nord-ovest, dove dichiara di aver letto almeno un libro oltre il 48% delle persone residenti (Figura 6 e Tavola 56). Nel Sud, la quota di lettori scende al 27,5%, mentre nelle Isole si osserva una realtà molto differenziata tra Sicilia e Sardegna (25,8% di lettori rispetto a 45,7%). La tipologia comunale è un ulteriore elemento discriminante: risulta molto più diffusa nei comuni centro dell'area metropolitana, dove si dichiara lettore poco meno della metà degli abitanti (48,6%); la quota scende al 35,6% nei comuni con meno di 2 mila abitanti.

Al di là del contesto territoriale di appartenenza, la lettura si conferma un comportamento fortemente condizionato dall'ambiente familiare e la propensione alla lettura dei bambini e dei ragazzi è certamente favorita dalla presenza di genitori che hanno l'abitudine di leggere libri. Ad esempio, tra i ragazzi di 11-14 anni, legge il 72,3% di chi ha madre e padre lettori e solo il 33,1% di coloro che hanno entrambi i genitori non lettori (Figura 7 e Tavola 57).

FIGURA 6. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO LETTO ALMENO UN LIBRO PER MOTIVI NON STRETTAMENTE SCOLASTICI O PROFESSIONALI NEI 12 MESI PRECEDENTI L'INTERVISTA PER REGIONE Anno 2016, per 100 persone di 6 anni e più della stessa regione

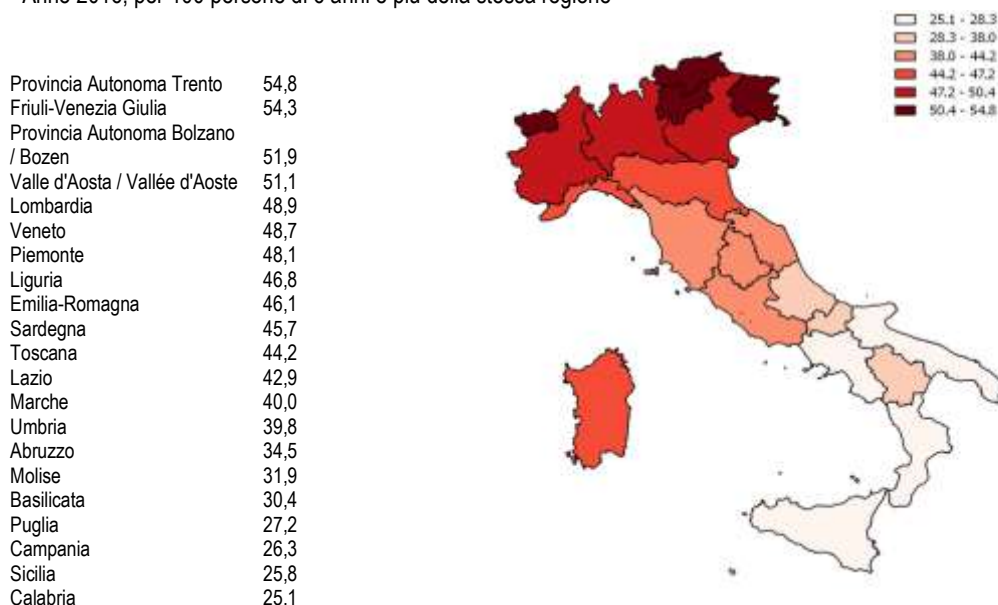
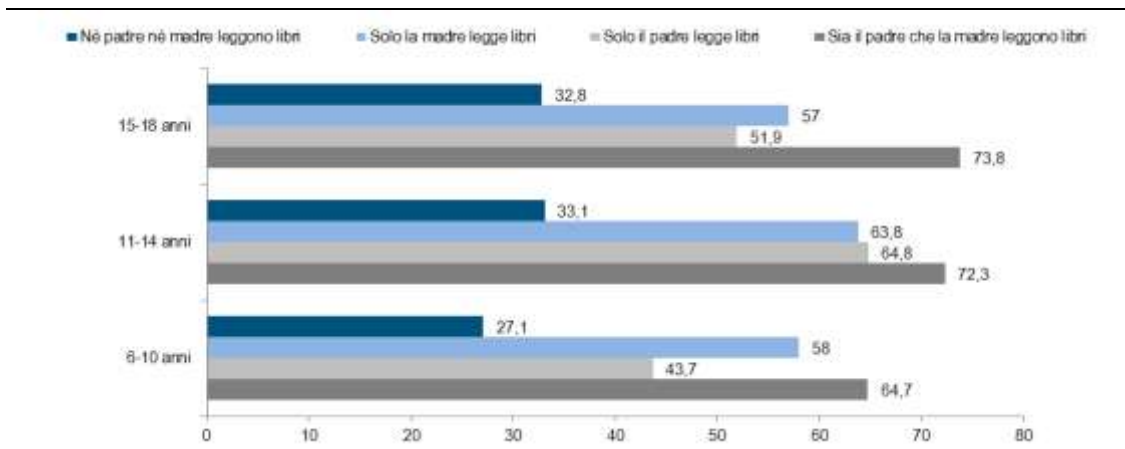


FIGURA 7. PERSONE DI 6-18 ANNI CHE HANNO LETTO ALMENO UN LIBRO PER MOTIVI NON STRETTAMENTE SCOLASTICI O PROFESSIONALI NEI 12 MESI PRECEDENTI L'INTERVISTA PER CLASSE DI ETÀ E COMPORTAMENTO DI LETTURA DEI GENITORI Anno 2016, per 100 persone di 6-18 anni con le stesse caratteristiche



Resistono i lettori forti

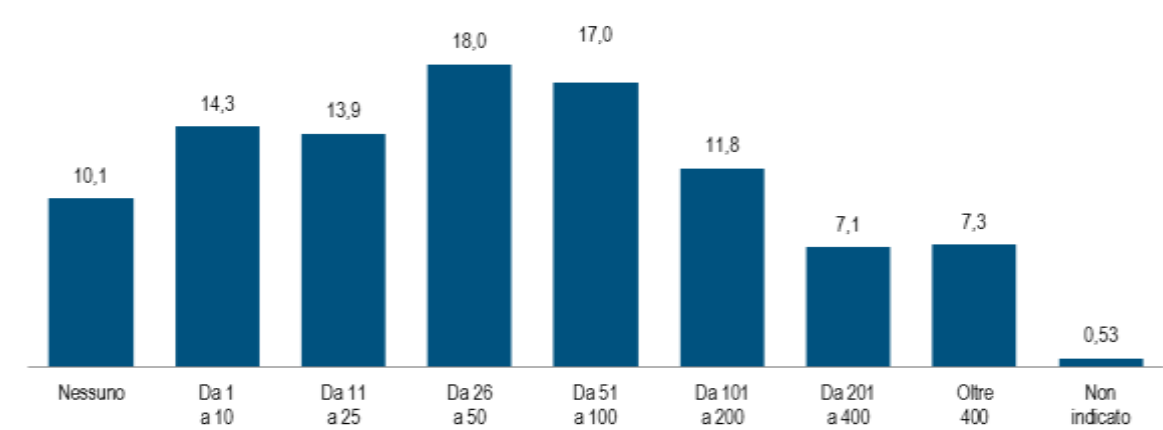
Poco meno della metà dei lettori (45,1%) dichiara di aver letto al più tre libri nei 12 mesi precedenti l'intervista; si tratta dei così detti "lettori deboli". Solo il 14,1% si annovera tra i "lettori forti", avendo dichiarato di averne letti almeno 12 nell'ultimo anno (13,7% nel 2015). Il 15% delle donne dichiara di leggere in media un libro al mese contro il 12,6% degli uomini.

