

5 dicembre 2023 11:53

ITALIA: Oltre metà italiani legge di più grazie al digitale

La possibilità di acquistare libri online incentiva la lettura: circa 1 lettore su 2 (52,7%) dichiara infatti di leggere di più grazie alle librerie online. Sette italiani su 10 (69,3%) ritengono che il web faciliti la scoperta di nuovi autori e titoli online, rendendo quindi più accessibile il mondo della scrittura e dell'editoria.

Prima di acquistare un libro in un negozio fisico, 6 lettori su 10 (61%) consultano almeno una fonte di informazione online: le recensioni, i siti di e-commerce di libri, gli articoli sulle testate d'informazione. Sono alcuni dei risultati emersi da NetRetail Books, uno studio sulle abitudini di lettura e gli acquisti digitali di libri degli italiani, realizzato da Netcomm, il Consorzio per il Commercio Digitale Italiano, con il supporto di Amazon, che saranno presentati nella giornata di apertura della fiera 'Più libri più liberi', il 6 dicembre alle 18:00 alla Sala Aldus de La Nuvola, a Roma. La ricerca si basa su un sondaggio su un campione rappresentativo della popolazione online di circa 2.000 italiani, formato da uomini e donne di età superiore ai 15 anni che accedono regolarmente al web con diversi dispositivi.

"Questa ricerca dimostra che il digitale è una risorsa chiave per la diffusione e il consumo di cultura nel nostro paese, rendendola sempre più accessibile a tutti" commenta Roberto Liscia, presidente di Netcomm. "L'integrazione tra canali - cosiddetta multicanalità o omnicanalità - svolge un ruolo fondamentale anche nella lettura e nella sua diffusione. Per il lettore alla ricerca di un titolo, canale fisico e online non si escludono a vicenda e sono sempre più integrati e complementari" spiega Liscia.

"Se l'ampiezza di catalogo disponibile nei canali online agevola i lettori che cercano un'esperienza rapida e agile, dall'altra le librerie fisiche possono offrire un'esperienza di tipo sensoriale altrettanto importante, motivo per cui i libri per ragazzi e bambini sono tra i generi più venduti offline perché necessitano di un'esperienza tattile e diretta. Secondo lo studio, infatti, 2 lettori su 3 (63,7%) pensano che i negozi online e le librerie fisiche siano complementari ed è per questo che non c'è più alcuna ragione di trattare distintamente i due canali" aggiunge il presidente di Netcomm.

La ricerca di NetRetail Books mostra anche che la quota di lettori di libri è decisamente più elevata tra le donne: legge il 55% delle donne contro il 44,2% degli uomini. Rispetto alle abitudini per generazione, è stato rilevato che le fasce d'età con maggiore propensione alla lettura sono gli over 65 (53,8% di lettori) e gli under 25 (52,4%). Inoltre gli italiani abituati a leggere libri su qualsiasi formato (cartaceo, digitale, audiolibro) sono il 49,6% della popolazione, con una maggiore propensione per la carta (43%) rispetto ai formati digitali (22,3%) e agli audiolibri (11%), anche se quattro su dieci leggono libri su due o più formati.

Dagli intervistati emerge che i lettori che più si affidano all'online per informazioni di lettura sono quelli di età compresa tra i 25 e i 44 anni. La rilevanza dell'eCommerce per la scoperta di nuovi titoli e autori cresce invece con la propensione alla lettura: per i lettori forti è il secondo touchpoint (28,8%), ovvero punto di interesse, solo dopo le raccomandazioni di amici e conoscenti (44,2%).

Seguono i contenuti social di influencer e BookTokers (25,2%), le vetrine (25,2%) e le recensioni online (24,5%).

Più le persone leggono, più acquistano libri differenziando i canali (online e offline). Infatti, oltre il 70% dei lettori forti ha un approccio multicanale all'acquisto. Anche le abitudini di acquisto rivelano una tendenza sempre più forte verso l'omnicanalità: quasi il 60% degli acquirenti ha acquistato sia in negozio che online negli ultimi 12 mesi.

(ANSA)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)