

Presentata una ricerca dell'Aie sulle letture di bambini e ragazzi al tempo dei video e dei social network

Tiktoker e youtuber sul podio ma il vecchio libro sfiora il "cool"

Ogni volta che il settore editoriale deve fare i conti con i risultati delle vendite di prodotti cartacei tra i più giovani tremano i polsi un po' a tutti. Che bambini e ragazzi leggano poco di questi tempi è a dir poco scontato così come che la loro scelta verta ormai prevalentemente sul consumo di contenuti video e di immagini. Eppure non sembra tutto scontato. Secondo i dati del 2020 della ricerca "Bambini e ragazzi tra libri, app e podcast nell'anno del Covid-19" (realizzata dall'ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori, in collaborazione con Pepe Research e Bologna Children's Book Fair e presentata in occasione della Fiera del libro per ragazzi in programma fino al 17 giugno sulla piattaforma online dedicata), c'è qualche spiraglio: sono il 77%, infatti, i lettori nella fascia d'età 0-14 anni contro il 61% della popolazione adulta. "Se si considerano solo i libri a stampa, esclusi quindi audiolibri, ebook e app editoriali, sono lettori il 72% contro il 55% degli adulti. I lettori più assidui si trovano nella

fascia 4-6 anni dove sono il 93%, valore che scende all'84% tra 7-9 anni e al 65% tra 10-14 anni. Nella fascia 0-3 anni, sono lettori il 77%, considerando i bambini che manipolano libri tattili, utilizzano libri da colorare o sfogliano fiabe e brevi racconti accompagnati da un adulto". Una ricerca che fa ben sperare o quantomeno che dà ossigeno alle prerogative di chi crede che nell'editoria per bambini e ragazzi si possa ancora investire. "Il libro fisico, nonostante lo sviluppo del digitale, rimane centrale - si legge nella ricerca- il 69% di chi legge lo fa solo con libri a stampa o tattili. Il 29% utilizza sia supporti analogici che digitali, il 2% solo digitali. Soprattutto nella fascia 7-14 anni sono sempre più popolari contenuti editoriali legati a personaggi di serie tv, youtuber, tiktoker". Inoltre, Youtube è utilizzato dall'82% nella fascia 4-14 anni per guardare cartoni animati, film e video, il 64% utilizza social network e sistemi di messaggistica. "La lettura si inserisce sempre più in una rete di altre attività e di consumi culturali legate alla re-

te, ai social, alle immagini e per questo assume forti elementi di occasionalità", afferma Gianni Peresson, responsabile dell'ufficio studi di Aie. La ricerca è stata presentata nell'ambito del Bologna Children's Book Fair, che conta oltre 250 eventi, tra quelli organizzati dalla fiera e quelli degli espositori, porta in forma digitale il format tradizionale Bcbf (Bologna Children's Book Fair), offrendo tutte le aree tematiche che hanno reso la Fiera, nei suoi quasi 60 anni, l'unico evento mondiale interamente dedicato al mondo dell'editoria per ragazzi in tutte le sue sfaccettature. "Il programma online della prima edizione di Bologna Book Plus è pensato per dare voce al settore editoriale globale nella sua meravigliosa resilienza, creatività e innovatività. - dice Jacks Thomas, a Guest Director BB-Plus - Un giorno potremo ripensare a questo periodo come a una fase di reset che ha scompigliato le carte alla nostra industria che, come sempre, riflette così accuratamente il mondo intero".

An. Ben.