Sono "lettori deboli" quasi la metà dei lettori maschi (49,2%) e delle persone tra 15 e 17 anni (49,6%), gli individui con al più la licenza media (52,9%), coloro che sono in cerca di nuova occupazione (54,7%) e i residenti nel Sud (59%) (Tavola 55 e Tavola 58).

Una famiglia su dieci non ha libri in casa

Nel 2016 circa una famiglia su dieci non ha alcun libro in casa, dato ormai costante da quasi un ventennio. Anche nei casi in cui è presente una libreria domestica, il numero di libri disponibili è molto contenuto: il 28,2% delle famiglie possiede non più di 25 libri e il 63,2% ha una libreria con al massimo 100 titoli¹¹ (Figura 8).

FIGURA 8. FAMIGLIE PER NUMERO DI LIBRI POSSEDUTI. Anno 2016, per 100 famiglie



Tra le persone che dichiarano di disporre di oltre 400 libri in casa, circa una su cinque (21,4%) non ne ha letto nemmeno uno e una quota equivalente (19,8%) ha dichiarato di leggere non più di tre libri all'anno; nel 36,0% dei casi si tratta invece di "lettori forti" (Tavola 59).

Sembra più evidente il legame tra l'abitudine alla lettura e altre forme di partecipazione culturale (Tavola 60). Suddividendo la popolazione tra lettori e non lettori emerge che ben il 68,9% dei primi si è recato al cinema rispetto al 41,7% dei non lettori; il 34,7% dei lettori ha visto almeno uno spettacolo teatrale nell'anno rispetto al 10,2% di coloro che non leggono, così come la frequentazione di musei o mostre che è praticata dal 54,1% del primo gruppo rispetto al 15,8% del secondo.

La lettura varia anche in funzione della valutazione delle risorse economiche di cui può disporre la famiglia. La condizione economica delle famiglie di "non lettori" risulta relativamente peggiore rispetto a quelle dei lettori: nel 2016 il 45,0% dei "non lettori" considera "scarse o insufficienti" le risorse a disposizione della propria famiglia rispetto al 30,9% dei lettori mentre le considera ottime o adeguate il 54,1% di coloro che non leggono e il 68,5% di chi legge abitualmente (Tavola 61).

Grazie al digitale si attenua il divario Nord-Sud nella lettura

Se nel complesso, in Italia, la pratica della lettura è ancora molto modesta e in molte case i libri sono del tutto assenti, negli ultimi anni si sta lentamente diffondendo il consumo di prodotti editoriali digitali (Tavola 62).

Nel 2016, circa 4,2 milioni di persone hanno letto e-book (7,3% della popolazione di 6 anni e più). Se si aggiungono anche coloro che hanno scaricato libri on-line il numero sale a 6,3 milioni ossia l'11,1% della popolazione di 6 anni e più, in decisa crescita rispetto all'8,2% del 2015.

Una conferma che tra la lettura di volumi cartacei e quella di e-book sembra esserci comunque una relazione diretta è data dalla percentuale di persone che negli ultimi 3 mesi hanno letto libri online o e-book, che aumenta in proporzione al numero di libri presenti in casa, fino a raggiungere il valore massimo (22,1%) proprio tra le persone che dispongono già di una biblioteca domestica di oltre 400 volumi.

Analogamente, prendendo ancora in esame le persone di sei anni e più, si evidenzia che hanno scaricato o letto libri online o e-book il 4% dei "non lettori" di libri cartacei e il 21,6% dei lettori sempre di titoli stampati; tra questi ultimi, le percentuali di fruizione online aumentano al crescere

¹¹Calcolando un ingombro medio di 30/40 libri per metro lineare, 100 libri occupano indicativamente non più di tre ripiani di uno scaffale

del numero di libri letti nel corso degli ultimi 12 mesi, passando dal 15,0% di chi ha letto da 1 a 3 libri al 33,7% di coloro che hanno letto 12 o più libri (Prospetto 10).

La relazione positiva tra la lettura di e-book o utilizzo di libri on-line e la lettura di libri cartacei conferma l'ipotesi che il formato digitale non si ponga, in generale, in esplicita alternativa con quello cartaceo, almeno nell'abitudine alla lettura.

PROSPETTO 10. PERCENTUALE DI PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO LETTO O SCARICATO LIBRI ONLINE O E-BOOK SUL TOTALE DELLE PERSONE, PER NUMERO DI LIBRI LETTI.
Anno 2016, per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche

NUMERO DI LIBRI LETTI NEGLI ULTIMI 12 MESI	Hanno letto o scaricato libri online o e-book
Non lettori	4,0
Lettori	21,6
Da 1 a 3 libri	15,0
Da 4 a 11 libri	24,8
12 o più libri	33,7

La lettura e il download di libri online ed e-book sono attività diffuse soprattutto tra i giovani: in particolare riguardano il 21,7% dei ragazzi tra i 15 e i 17 anni, il 24,8% di quelli tra i 18 ed i 19 anni e il 22,9% dei 24enni.

Considerando l'accesso ai libri in formato digitale (e-book o libri on-line), le tradizionali distanze tra le diverse aree del paese sembrano ridimensionarsi sebbene si mantengano: l'attività di lettura di questi prodotti riguarda infatti una quota di persone che oscilla tra il 14,0% del Nord-ovest e l'8,1% del Sud (Tavola 63). Si confermano le differenze legate alla dimensione comunale: le attività online di lettura e download di libri ed e-book risultano più diffuse nei comuni centro di aree metropolitane (15,3%), rispetto ai piccoli centri (8,7% nei comuni da 2001 a 10 mila abitanti).

Educazione alla lettura per rilanciare il mercato editoriale

Nel 2016 per quasi il 40% degli editori attivi è il basso livello culturale della popolazione italiana il fattore¹² principale che determina la modesta propensione alla lettura nel nostro Paese (Figura 9 e Tavola 36).

Questa valutazione viene ribadita dal 38% circa degli editori (quasi il 45% dei grandi marchi), i quali attribuiscono tale criticità alla mancanza di efficaci politiche scolastiche di educazione alla lettura. Poco meno di un terzo dei rispondenti (31,6%) indica poi come ostacolo alla lettura il fatto che il tempo in passato dedicato ai libri viene oggi destinato alla fruizione di contenuti digitali.

