

# I diritti degli editori. Il mercato del copyright del libro per ragazzi nel 2014.

Giovanni Peresson ([giovanni.peresson@aie.it](mailto:giovanni.peresson@aie.it))

Lorenza Biava ([lorenza.biava@aie.it](mailto:lorenza.biava@aie.it))



La compravendita di diritti nell'editoria  
italiana per ragazzi / Quinto rapporto 2015



Il mercato domestico **rappresenta sempre meno il solo e unico mercato di sbocco** dell'editoria italiana per ragazzi . I dati demografici **(+1,1%)** e di mercato **(+5,7% nel 2014 a valore, +3,1% nel 2013, ma -6,2% nel 2012)** in assenza di politiche pubbliche di promozione della lettura infantile **(-12,7% 6-10 anni e -2,6% tra 11-14 anni)**, di risorse per lo sviluppo delle collezioni nelle biblioteche pubbliche, e in quelle scolastiche – hanno indicato alle case editrici di libri per bambini e ragazzi la necessità (l'imprescindibilità) di pensare fin dall'inizio a valorizzare:

- **progetti editoriali,**
- l' **innovazione** e la **qualità grafico / narrativa,**
- **characters nuovi,**
- **iniziative di coedizione e attività di licencing,**

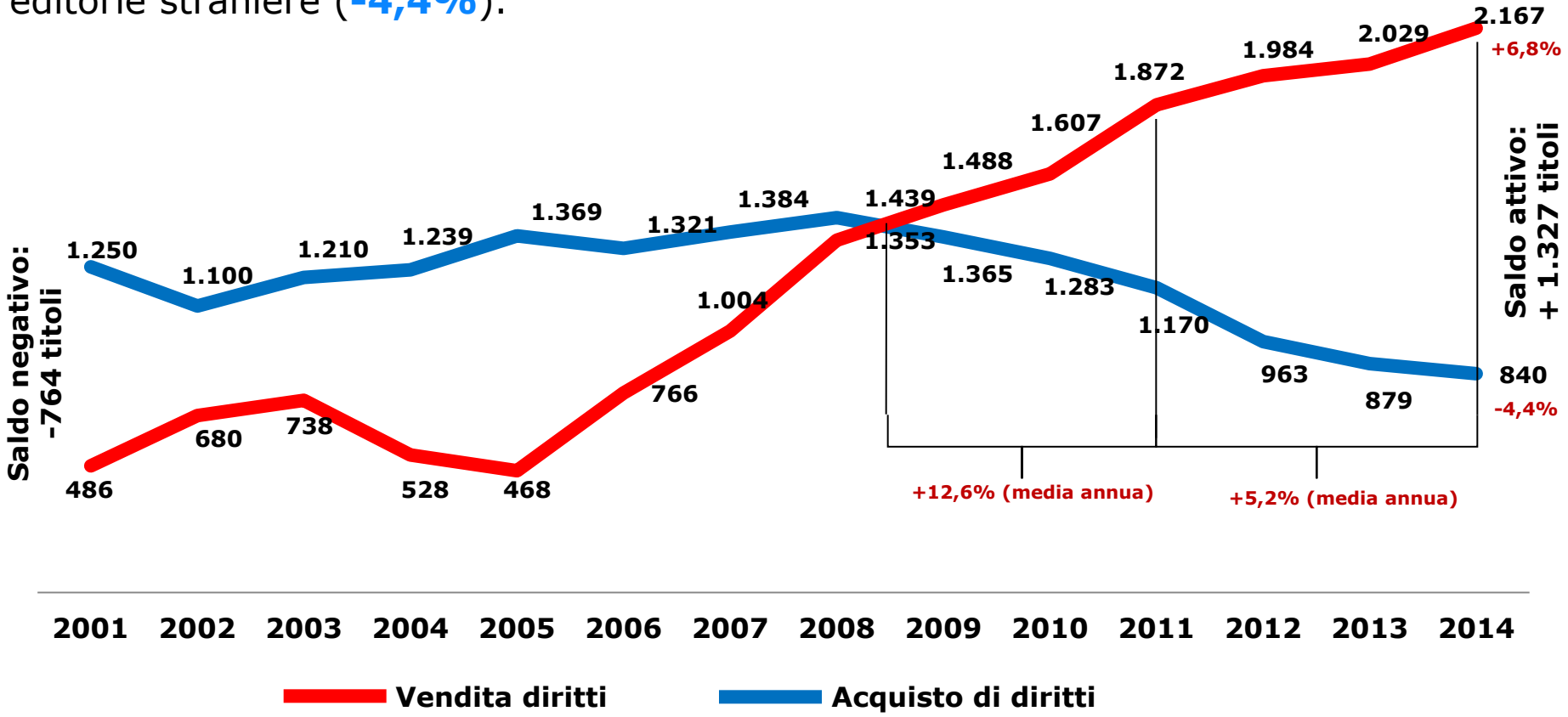
per i mercati internazionali. Che è quello che le case editrici – piccole e grandi – hanno fatto a partire dalla fine/inizio del decennio scorso.

Da qui la decisione del **Gruppo editori per ragazzi dell'Aie** ha deciso di continuare a monitorare (per il **quinto anno consecutivo**) l'andamento dell'import / export del settore.

