



IDEE

Ragazzi, il nemico è lo smartphone La nuova scommessa degli editori

MARIA TORNIELLI a pagina 15

IL MERCATO YOUNG

Il nemico è lo smartphone La nuova via degli editori per portare i libri ai ragazzi

I numeri delle ricerche raccontano una disparità con le ore trascorse al cellulare
Un panorama a due velocità: bene nella fascia 0-5 anni. E Sellerio lancia una collana

MARIA TORNIELLI

C'è uno strano paradosso nel mercato editoriale del nostro paese: l'Italia invecchia, eppure crescono le vendite di libri per i piccolissimi, quella fascia d'età che va da zero a cinque anni. È uno dei tanti dati che emergono dalla ricerca dell'Osservatorio Kids dell'Associazione italiana editori, presentata nei giorni scorsi durante la Bologna Children's Book Fair.

Sui numeri si è già detto e scritto molto: emerge chiaramente la disparità tra le ore che i ragazzi dedicano alla lettura di libri (tra i dieci e i 14 anni sono in media una e tre quarti) e a quelle che invece passano concentrati sugli smartphone (quasi dieci e mezza). Si sottolinea un lieve calo delle vendite (-0,4 per cento) dei libri per bambini e ragazzi. Con un mercato "a due velocità": «Mentre i libri destinati ai bambini 0-5 anni sono cresciuti nell'ultimo anno del 9,2 per cento a valore», si legge nel report, quelli per la fascia tra i sei e i nove anni «sono calati dell'8,8 per cento». E quelli per i ragazzi tra i dieci e i 14 del 10,3 per cento.

«Da una parte c'è un forte investimento di tempo e risorse da parte degli adulti per avvicinare i più piccoli ai libri fin dai primissimi mesi di vita», ha commentato il direttore

dell'Aie Fabio Del Giudice. «Dall'altra parte, la concorrenza di tablet e smartphone rende difficoltoso il passaggio dei bambini e poi dei ragazzi alla lettura autonoma: il mercato cala nelle fasce di età più alte e il disinteresse cresce». Insomma, gli editori italiani si devono chiedere come intercettare (e poi coltivare) questi nuovi lettori. E le strade scelte per farlo sembrano essere almeno un paio: una maggiore semplificazione del linguaggio e fare affidamento su quelli che si possono definire (male) «usato sicuro» oppure (meglio) classici moderni della letteratura per l'infanzia. Non è un caso che l'attenzione a Bologna sia stata concentrata molto anche su una serie di compleanni: i cinquant'anni della Pimpa di Altan, gli 80 di Pippi Calzelunghe, i 25 di Geronimo Stilton.

Le sfide per gli editori

Gli editori devono comunque fare i conti con la sfida che è emersa dai dati presentati alla fiera di Bologna, ovvero con quello che è anche uno «spostamento all'indietro della polarizzazione tra lettori forti e lettori deboli», dice Enrico Racca, direttore editoriale dei Libri per ragazzi del gruppo Mondadori. «La fascia dei lettori della secondaria di primo grado soffre un po' dappertutto», aggiunge, «come emerge anche dal confronto con i colleghi stranieri. I fattori sono

tanti: smartphone, ma anche la preponderanza di libri che nascono per una fascia d'età più alta». La preoccupazione è sentita da tutti gli editori: «Si sta investendo in libri per loro, perché una volta persi quei lettori sono persi per sempre», dice Racca. «Già l'anno scorso noi abbiamo lanciato la collana Ossigeno, per quella fascia d'età. Libri che guardano già a temi più da grandi, ma con forme che vanno incontro a lettori meno forti: capitoli più brevi, linguaggio più semplice». È proprio questa una delle tendenze trasversali nel settore. Tanto che, segnala Racca, hanno sempre più fortuna gli editori che si dedicano al pubblico con Bes (Bisogni educativi speciali). «Un'altra macro-tendenza che vediamo è che il mercato non è più così anglo-centrico: già da un po' di tempo hanno preso spazio anche i paesi nordici o la Corea».

Un'altra tendenza è quella di puntare sui prodotti che hanno già una lunga storia di successo: «L'appeal della nostalgia non si sente solo nel mercato dell'audiovisivo: in questo senso per noi gli anniversari celebrati quest'anno sono stati molto importanti. Ha compiuto 25 anni Geronimo Stilton. Abbiamo rilanciato la collana di picture book Mondadori. Leggere le figure, anche con una mostra a Bologna. E poi c'è la collana Bur Ragazzi: per il centesimo numero abbiamo ripubblicato un'e-

dizione speciale del pamphlet di Katherine Rundell, *Perché dovrei leggere libri per ragazzi anche se sei vecchio e saggio*, con una serie di contributi. Abbiamo chiesto ad autori, librai ed esperti di raccontarci il loro classico preferito».

Novità in giallo

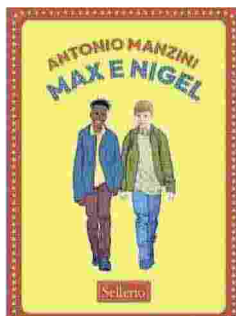
Nonostante il calo di cui si è parlato, quello dell'editoria per l'infanzia è un settore a cui si affacciano anche realtà che fino a ora gli erano rimaste estranee. Una delle novità più recenti, presentate proprio alla fiera bolognese, è la collana di Sellerio La memoria dei ragazzi dedicata ai lettori dai nove anni in su. «Nuovi ed esigenti lettori», si legge nella presentazione dell'iniziativa. I due primi titoli sono *Guardie e ladri. Dieci avventure del commissario Montalbano*, una raccolta di racconti di Andrea Camilleri curata da Giordano Meacci e Marta Vesco, e *Maxe Nigel*, un romanzo di Antonio Manzini. I libri sono usciti l'1 aprile.

«Volevamo andare incontro a un nuovo pubblico, più giovane, e capire i loro gusti, le logiche di questo mondo», dice Antonio Sellerio. «Abbiamo scelto di iniziare con due dei nostri autori più rappresentativi», prosegue il direttore editoriale di Sellerio. «Andrea Camilleri, fondamentale per la nostra storia e di cui quest'anno ricorre il centenario della nascita, e Antonio Manzini, og-



gi nostra firma di punta». Anche qui, comunque, ci si inserisce in una tradizione che ha una lunga storia: «Entriamo in un mondo con un livello di professionalità altissimo e in questo genere, quello dei gialli per ragazzi, esistono già realtà di grande livello. Ma anche noi possiamo fare bene in questo nostro piccolo spazio», conclude Sellerio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



098157