Tra i fattori più direttamente riconducibili alle politiche di sostegno del settore, si segnala l'inadeguatezza di incentivi pubblici all'acquisto di libri, come le detrazioni fiscali e i bonus libri (20,9%) e la mancanza di progetti continuativi di promozione della lettura da parte delle istituzioni pubbliche (19,5%).

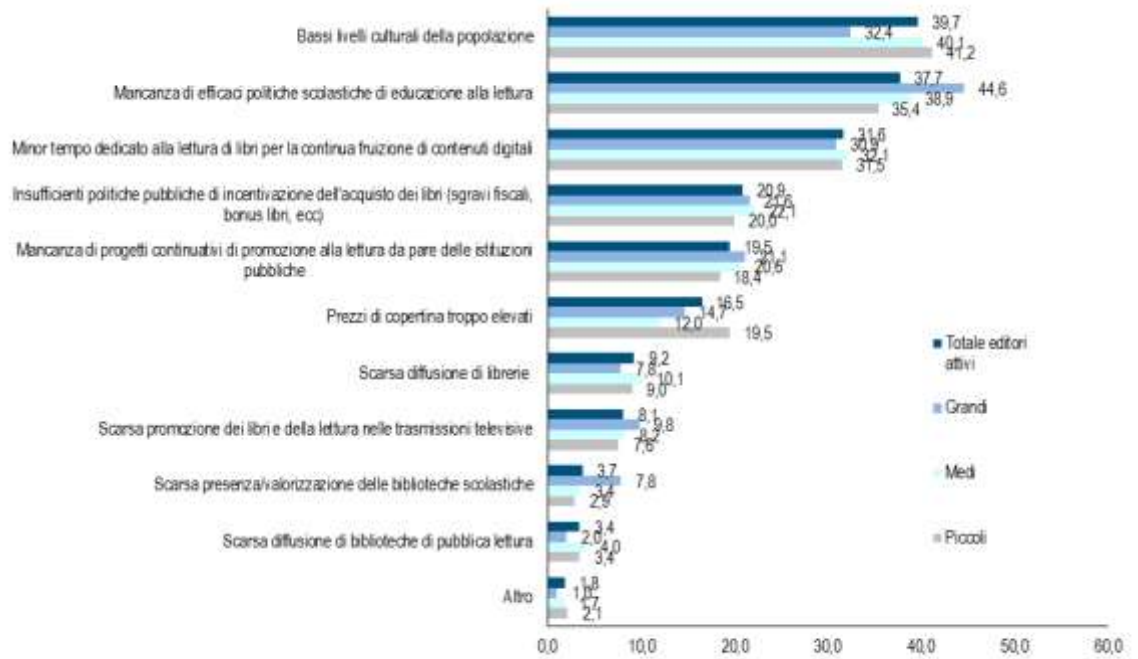
Per favorire lo sviluppo del settore editoriale¹³, circa il 40% degli operatori attivi individua innanzitutto l'esigenza di accrescere le iniziative e le campagne di educazione alla lettura (Figura 10 e Tavola 37). Il 29,2% degli editori ritiene che gli incentivi pubblici per l'acquisto di libri ed e-book (quali i bonus per l'acquisto, la deducibilità delle spese, ecc.) potrebbero rappresentare un importante sostegno al mercato e quasi il 27% sostiene che occorrerebbe anche facilitare l'accesso al credito ai piccoli e medi editori.

Strategici vengono poi ritenuti da oltre un quarto dei rispondenti gli interventi legislativi e/o fiscali a favore delle librerie indipendenti che garantiscono attività culturali sul territorio, mentre per il 17,4% risulterebbe opportuno promuovere agevolazioni fiscali per gli editori che investono nell'aggiornamento professionale del personale. Interessante osservare come le considerazioni degli editori risultino sostanzialmente unanimi a prescindere dalla dimensione di impresa, evidenziando la sostanziale convergenza degli operatori del settore in merito agli interventi ritenuti efficaci per la promozione alla lettura.

¹² Gli editori potevano indicare al più due risposte tra le modalità proposte.

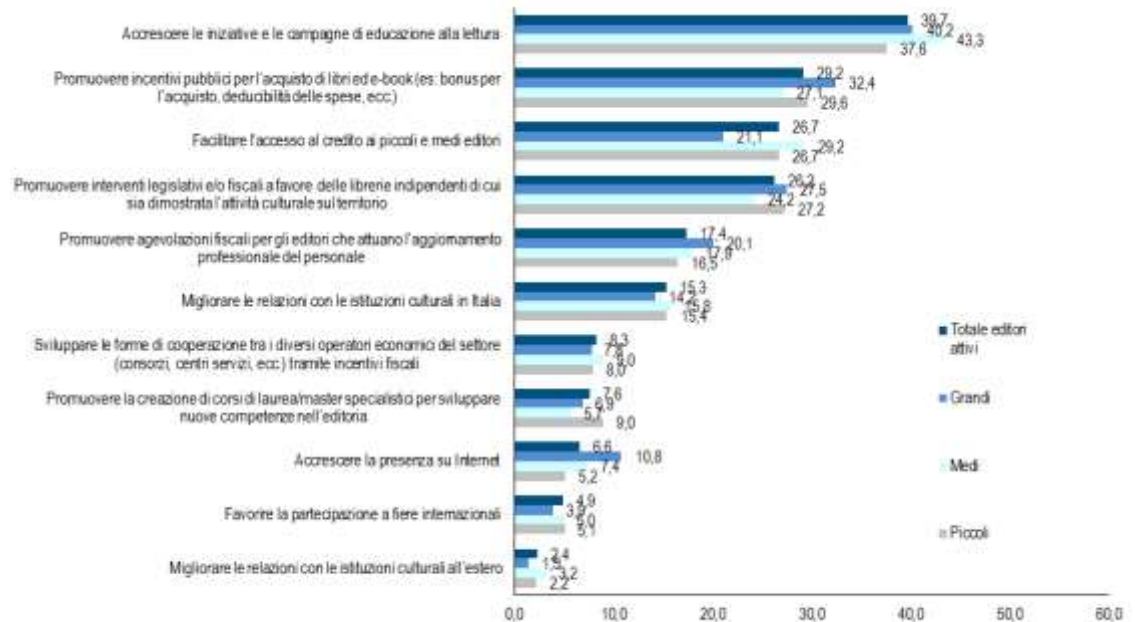
¹³ Gli editori potevano indicare al più due risposte tra le modalità proposte.

FIGURA 9. FATTORI RITENUTI DI OSTACOLO ALLA LETTURA DEI LIBRI, PER DIMENSIONE DELL'EDITORE (a)
Anno 2016



(a) I valori si riferiscono agli editori "attivi" cioè quelli che hanno pubblicato almeno un'opera libraria nell'anno considerato, e in particolare si definiscono "piccoli" quelli che hanno pubblicato da 1 a 10 opere; "medi" da 11 a 50 opere; "grandi" oltre 50 opere.