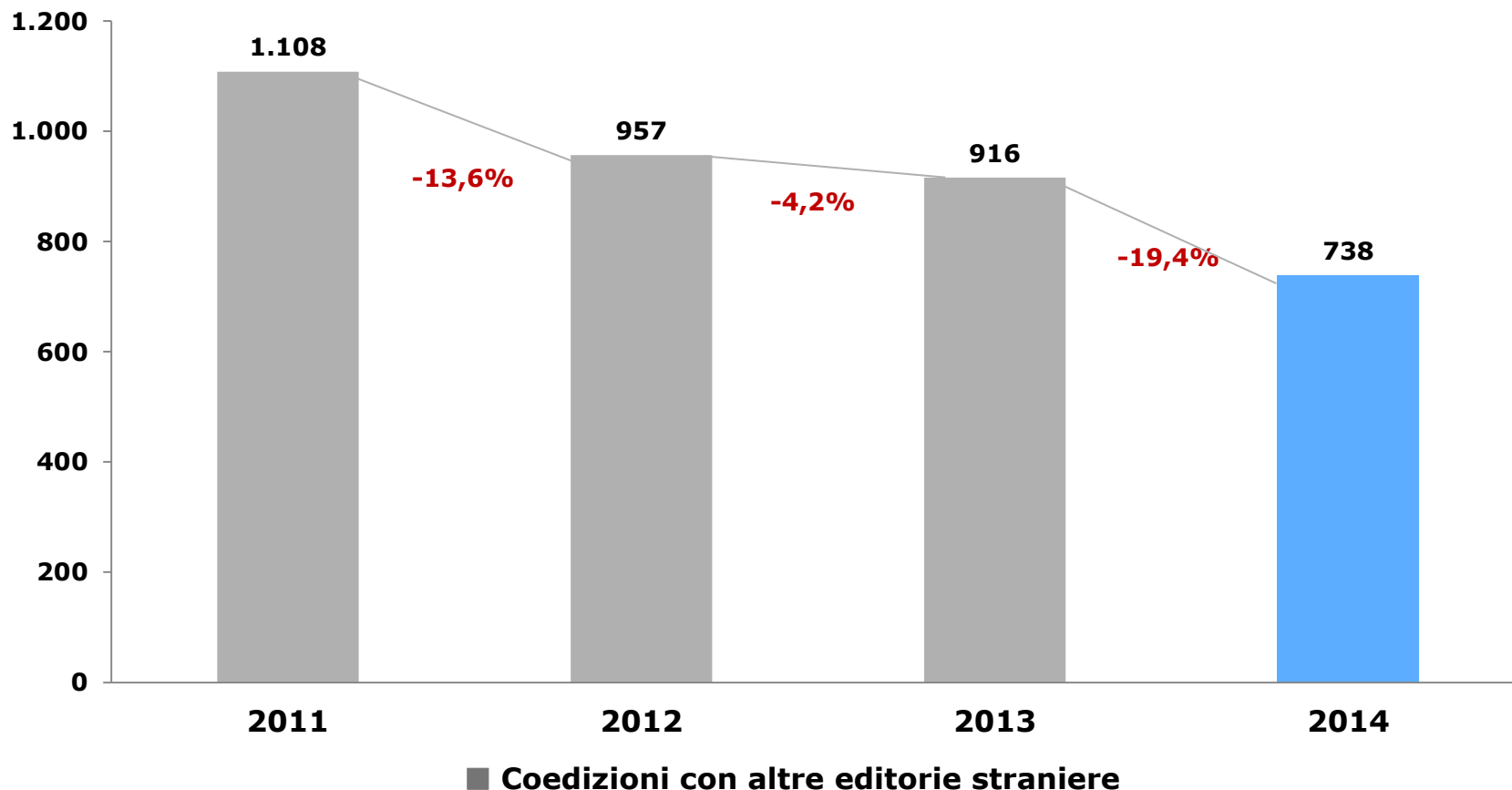
I dati elaborati si riferiscono a case editrici che **coprono il 75% della produzione** per bambini e ragazzi dalle case editrici italiane (195), e sono stati raccolti nel **febbraio 2015** e **fanno riferimento alla situazione di mercato al 2014.**

Dal 2001 si è progressivamente ridotta la «forbice» e il disavanzo tra acquisto e vendita di diritti di edizione nell'editoria per ragazzi. Tra 2009 e 2010 il quadro è andato in **«attivo»**: **oggi si mantiene oltre i mille titoli**.

Nel 2014 sono stati venduti **2.167 diritti di edizione, ma con un trend di crescita (+6,8%)** che è migliore alla media dell'ultimo periodo (**+5,2%**). La forbice import / export si è accentuata anche per un minor ricorso all'acquisto di diritti da editorie straniere (**-4,4%**).