FIGURA 10. INTERVENTI CHE POSSONO CONTRIBUIRE MAGGIORMENTE ALLO SVILUPPO DEL SETTORE EDITORIALE, PER DIMENSIONE DELL'EDITORE (a). Anno 2016



(a) I valori si riferiscono agli editori "attivi" cioè quelli che hanno pubblicato almeno un'opera libraria nell'anno considerato, e in particolare si definiscono "piccoli" quelli che hanno pubblicato da 1 a 10 opere; "medi" da 11 a 50 opere; "grandi" oltre 50 opere.

Glossario

Indagine sulla Produzione libraria

Produzione libraria: Insieme di opere editoriali di almeno cinque pagine, pubblicate nel corso di un anno, comprese le pubblicazioni ufficiali dello Stato o di enti pubblici e gli estratti di pubblicazioni. Sono esclusi i prodotti editoriali a carattere prettamente propagandistico e pubblicitario e le pubblicazioni informative come elenchi telefonici, orari ferroviari, cataloghi, listini prezzi, calendari e simili, nonché le opere musicali ove il testo letterario sia di scarsa importanza, le carte geografiche e topografiche non rilegate sotto forma di atlante e gli album con figurine che non contengono un testo narrativo.

Opera editoriale: Opera non periodica composta da uno o più volumi e pubblicata in tutto o in parte nel corso dell'anno. Sono da escludere, in quanto periodiche, quelle pubblicazioni edite in serie continua sotto uno stesso titolo, con una numerazione progressiva o con una diversa data che contraddistingue i singoli numeri della serie (riviste o simili). Sono, invece, da comprendere i libri (romanzi rosa, gialli, eccetera) anche se diffusi con cadenza periodica e con numerazione progressiva, attraverso le rivendite dei giornali o altri canali.

Prima edizione: Opera libraria edita per la prima volta in assoluto dall'editore.

Edizione successiva: Opera libraria che si distingue dalla prima edizione, anche se pubblicata nello stesso anno, perché presenta modifiche al testo e/o alla veste tipografica.

Ristampa: Opera libraria che non presenta modifiche al testo e/o alla veste tipografica, rispetto alla precedente edizione.

Tiratura: Numero di copie stampate di un'opera libraria.

Indagine Aspetti della vita quotidiana

Lettori di libri: nell'indagine dell'Istat "Aspetti della vita quotidiana", si intendono le persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Lettori forti: nell'indagine dell'Istat "Aspetti della vita quotidiana", si intendono le persone di 6 anni e più che hanno letto 12 e più libri, nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Lettori deboli: nell'indagine dell'Istat "Aspetti della vita quotidiana", si intendono le persone di 6 anni e più che hanno letto non più di tre libri, nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Libro: nell'indagine dell'Istat "Aspetti della vita quotidiana", si intende un prodotto editoriale a carattere non periodico, pubblicato a stampa e/o in formato digitale.

Nota metodologica

Sulla base dei dati raccolti dall'Istat in due diverse indagini (*"Indagine sulla produzione libraria"* e indagine campionaria sulle famiglie *"Aspetti della vita quotidiana"*) è possibile offrire una panoramica dell'offerta e della domanda di libri in Italia.

Indagine sulla produzione libraria

Obiettivi conoscitivi dell'indagine

L'Indagine sulla produzione libraria si pone la finalità di offrire una panoramica sull'offerta di libri in Italia e sulle principali caratteristiche del settore editoriale. Dal 1951 vengono raccolti dati statistici che consentono di descrivere la quantità e le principali caratteristiche dei libri pubblicati nel corso di ciascun anno.

L'indagine rientra tra quelle comprese nel Programma statistico nazionale (<http://www.sistan.it/index.php?id=52>).

Popolazione di riferimento e cadenza

La popolazione di riferimento è composta da tutte le case editrici italiane e gli altri enti, sia pubblici che privati, che svolgono attività editoriale. Alla popolazione oggetto di rilevazione, composta complessivamente da circa 2.000 editori, appartengono anche le aziende che stampano libri e pubblicazioni come attività secondaria e che sono presenti, seppure in modo non continuativo, sul mercato editoriale.

La rilevazione, svolta con cadenza annuale sull'intero territorio nazionale, ha carattere censuario; ne costituiscono unità eleggibili gli editori che risultano attivi nel corso dell'anno di riferimento, ossia quelli che hanno svolto attività editoriale pubblicando almeno un'opera libraria, nonché quelli inattivi, ossia quelli che hanno sospeso temporaneamente l'attività editoriale, non pubblicando alcuna opera libraria nell'anno di riferimento (definiti "a produzione nulla"). Sono esclusi, invece, gli editori che hanno dichiarato di aver cessato definitivamente ogni attività produttiva oppure che, pur continuando a operare con la stessa ragione sociale, hanno cessato definitivamente l'attività editoriale di produzione libraria a stampa.

Strategie e strumenti di rilevazione

L'Indagine sulla produzione libraria ha per oggetto tutte le opere librarie di almeno cinque pagine pubblicate nel corso dell'anno di riferimento.

Per opere librarie, in conformità alle indicazioni dell'Unesco per l'armonizzazione delle statistiche internazionali si intendono le pubblicazioni composte da almeno cinque pagine, esclusi i prodotti editoriali a carattere prettamente propagandistico o pubblicitario e le pubblicazioni informative di servizio (cataloghi, listini prezzi, orari ferroviari, elenchi telefonici e simili).

Le informazioni raccolte riguardano il numero di opere pubblicate, il numero di volumi di cui è composta l'opera, il tipo di edizione, il genere, la materia trattata, la lingua di pubblicazione, il numero di pagine, il prezzo, la tiratura e l'eventuale presenza di supporti elettronici allegati alla stampa, nonché alcuni aspetti sulle strategie d'impresa e le politiche di settore. Le classificazioni e le definizioni utilizzate per l'indagine si basano sulle indicazioni formulate dall'Unesco per l'armonizzazione a livello internazionale delle statistiche sull'attività editoriale.

Per aggiornare l'elenco iniziale delle unità oggetto di rilevazione, l'Istat provvede alla gestione di un archivio anagrafico informatizzato dei soggetti pubblici e privati che effettuano attività editoriale. I dati in archivio sono aggiornati in modo continuativo, sulla base di una ricognizione sistematica delle informazioni disponibili fornite da varie fonti, al fine di rilevare la presenza di nuovi editori. Le informazioni contenute nell'Archivio vengono inoltre aggiornate ed integrate sulla base delle informazioni dell'Archivio delle imprese attive dell'Istat (Asia), nonché dei dati forniti dagli editori intervistati nell'ambito della precedente edizione dell'indagine.

I dati riportati nel presente report descrivono l'attività editoriale svolta nell'anno 2016 rilevata nel corso del 2017. Ha risposto all'indagine il 90,2 per cento degli editori in archivio.

Per la rilevazione dei dati è stato utilizzato un modello autocompilabile in formato elettronico, con il quale ciascun rispondente descrive le principali caratteristiche di ciascuna opera pubblicata nel corso dell'anno di riferimento dell'indagine. Il questionario è corredato delle istruzioni per la compilazione ed è provvisto della normativa riguardante l'obbligo di risposta, le sanzioni previste in caso di inadempienza e la tutela della privacy.

Per favorire l'attività di risposta, il questionario on line è parzialmente precompilato con le informazioni e i dati anagrafici di ciascun editore già disponibili. La modalità di compilazione per via telematica favorisce la tempestività della rilevazione dei dati e la qualità delle informazioni raccolte, poiché prevede un programma di check automatico che segnala direttamente al rispondente eventuali risposte incompatibili, errori di coerenza (formale e di range), incongruenze e omissioni, che possono essere risolti nel corso della stessa compilazione.

A partire dal 1993, oltre ai dati sull'offerta editoriale, vengono rilevate ogni anno informazioni sulla lettura di libri nel tempo libero, sul numero di libri letti e sulla dotazione delle biblioteche domestiche. Tali dati vengono raccolti nell'ambito dell'indagine campionaria sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana", che fa parte di un sistema integrato di indagini sociali (Indagini Multiscopo) ed è volta a descrivere le abitudini e gli stili di vita dei cittadini.

In particolare, per lettori si intendono le persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Indagine "Aspetti della vita quotidiana"

Obiettivi conoscitivi dell'indagine

L'indagine "Aspetti della vita quotidiana" fa parte del sistema integrato di Indagini Multiscopo sulle famiglie avviato nel 1993 che ha l'obiettivo di produrre informazioni su individui e famiglie. Le informazioni statistiche raccolte, integrate con quelle desumibili da fonte amministrativa e dalle imprese, contribuiscono a determinare la base informativa del quadro sociale del Paese.

Attraverso la rilevazione sono indagate diverse aree tematiche, esplorate da un punto di vista individuale e familiare. I contenuti informativi possono essere raggruppati in quattro grandi aree: famiglia, abitazione e zona in cui si vive; condizioni di salute e stili di vita; cultura, socialità ed attività del tempo libero e interazione tra i cittadini e servizi.

Tra le informazioni raccolte inerenti alla cultura, socialità ed attività del tempo libero, ci sono quelle sul grado di soddisfazione degli individui per alcuni aspetti della vita (relazioni familiari e amicali, salute, situazione economica, tempo libero e lavoro), sul benessere soggettivo (soddisfazione per la vita nel complesso) e sul grado di fiducia interpersonale. Nella sezione dedicata alla famiglia sono invece i quesiti sulla percezione della situazione economica e i principali problemi della zona in cui si vive.

L'indagine rientra tra quelle comprese nel Programma statistico nazionale (<http://www.sistan.it/index.php?id=52>).

Cadenza e periodo di rilevazione

La rilevazione, di tipo campionario, è condotta con cadenza annuale nel primo trimestre dell'anno.

Popolazione di riferimento

La popolazione di interesse è costituita dalle famiglie residenti in Italia e dagli individui che le compongono, (sono escluse le persone che risiedono in istituti di convivenza). La famiglia è intesa come famiglia di fatto, ossia un insieme di persone coabitanti e legate da vincoli di matrimonio, parentela, affinità, adozione, tutela o affettivi. L'indagine è condotta su un campione di circa 24 mila famiglie.

Strategie e strumenti di rilevazione

L'intervista alla famiglia viene effettuata mediante tecnica Papi (Paper and Pencil interview) e prevede l'utilizzo di due questionari cartacei. Il primo è il questionario base della rilevazione che viene somministrato mediante intervista faccia a faccia. Questo modello è composto: da una "Scheda Generale", in cui si rilevano le relazioni di parentela ed altre informazioni di natura socio-demografica e socio-economica relative ai componenti della famiglia; dalle "Schede Individuali", una per ciascun componente della famiglia e da un "Questionario familiare" che contiene quesiti familiari ai quali risponde un solo componente adulto. L'altro è un modello somministrato per autocompilazione. Il modello viene consegnato dal rilevatore a ciascun componente della famiglia

e contiene quesiti che possono essere agevolmente compilati in autonomia dal rispondente anche senza l'intervento diretto del rilevatore.

Le informazioni vengono fornite direttamente da tutti gli individui di 14 anni e più, mentre i bambini e i ragazzi al di sotto dei 14 anni vengono intervistati in modalità proxy, ciò significa che è un genitore o un componente maggiorenne a fornire le informazioni in loro vece. Taluni quesiti della rilevazione, per la sensibilità dell'argomento trattato, prevedono la facoltà di non rispondere. Ulteriori informazioni sull'indagine Aspetti della vita quotidiana e i questionari utilizzati per la raccolta dei dati sono disponibili al seguente link: <http://www.istat.it/it/archivio/91926>.

La strategia campionaria e il livello di precisione delle stime

Disegno di campionamento

I domini di studio (gli ambiti di riferimento per i parametri di popolazione oggetto di stima) sono:

- l'intero territorio nazionale;
- le cinque ripartizioni geografiche (Italia nord-occidentale, Italia nord-orientale, Italia centrale, Italia meridionale, Italia insulare);
- le regioni geografiche (a eccezione del Trentino-Alto Adige le cui stime sono prodotte separatamente per le province di Bolzano e Trento);
- la tipologia comunale ottenuta suddividendo i comuni italiani in sei classi formate in base a caratteristiche socio-economiche e demografiche:

A) comuni appartenenti all'area metropolitana suddivisi in:

A1, comuni centro dell'area metropolitana: Torino, Milano, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari;

A2, comuni che gravitano intorno ai comuni centro dell'area metropolitana;

B) comuni non appartenenti all'area metropolitana suddivisi in:

B1, comuni aventi fino a 2.000 abitanti;

B2, comuni con 2.001-10.000 abitanti;

B3, comuni con 10.001-50.000 abitanti;

B4, comuni con oltre 50.000 abitanti.

Il disegno di campionamento è di tipo complesso e si avvale di due differenti schemi di campionamento.

I comuni sono suddivisi in due sottoinsiemi sulla base della popolazione residente, all'interno di aree ottenute dall'incrocio delle regioni con le sei tipologie comunali di cui sopra:

- l'insieme dei comuni Auto-rappresentativi (Ar) costituito dai comuni di maggiore dimensione demografica;

- l'insieme dei comuni Non auto-rappresentativi (Nar) costituito dai rimanenti comuni.

Nell'ambito dell'insieme dei comuni Ar, ogni comune è considerato come uno strato a sé stante e viene adottato un disegno noto con il nome di campionamento a grappoli. Le unità primarie di campionamento sono rappresentate dalle famiglie anagrafiche, estratte in modo sistematico, con probabilità uguali e senza reimmissione, dalle liste anagrafiche.