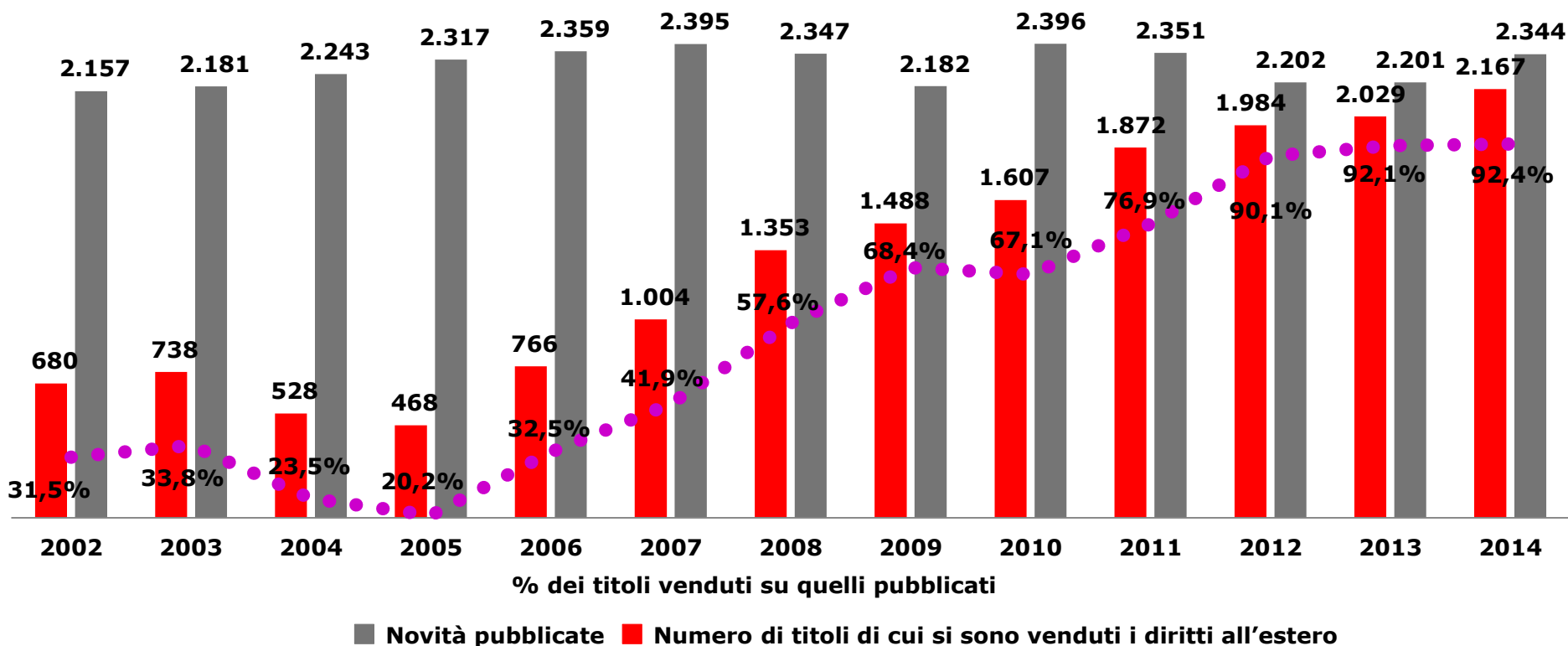
Il processo di internazionalizzazione del settore ragazzi si accentua se si prendono in considerazione i dati relativi alle **coedizioni**. Pur in calo restano una parte importante del settore in un contesto di mercato internazionale non particolarmente favorevole.



Un numero crescente di titoli continua a essere «**pensato**» già come un libro che può avere uno sbocco internazionale: erano il **31,5%** nel 2002; oggi sono **l'92,4%**.

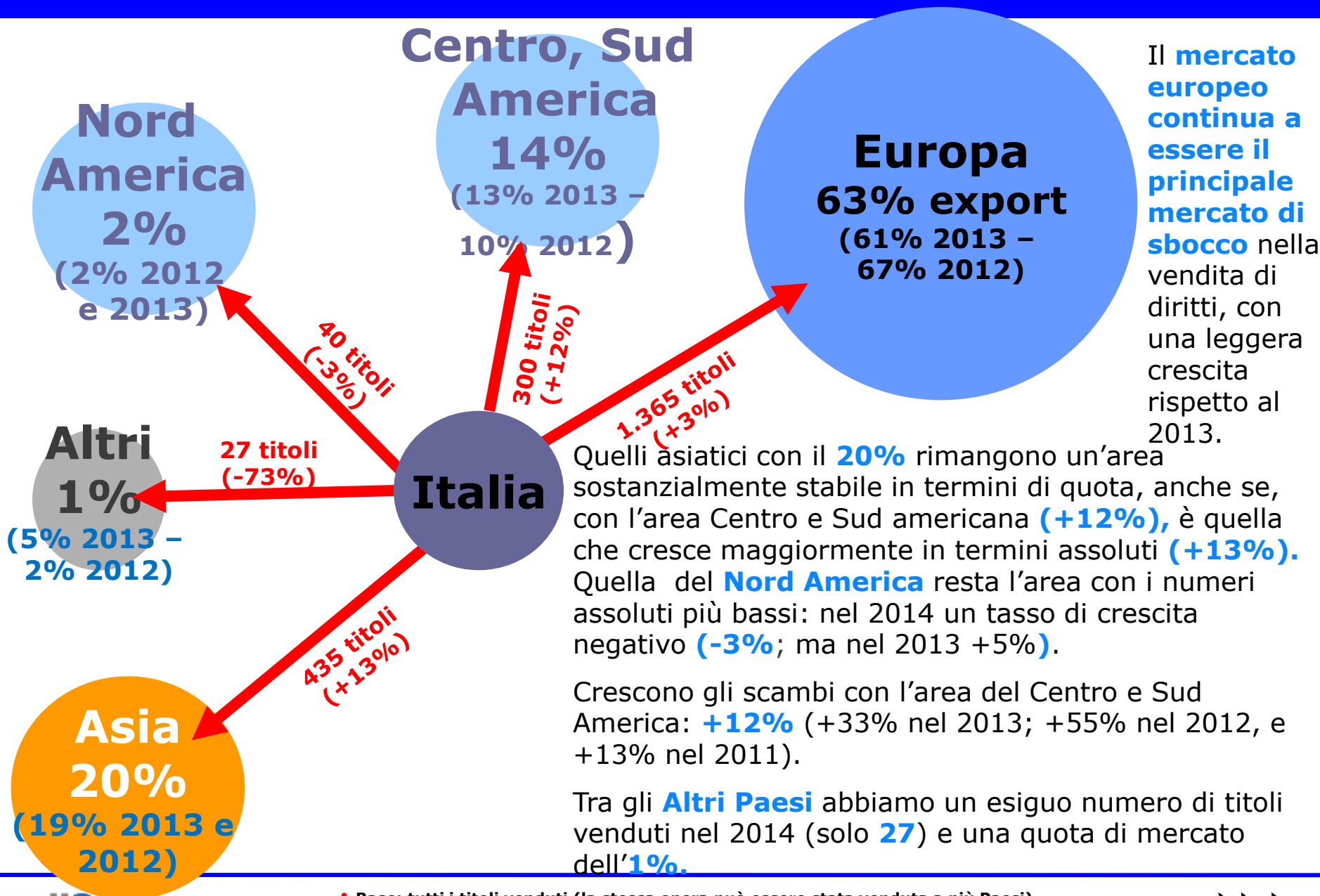
Significa una nuova e diversa politica degli autori (narratori, illustratori); qualità grafica; attività di coedizione. Ma significa, probabilmente, anche la valorizzazione di parte degli autori (narratori / illustratori) presenti nel catalogo delle case editrici.

L'avvio della valorizzazione del catalogo e di titoli pubblicati in precedenza.





# Le aree editoriali verso cui si vendono i diritti (2013).

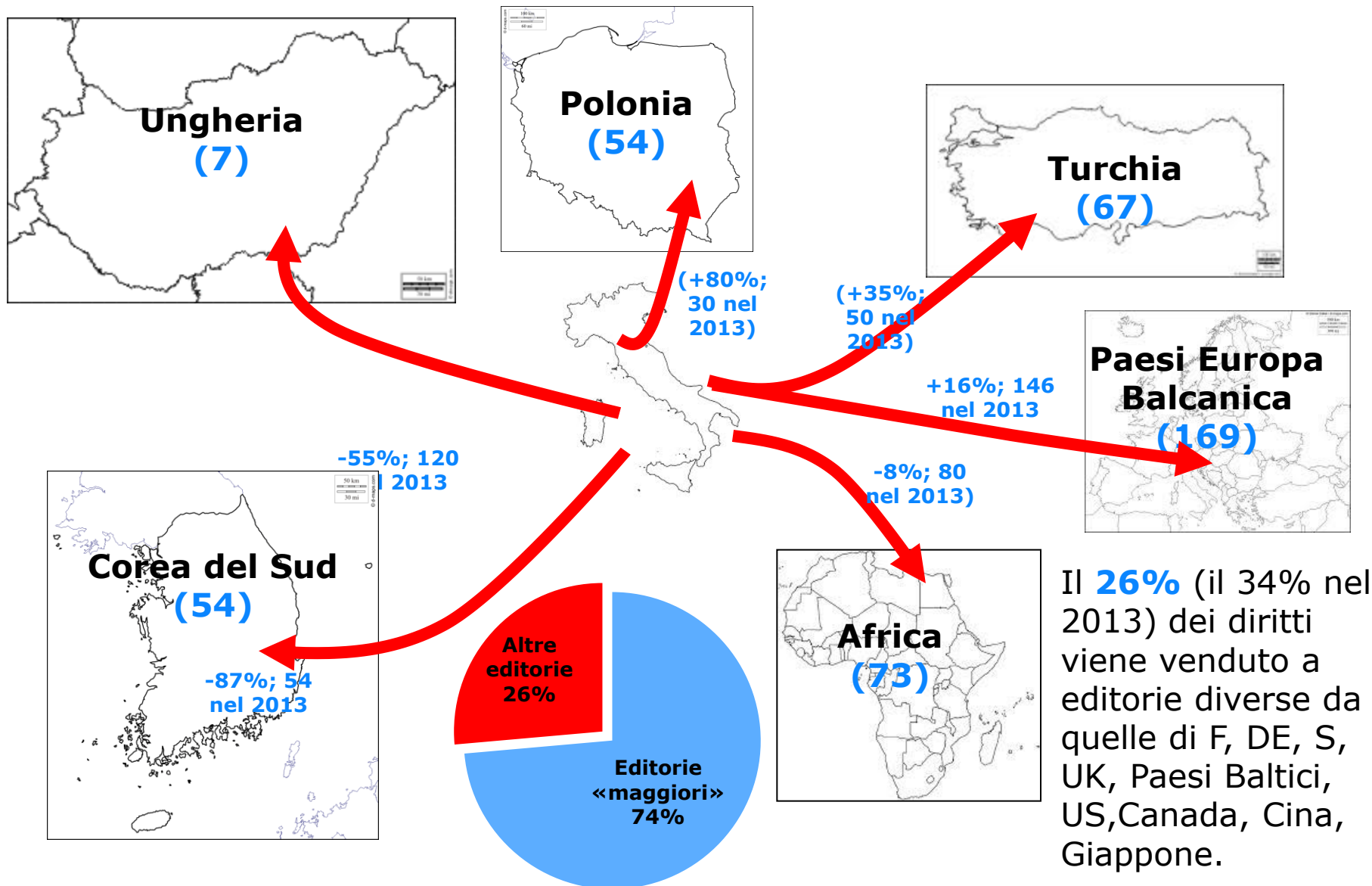


• Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)

Fonte: Ufficio studi Associazione Italiana Editori

© Associazione Italiana Editori – Ufficio studi (marzo 2015)