Nell'ambito dei comuni Nar viene adottato un disegno a due stadi con stratificazione delle unità primarie. In questo caso, i comuni costituiscono le unità primarie, le famiglie anagrafiche le unità secondarie. I comuni vengono selezionati con probabilità proporzionali alla loro dimensione demografica e senza reimmissione, mentre le famiglie vengono estratte in modo sistematico, con probabilità uguali e senza reimmissione dalle liste anagrafiche.

Per ogni famiglia anagrafica inclusa nel campione vengono rilevate le caratteristiche oggetto di indagine di tutti i componenti di fatto appartenenti alla famiglia medesima.

Procedimento per il calcolo delle stime

Le stime prodotte dall'indagine sono di frequenze assolute e relative, riferite alle famiglie e agli individui o stime di totali di variabili quantitative. Sono ottenute mediante uno stimatore di ponderazione vincolata. Il principio su cui è basato ogni metodo di stima campionaria è che le unità appartenenti al campione rappresentino anche le unità della popolazione che non sono incluse nel campione. Questo principio viene realizzato attribuendo a ogni unità campionaria un peso che indica il numero di unità della popolazione rappresentata dall'unità medesima.

Per esempio, se a un'unità campionaria viene attribuito un peso pari a 30, ciò indica che questa unità rappresenta se stessa e altre 29 unità della popolazione non incluse nel campione.

La procedura che consente di costruire i pesi finali da attribuire alle unità campionarie rispondenti, è articolata nelle seguenti fasi :

- 1) si calcolano i pesi diretti come reciproco della probabilità di inclusione delle unità;
- 2) si calcolano i fattori correttivi per mancata risposta totale, come l'inverso del tasso di risposta del comune cui ciascuna unità appartiene;
- 3) si ottengono i pesi base, o pesi corretti per mancata risposta totale, moltiplicando i pesi diretti per i corrispondenti fattori correttivi per mancata risposta totale;
- 4) si costruiscono i fattori correttivi che consentono di soddisfare, a livello regionale, la condizione di uguaglianza tra i totali noti delle variabili ausiliarie e le corrispondenti stime campionarie;
- 5) si calcolano, infine, i pesi finali mediante il prodotto dei pesi base per i fattori correttivi ottenuti al passo 4.

I fattori correttivi del passo 4 sono ottenuti dalla risoluzione di un problema di minimo vincolato, in cui la funzione da minimizzare è una funzione di distanza (opportunamente prescelta) tra i pesi base e i pesi finali e i vincoli sono definiti dalla condizione di uguaglianza tra stime campionarie dei totali noti di popolazione e valori noti degli stessi. La funzione di distanza prescelta è la funzione logaritmica troncata; l'adozione di tale funzione garantisce che i pesi finali siano positivi e contenuti in un predeterminato intervallo di valori possibili, eliminando in tal modo i pesi positivi estremi (troppo grandi o troppo piccoli).

Valutazione del livello di precisione delle stime

Al fine di valutare l'accuratezza delle stime prodotte da un'indagine campionaria è necessario tenere conto dell'errore campionario che deriva dall'aver osservato la variabile di interesse solo su una parte (campione) della popolazione. Tale errore può essere espresso in termini di errore assoluto (standard error) o di errore relativo (cioè l'errore assoluto diviso per la stima, che prende il nome di coefficiente di variazione, CV).

Nei prospetti B e C sono riportati gli errori relativi associati a determinati livelli di stima puntuale distinti per i vari domini di studio. Nel prospetto B ci sono gli errori relativi riferiti alle stime delle famiglie, mentre nel prospetto C quelli per le stime delle persone.

A partire dagli errori campionari relativi è possibile costruire l'intervallo di confidenza che con un prefissato livello di fiducia, contiene al suo interno il valore vero, ma ignoto, del parametro oggetto di stima. L'intervallo di confidenza è calcolato aggiungendo e sottraendo alla stima puntuale il suo errore campionario assoluto, moltiplicato per un coefficiente che dipende dal livello di fiducia; considerando il tradizionale livello di fiducia del 95%, il coefficiente corrispondente è pari a 1,96.

In pratica, data una stima puntuale, nei prospetti B (famiglie) o C (persone) si cerca in corrispondenza del dominio territoriale di interesse (colonne) il livello di stima più vicino a quello in esame (righe) per individuare l'errore relativo percentuale associato.

Nel prospetto A sono illustrate le modalità di calcolo per la costruzione dell'intervallo di confidenza delle stime puntuali riferite al numero di famiglie che dichiarano "adeguate" le proprie risorse economiche in Sicilia e al numero di persone di 14 anni e più che, in Italia, si dichiarano molto soddisfatte della propria salute.

PROSPETTO A. CALCOLO ESEMPLIFICATIVO DELL'INTERVALLO DI CONFIDENZA

	Famiglie in Sicilia che dichiarano "adeguate" le proprie risorse economiche	Persone in Italia molto soddisfatte della propria salute
Stima puntuale:	1.030.000	9.127.000
Errore relativo (CV)	3,9/100=0,039	1,1/100=0,011
Stima intervallare		
Semi ampiezza dell'intervallo:	$(1.030.000 \cdot 0,039) \cdot 1,96 = 78.733$	$(9.127.000 \cdot 0,011) \cdot 1,96 = 196.778$
Limite inferiore dell'intervallo di confidenza:	$1.030.000 - 78.733 = 951.267$	$9.127.000 - 196.778 = 8.930.222$
Limite superiore dell'intervallo di confidenza:	$1.030.000 + 78.733 = 1.108.733$	$9.127.000 + 196.778 = 9.323.778$

PROSPETTO B. VALORI INTERPOLATI DEGLI ERRORI CAMPIONARI RELATIVI PERCENTUALI DELLE STIME RIFERITE ALLE FAMIGLIE PER TOTALE ITALIA, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, TIPO DI COMUNE E REGIONE. Anno 2016

STIME	Italia	Nord	Nord-est	Centro	Mezzogiorno	Sud	Isole	A1	A2	B1	B2	B3	B4	
20.000	36,0	36,0	36,4	28,9	32,2	28,7	26,9	28,3	33,5	33,8	23,0	30,1	30,4	30,0
30.000	28,7	28,8	29,2	23,3	25,8	23,1	21,8	22,9	26,8	27,3	18,7	24,3	24,5	24,0
40.000	24,5	24,5	25,0	20,0	22,0	19,9	18,7	19,7	22,9	23,4	16,2	20,9	21,1	20,4
50.000	21,6	21,7	22,1	17,8	19,5	17,6	16,7	17,5	20,2	20,8	14,5	18,6	18,7	18,1
60.000	19,5	19,6	20,0	16,1	17,7	16,0	15,1	15,9	18,3	18,8	13,2	16,9	17,0	16,3
70.000	17,9	18,0	18,4	14,8	16,2	14,7	14,0	14,7	16,8	17,4	12,2	15,6	15,7	15,0
80.000	16,6	16,7	17,1	13,8	15,1	13,7	13,0	13,7	15,6	16,2	11,4	14,5	14,6	13,9
90.000	15,6	15,6	16,0	13,0	14,1	12,9	12,2	12,9	14,6	15,2	10,8	13,7	13,7	13,1
100.000	14,7	14,8	15,1	12,3	13,4	12,2	11,6	12,2	13,8	14,4	10,2	12,9	13,0	12,3
200.000	10,0	10,0	10,4	8,5	9,1	8,4	8,1	8,5	9,4	9,9	7,2	9,0	9,0	8,4
300.000	8,0	8,0	8,3	6,8	7,3	6,8	6,5	6,9	7,5	8,0	5,9	7,3	7,3	6,7
400.000	6,8	6,8	7,1	5,9	6,3	5,8	5,6	5,9	6,4	6,9	5,1	6,3	6,2	5,7
500.000	6,0	6,0	6,3	5,2	5,5	5,2	5,0	5,3	5,7	6,1	4,5	5,6	5,5	5,1
750.000	4,8	4,8	5,0	4,2	4,4	4,2	4,0	4,3	4,5	4,9	3,7	4,5	4,5	4,0
1.000.000	4,1	4,1	4,3	3,6	3,8	3,6	3,5	3,7	3,9	4,2	3,2	3,9	3,8	3,4
2.000.000	2,8	2,8	2,9	2,5	2,6	2,5	2,4	2,6	2,6	2,9	2,2	2,7	2,7	2,3
3.000.000	2,2	2,2	2,4	2,0	2,1	2,0	1,9	2,1	2,1	2,4	-	2,2	2,1	1,9
4.000.000	1,9	1,9	2,0	1,7	1,8	1,7	1,7	-	1,8	-	-	1,9	1,8	1,6
5.000.000	1,7	1,7	1,8	1,5	1,6	1,5	1,5	-	-	-	-	1,7	1,6	1,4
7.500.000	1,3	1,3	1,4	-	-	1,2	1,2	-	-	-	-	1,3	1,3	-
10.000.000	1,1	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15.000.000	0,9	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20.000.000	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25.000.000	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STIME	Piemonte	Valle	Liguria	Lombardia	Trentino-	Bolzano	Trento	Veneto	Friuli-	Emilia-	Toscana	Umbria		
20.000	28,1	7,1	21,4	41,3	13,1	12,0	13,2	30,4	18,7	30,3	27,6	17,1		
30.000	22,4	5,7	17,2	33,0	10,5	9,6	10,6	24,4	15,1	24,4	22,0	13,7		
40.000	19,1	4,9	14,7	28,1	9,0	8,2	9,1	20,9	12,9	20,8	18,8	11,7		
50.000	16,9	4,3	13,0	24,8	8,0	7,2	8,1	18,5	11,5	18,5	16,6	10,3		
60.000	15,3	3,9	11,8	22,4	7,2	6,5	7,4	16,7	10,4	16,7	15,0	9,3		
70.000	14,0	-	10,9	20,5	6,6	6,0	6,8	15,4	9,6	15,4	13,8	8,6		
80.000	13,0	-	10,1	19,0	6,2	5,6	6,3	14,3	9,0	14,3	12,8	8,0		
90.000	12,2	-	9,5	17,8	5,8	5,2	5,9	13,4	8,4	13,5	12,0	7,5		
100.000	11,5	-	9,0	16,8	5,5	4,9	5,6	12,7	8,0	12,7	11,4	7,0		
200.000	7,8	-	6,2	11,4	3,8	3,3	3,9	8,7	5,5	8,7	7,8	4,8		
300.000	6,2	-	5,0	9,1	3,0	-	-	7,0	4,4	7,0	6,2	3,8		
400.000	5,3	-	4,2	7,7	2,6	-	-	6,0	3,8	6,0	5,3	3,3		
500.000	4,7	-	3,8	6,8	-	-	-	5,3	3,4	5,3	4,7	-		
750.000	3,8	-	3,0	5,5	-	-	-	4,2	2,7	4,3	3,7	-		
1.000.000	3,2	-	2,6	4,6	-	-	-	3,6	-	3,7	3,2	-		
2.000.000	2,2	-	-	3,2	-	-	-	2,5	-	2,5	2,2	-		
STIME	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna				
20.000	20,5	35,6	18,0	9,8	28,8	28,1	12,8	20,3	30,6	20,6				
30.000	16,5	28,5	14,4	7,8	23,4	22,6	10,2	16,3	24,7	16,5				
40.000	14,1	24,4	12,3	6,7	20,2	19,3	8,7	14,0	21,2	14,2				
50.000	12,5	21,6	10,8	5,9	18,1	17,1	7,7	12,4	18,8	12,5				
60.000	11,4	19,6	9,8	5,4	16,5	15,5	7,0	11,3	17,1	11,4				
70.000	10,5	18,0	9,0	5,0	15,2	14,3	6,4	10,4	15,7	10,4				
80.000	9,7	16,7	8,3	4,6	14,2	13,3	6,0	9,6	14,7	9,7				
90.000	9,1	15,7	7,8	4,3	13,4	12,4	5,6	9,1	13,8	9,1				
100.000	8,6	14,8	7,4	4,1	12,7	11,7	5,3	8,6	13,0	8,6				
200.000	6,0	10,2	5,0	2,8	8,9	8,1	3,6	5,9	9,0	5,9				
300.000	4,8	8,2	4,0	-	7,3	6,5	2,9	4,7	7,3	4,7				
400.000	4,1	7,0	3,4	-	6,3	5,5	-	4,1	6,3	4,1				
500.000	3,6	6,2	3,0	-	5,6	4,9	-	3,6	5,6	3,6				
750.000	2,9	5,0	2,4	-	4,6	3,9	-	2,9	4,5	2,9				
1.000.000	-	4,2	-	-	4,0	3,4	-	-	3,9	-				
2.000.000	-	2,9	-	-	2,8	-	-	-	2,7	-				

PROSPETTO C. VALORI INTERPOLATI DEGLI ERRORI CAMPIONARI RELATIVI PERCENTUALI DELLE STIME RIFERITE ALLE PERSONE PER TOTALE ITALIA, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, TIPO DI COMUNE E REGIONE. Anno 2016