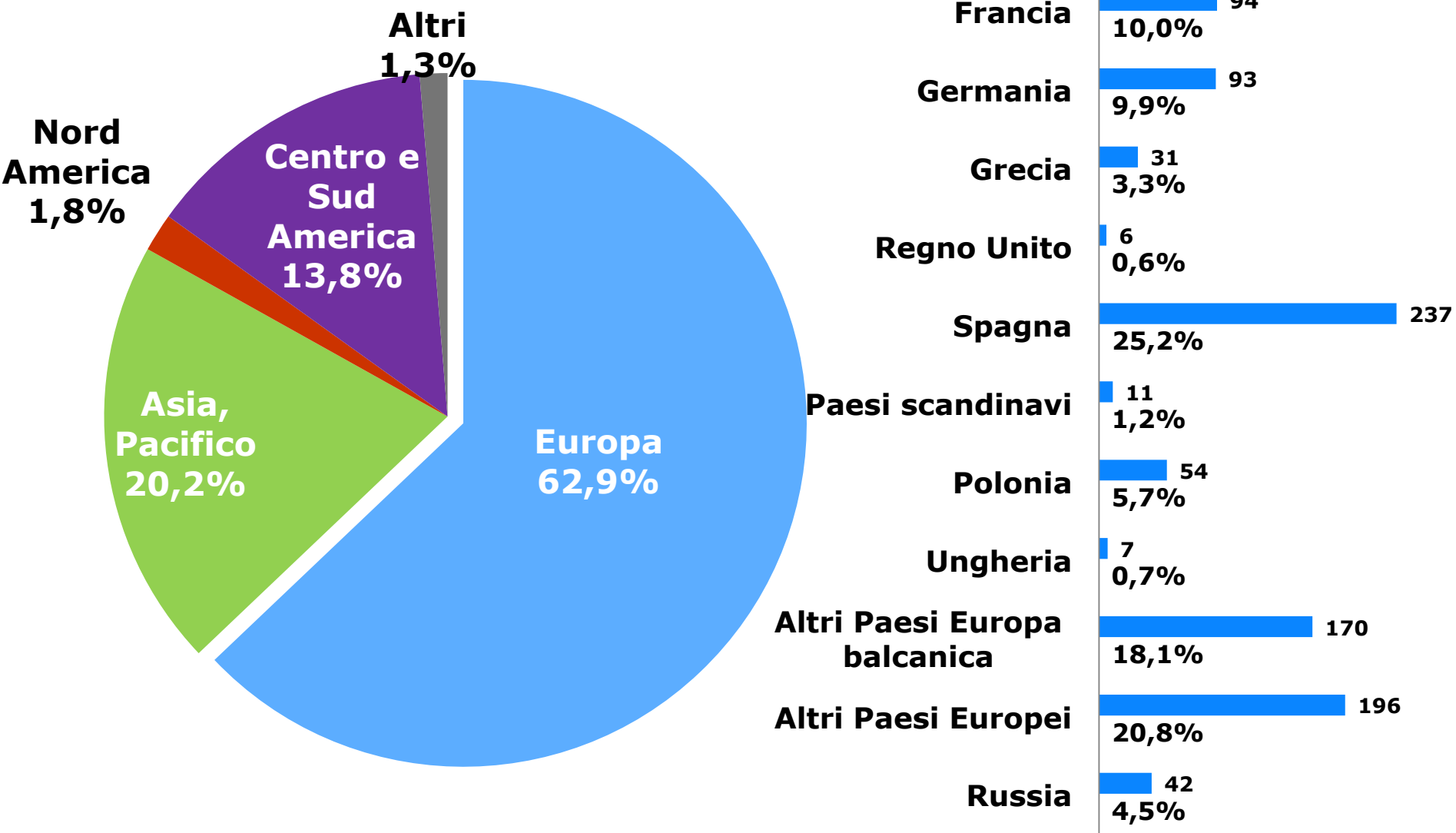
# Un quarto dei diritti verso le editorie emergenti



\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)



# I Paesi europei verso cui si vendono i diritti (2014)

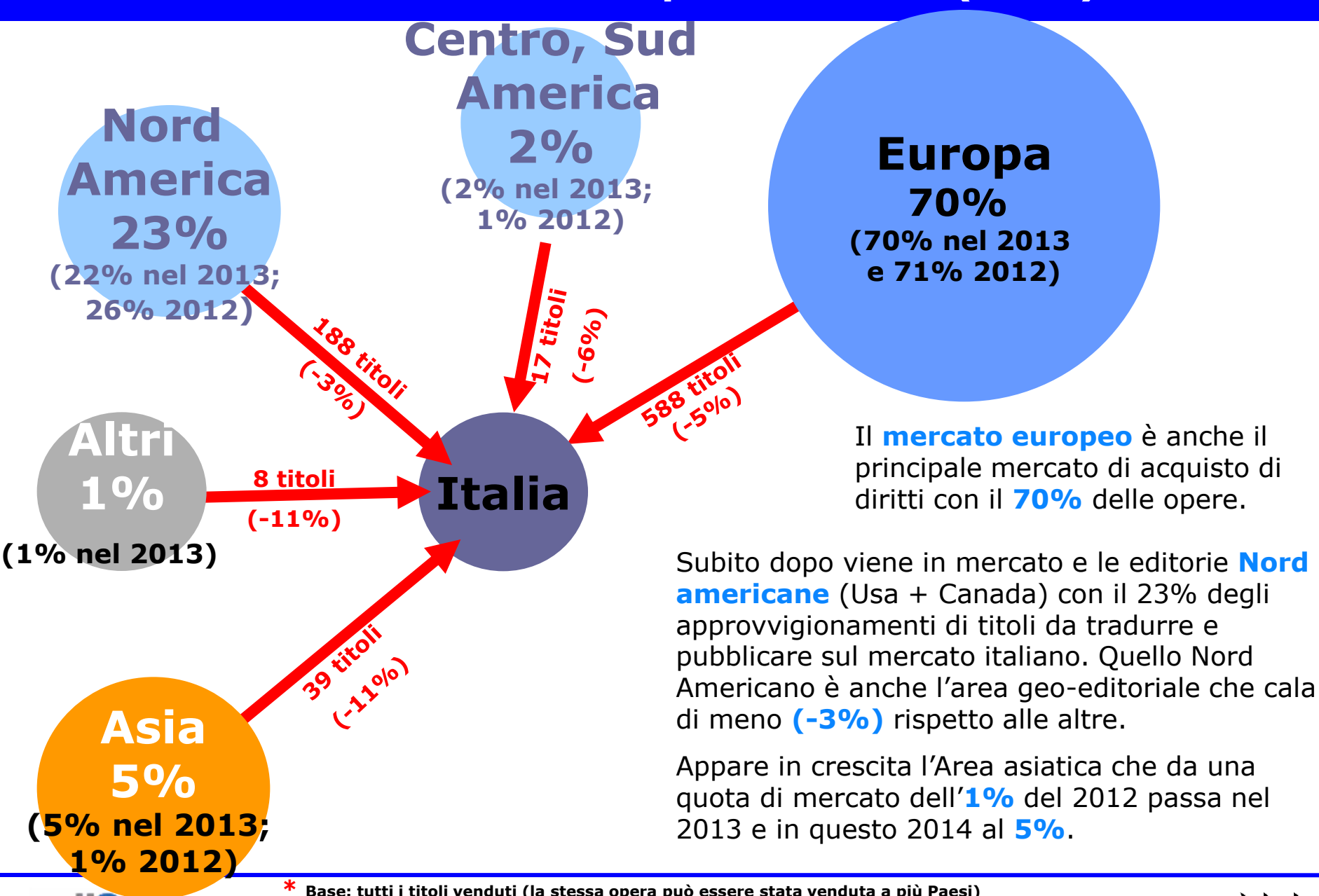


\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)

Fonte: Ufficio studi Associazione Italiana Editori

© Associazione Italiana Editori – Ufficio studi (marzo 2015)

# Le aree editoriali da cui si comprano i diritti (2014)



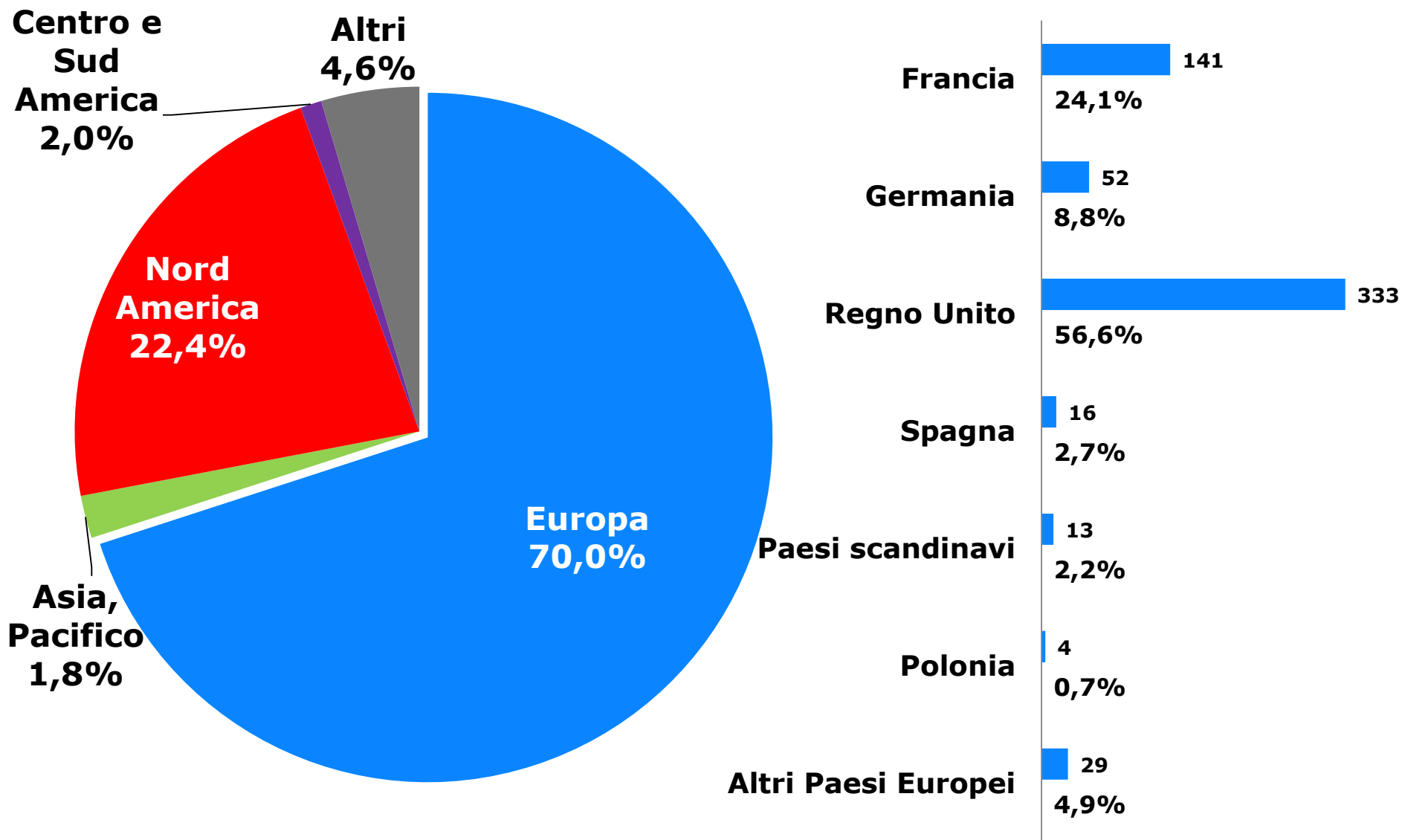
Il **mercato europeo** è anche il principale mercato di acquisto di diritti con il **70%** delle opere.