STIME	Italia	Nord	Nord-	Nord-est	Centro	Mezzogiorno	Sud	Isole	A1	A2	B1	B2	B3	B4
20.000	45,2	45,1	44,4	33,7	36,2	34,2	31,4	30,9	37,3	37,6	25,0	35,9	36,7	35,0
30.000	35,3	35,1	34,7	26,4	28,4	27,1	24,9	24,6	29,1	29,7	19,8	28,3	29,0	27,3
40.000	29,7	29,4	29,1	22,2	24,0	22,9	21,2	20,9	24,5	25,1	16,9	24,0	24,5	22,9
50.000	25,9	25,6	25,4	19,4	21,0	20,1	18,6	18,4	21,4	22,1	14,9	21,0	21,5	20,0
60.000	23,2	22,9	22,8	17,4	18,8	18,1	16,8	16,6	19,1	19,8	13,4	18,9	19,3	17,9
70.000	21,2	20,8	20,7	15,8	17,2	16,6	15,4	15,2	17,4	18,1	12,3	17,3	17,7	16,3
80.000	19,5	19,2	19,1	14,6	15,9	15,3	14,3	14,1	16,1	16,8	11,4	16,0	16,3	15,0
90.000	18,2	17,9	17,8	13,6	14,8	14,3	13,3	13,2	15,0	15,7	10,6	14,9	15,3	14,0
100.000	17,1	16,7	16,7	12,8	13,9	13,5	12,6	12,4	14,0	14,7	10,0	14,0	14,3	13,1
200.000	11,2	10,9	10,9	8,4	9,2	9,0	8,5	8,4	9,2	9,8	6,8	9,4	9,6	8,6
300.000	8,8	8,5	8,5	6,6	7,3	7,1	6,7	6,7	7,2	7,8	5,4	7,4	7,6	6,7
400.000	7,4	7,1	7,2	5,5	6,1	6,0	5,7	5,7	6,1	6,6	4,6	6,3	6,4	5,6
500.000	6,4	6,2	6,3	4,8	5,4	5,3	5,0	5,0	5,3	5,8	4,0	5,5	5,6	4,9
750.000	5,0	4,8	4,9	3,8	4,2	4,2	4,0	4,0	4,1	4,5	3,2	4,3	4,4	3,8
1.000.000	4,2	4,0	4,1	3,2	3,5	3,6	3,4	3,4	3,5	3,8	2,7	3,7	3,7	3,2
2.000.000	2,8	2,6	2,7	2,1	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	2,6	1,8	2,4	2,5	2,1
3.000.000	2,2	2,1	2,1	1,6	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	2,0	1,5	1,9	2,0	1,6
4.000.000	1,8	1,7	1,8	1,4	1,6	1,6	1,5	1,5	1,5	1,7	1,2	1,6	1,7	1,4
5.000.000	1,6	1,5	1,5	1,2	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,5	-	1,4	1,5	1,2
7.500.000	1,3	1,2	1,2	0,9	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	1,2	-	1,1	1,2	0,9
10.000.000	1,1	1,0	1,0	0,8	0,9	0,9	0,9	-	0,9	-	-	1,0	1,0	0,8
15.000.000	0,8	0,8	0,8	0,6	0,7	0,7	0,7	-	-	-	-	0,8	0,8	0,6
20.000.000	0,7	0,6	0,7	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
25.000.000	0,6	0,6	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-

STIME	Piemonte	Valle	Liguria	Lombardia	Trentino-	Bolzano	Trento	Veneto	Friuli-	Emilia-	Toscana	Umbria
20.000	30,4	6,2	21,3	46,5	12,8	11,6	12,2	32,1	18,4	32,0	27,7	16,6
30.000	23,8	4,9	16,9	36,4	10,1	9,1	9,7	25,2	14,7	25,2	21,9	13,1
40.000	19,9	4,1	14,3	30,6	8,5	7,6	8,2	21,2	12,5	21,2	18,6	11,0
50.000	17,4	3,6	12,6	26,8	7,5	6,7	7,2	18,6	11,0	18,6	16,3	9,7
60.000	15,5	3,2	11,3	24,0	6,7	6,0	6,5	16,7	9,9	16,7	14,7	8,7
70.000	14,1	2,9	10,4	21,9	6,2	5,4	5,9	15,2	9,1	15,2	13,4	7,9
80.000	13,0	2,7	9,6	20,2	5,7	5,0	5,5	14,0	8,5	14,0	12,4	7,3
90.000	12,1	2,5	9,0	18,8	5,3	4,7	5,1	13,1	7,9	13,1	11,6	6,8
100.000	11,4	2,4	8,4	17,6	5,0	4,4	4,8	12,3	7,5	12,3	10,9	6,4
200.000	7,4	1,6	5,7	11,6	3,3	2,9	3,2	8,1	5,0	8,1	7,3	4,3
300.000	5,8	-	4,5	9,1	2,6	2,2	2,6	6,4	4,0	6,4	5,8	3,3
400.000	4,9	-	3,8	7,6	2,2	1,9	2,2	5,4	3,4	5,4	4,9	2,8
500.000	4,2	-	3,3	6,7	-	1,6	1,9	4,7	3,0	4,7	4,3	2,5
750.000	3,3	-	2,6	5,2	-	-	1,5	3,7	2,4	3,7	3,4	1,9
1.000.000	2,8	-	-	4,4	-	-	-	3,1	2,0	3,1	2,9	1,6
2.000.000	1,8	-	-	2,9	-	-	-	2,1	1,4	2,1	1,9	-
3.000.000	1,4	-	-	2,3	-	-	-	1,6	-	1,6	1,5	-
4.000.000	1,2	-	-	1,9	-	-	-	1,4	-	1,4	1,3	-
5.000.000	1,0	-	-	1,7	-	-	-	1,2	-	1,2	-	-

STIME	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna
20.000	20,1	38,6	18,5	8,9	32,6	29,6	12,9	20,6	33,3	20,9
30.000	15,9	30,5	14,5	7,0	25,9	23,6	10,2	16,6	26,4	16,5
40.000	13,4	25,7	12,2	5,9	22,0	20,1	8,7	14,2	22,3	14,0
50.000	11,8	22,6	10,7	5,1	19,4	17,8	7,6	12,6	19,6	12,3
60.000	10,6	20,3	9,6	4,6	17,5	16,1	6,9	11,4	17,7	11,1
70.000	9,7	18,5	8,8	4,2	16,0	14,7	6,3	10,5	16,2	10,1
80.000	9,0	17,1	8,1	3,8	14,9	13,7	5,8	9,8	15,0	9,4
90.000	8,4	16,0	7,6	3,6	13,9	12,8	5,5	9,2	14,0	8,7
100.000	7,9	15,0	7,1	3,4	13,1	12,1	5,1	8,7	13,2	8,2
200.000	5,3	10,0	4,7	2,2	8,8	8,2	3,5	6,0	8,8	5,5
300.000	4,2	7,9	3,7	1,7	7,0	6,5	2,7	4,8	7,0	4,4
400.000	3,5	6,7	3,1	-	6,0	5,6	2,3	4,1	5,9	3,7
500.000	3,1	5,8	2,7	-	5,3	4,9	2,1	3,6	5,2	3,2
750.000	2,4	4,6	2,2	-	4,2	3,9	-	2,9	4,1	2,6
1.000.000	2,1	3,9	1,8	-	3,6	3,3	-	2,5	3,5	2,2
2.000.000	-	2,6	-	-	2,4	2,3	-	1,7	2,4	-
3.000.000	-	2,0	-	-	1,9	1,8	-	-	1,9	-
4.000.000	-	1,7	-	-	1,6	1,5	-	-	1,6	-
5.000.000	-	1,5	-	-	1,4	-	-	-	1,4	-