Subito dopo viene in mercato e le editorie **Nord americane** (Usa + Canada) con il 23% degli approvvigionamenti di titoli da tradurre e pubblicare sul mercato italiano. Quello Nord Americano è anche l'area geo-editoriale che cala di meno (**-3%**) rispetto alle altre.

Appare in crescita l'Area asiatica che da una quota di mercato dell'**1%** del 2012 passa nel 2013 e in questo 2014 al **5%**.

\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)

# I Paesi europei da cui si comprano i diritti (2014)

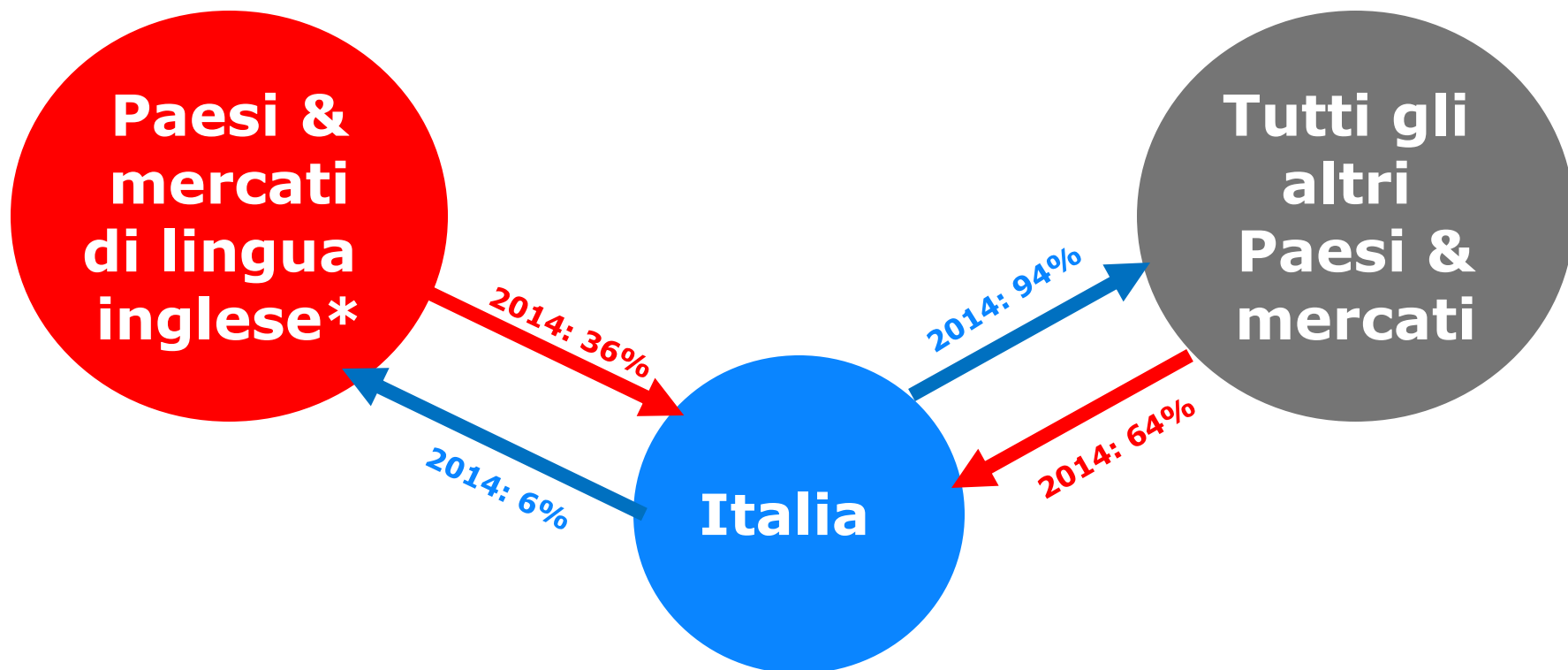


\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)

# Il deficit verso Uk + USA (2014)

All'interno di questo quadro continua a restare la **difficoltà di entrare nei mercati di lingua inglese** (Usa + UK) dove il **disavanzo rimane ampiamente negativo e trasversale a tutto il comparto editoriale** (cfr. **Chad W. Post, Italian Publishing Research Project, dicembre 2014, a cura di ICE-Chicago**): pur diminuendo in misura significativa (-46%) resta comunque importante (si comprano quasi 180 titoli in più di quanti se ne vendono).

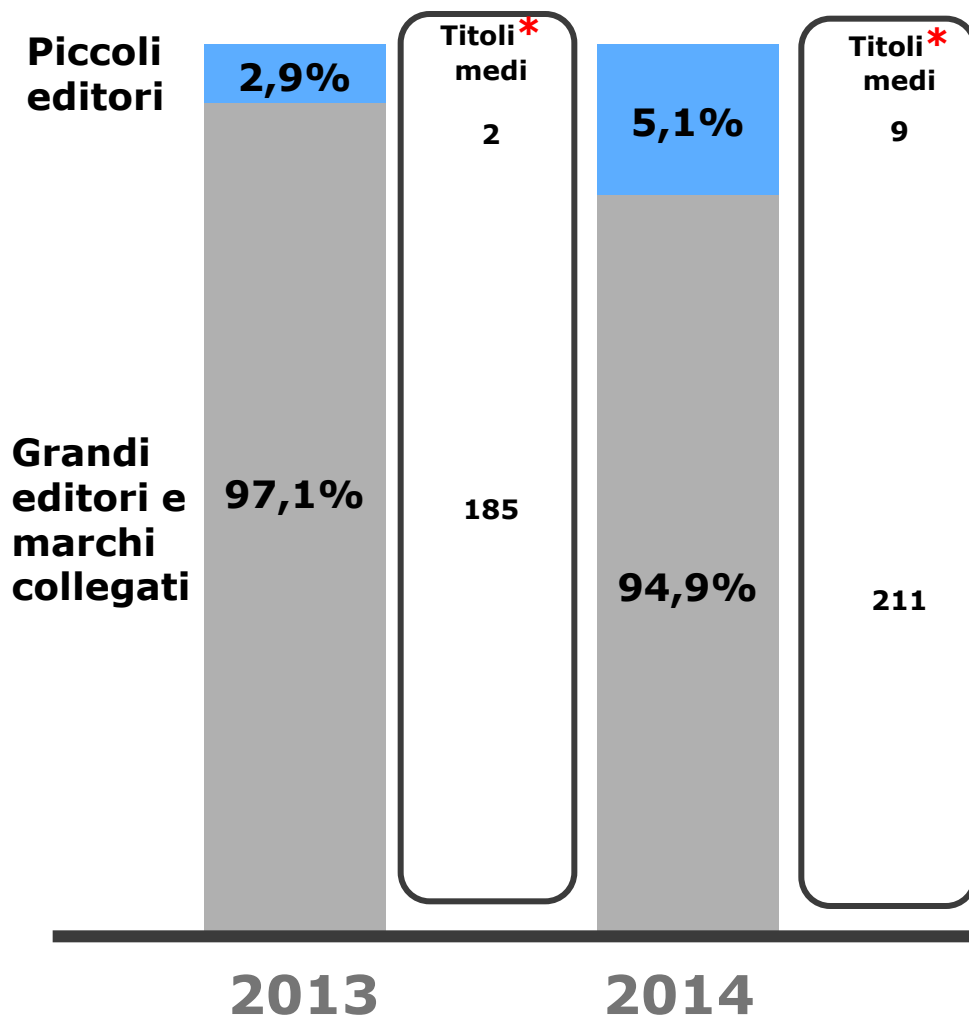
Aspetto ancor più grave in quanto la traduzione in lingua inglese rappresenta (in logiche esponenziali) la chiave di apertura anche altri mercati linguistici.



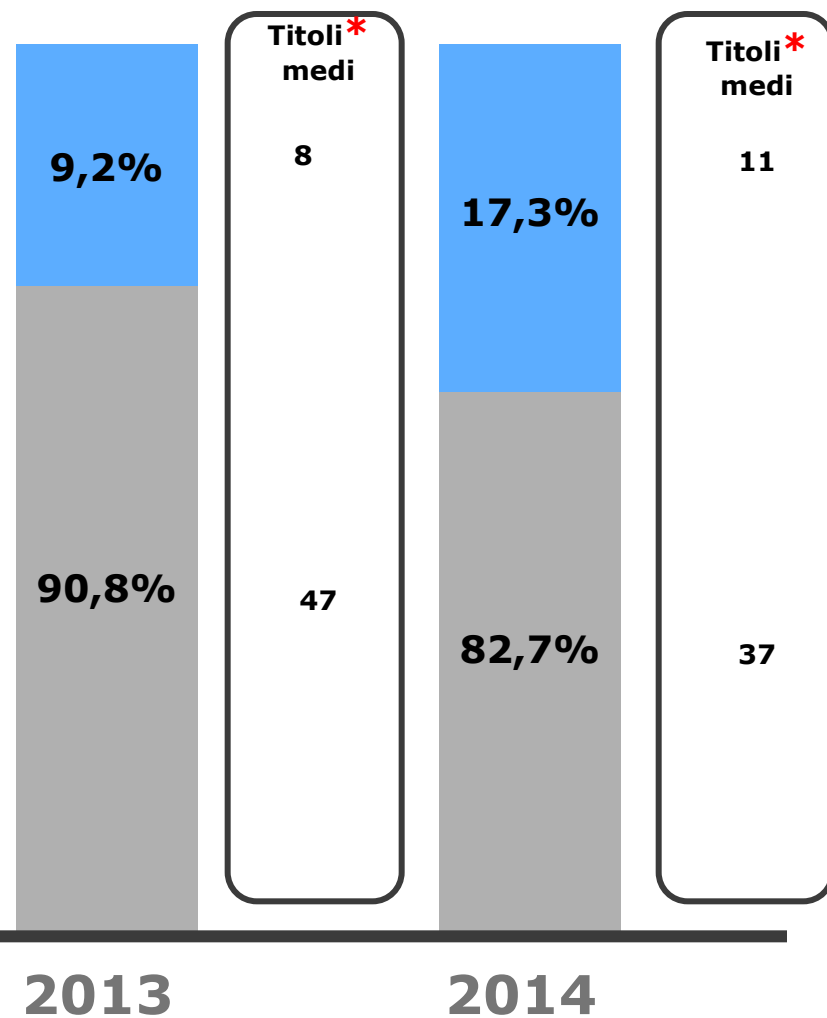
\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi); UK + Usa + Canada + Australia, + NZ.

# Per i piccoli editori resta elevato il «costo della transazione».

## Vendita diritti



## Acquisto diritti



\* Base: tutti i titoli venduti (la stessa opera può essere stata venduta a più Paesi)

Fonte: Ufficio studi Associazione Italiana Editori

© Associazione Italiana Editori – Ufficio studi (marzo 2015)



**Grazie!**