

VEDRAI OBSERVATORY

L'Editoria Italiana tra carta, pixel e mercati globali

*Consumi culturali, trasformazione digitale e internazionalizzazione
Analisi 2015–2025 e Outlook strategico 2026–2030*

Vedrai Observatory
Vedrai S.p.A.

Marzo 2026

Nel 2024, mentre il mercato librario interno perdeva quasi 60 milioni di euro di acquisti da parte dei lettori più giovani a causa del ridimensionamento della 18app, gli editori italiani vendevano all'estero 8.484 diritti di traduzione, registrando il miglior risultato di sempre. Un'industria che rallenta entro i confini nazionali ma accelera oltre frontiera: due velocità, un'unica filiera.

L'editoria italiana è la quarta in Europa e la sesta al mondo, con un giro d'affari che ha raggiunto i 3,4 miliardi di euro nel picco del 2023. È la prima industria culturale del Paese, davanti a cinema, musica e videogiochi messi insieme. Eppure, il dibattito pubblico la racconta quasi sempre come un'industria in declino, assediata dagli schermi.

I dati raccontano una storia più complessa: un decennio di trasformazione profonda, segnato dalla pandemia, dalla rivoluzione digitale dei canali distributivi, dalla riscoperta della libreria fisica come luogo di esperienza e da una vocazione internazionale che cresce di anno in anno. Comprendere queste dinamiche è essenziale per chiunque guidi un'impresa culturale — o investa in essa.

Le tendenze di lungo periodo preoccupano. Non preoccupano.

L'IDEA IN SINTESI

IL PROBLEMA

Il mercato del libro italiano si è contratto nel 2024–2025, con un calo del 2% a valore del solo trade. Calo demografico, riduzione degli incentivi pubblici e concorrenza dei media digitali mettono sotto pressione la domanda interna.

LA RICERCA

Analisi della serie storica del mercato editoriale italiano 2015–2025, con focus su: evoluzione dei consumi culturali, dinamica fisico vs digitale nei canali e nei formati, performance dell'export editoriale. Fonte principale: dati AIE/NielsenIQ-GfK.

IL RISULTATO

Il mercato interno è fragile ma non è in crollo. La vera opportunità strategica è l'internazionalizzazione: i diritti venduti all'estero sono quadruplicati in vent'anni, da 1.800 nel 2001 a oltre 8.400 nel 2024. L'editoria italiana ha un brand globale da costruire con continuità.

IL DECENNIO DELLA TRASFORMAZIONE: 2015–2025

Il mercato editoriale italiano valeva circa 2,8 miliardi di euro nel 2015. Dieci anni dopo si aggira attorno ai 3,1–3,2 miliardi, nonostante una fase di flessione. Tra questi due numeri, però, c'è un mondo di cambiamenti: la pandemia ha agito come acceleratore di tendenze già in atto, e la normalizzazione post-Covid ha ridisegnato equilibri che sembravano stabili.

Fino al 2019, il mercato cresceva a ritmo moderato: circa 2–4% l'anno, trainato dall'espansione dell'e-commerce librario e dagli incentivi pubblici, in particolare dalla 18app introdotta nel 2016. Il biennio 2020–2021 ha poi segnato un'accelerazione straordinaria: nel 2021 la varia ha fatto registrare +16% a valore rispetto all'anno precedente, posizionando l'Italia seconda in Europa per crescita dopo la Spagna.

Anno	Fatturato tot. (Mld €)	Varia Trade (Mld €)	Var. % a.a.	Diritti venduti	Note
2015	~2,8	~1,18	+1,2%	~4.500	Mercato stabile
2016	~2,9	~1,21	+2,5%	~5.000	Crescita moderata
2017	~2,9	~1,24	+2,5%	~5.500	Consolidamento
2018	~3,0	~1,29	+4,0%	~6.200	Boom 18app
2019	~3,1	~1,38	+7,0%	~6.800	Pre-pandemia
2020	~3,0	~1,36	-1,4%	~7.500	COVID: -e-commerce +
2021	3,43	1,70	+16%	8.033	Anno record
2022	3,39	1,67	-2,3%	7.889	Assestamento
2023	3,44	~1,72	+1,1%	7.838	Tenuta
2024	3,23	1,52	-0,9%	8.484	Ospite d'Onore Buchmesse
2025*	~3,1	~1,48	-2,1%	nd	Flessione mercato interno

Il dato strutturale più importante è che nel 2022 gli italiani hanno acquistato 13 milioni di copie in più rispetto al 2019: la pandemia ha creato lettori nuovi, o ha riportato alla lettura persone che si erano allontanate. La sfida è stata poi mantenere questa domanda una volta terminata l'emergenza sanitaria.

Nel 2021 l'editoria italiana ha cresciuto del 16% a valore: il miglior risultato europeo dopo la Spagna. Il problema è stato mantenere quella domanda.

La risposta a questa sfida è stata parzialmente positiva: il 2022 e il 2023 hanno mostrato un'industria capace di assestarsi su livelli superiori al pre-pandemia. Ma nel 2024 è iniziata una flessione strutturale, con le vendite trade che hanno chiuso a 1,522 miliardi di euro, in calo dello 0,9% rispetto al 2023. I primi nove mesi del 2025 hanno confermato la tendenza: -2% a valore e -2,7% a copie.

Le cause sono molteplici e si intrecciano: il calo demografico riduce la base dei lettori potenziali, l'eliminazione del fondo per le biblioteche e il ridimensionamento delle carte cultura per i diciottenni hanno tolto quasi 60 milioni di euro di domanda incentivata in due anni, e i nuovi comportamenti di consumo culturale (video brevi, podcast, serie streaming) competono per il tempo libero delle persone.

DIGITALE VS FISICO: LA GRANDE CONVERGENZA

Il dibattito «ebook vs libro cartaceo» che ha animato i mercati anglosassoni negli anni Dieci in Italia non ha mai avuto la stessa intensità. L'ebook ha occupato una nicchia stabile ma limitata, mentre la vera rivoluzione digitale si è giocata sui canali di distribuzione, non sui formati.

Prima della pandemia, la distribuzione era equilibrata: le librerie fisiche raccoglievano circa il 55% del mercato, l'online il 30%, la grande distribuzione (supermercati, catene) circa il 15%. Il Covid ha sconvolto questi equilibri: con le librerie chiuse, l'online ha sfiorato il 40% del mercato già nel 2020, e ha mantenuto quella quota anche nel 2021 e 2022.

Anno	eBook (M€)	Audiolibri (M€)	Online % mercato	Librerie fisiche %	GDO %	Note
2019	~68	~8	~30%	~55%	~15%	Pre-covid
2020	~97	~12	~37%	~49%	~14%	Boom pandemia
2021	86	24	~38%	~47%	~15%	Picco ebook
2022	79	25	~40%	~49%	~11%	Normaliz.
2023	~76	~27	40,7%	54,7%	4,6%	Riequilibrio
2024	~74	30	40,2%	55,5%	4,4%	Fisico riconquista
2025*	~70	~30	40%	55,6%	4,5%	Stabilità canali

La Rivincita della Libreria Fisica

A partire dal 2023 è emerso un fenomeno inatteso: la libreria fisica ha iniziato a riguadagnare quote di mercato. Nel 2024 le librerie fisiche raccoglievano il 55,5% del mercato trade, contro il 40,2% dell'online. Un'inversione che si spiega con un fattore culturale preciso: la libreria non è più solo un punto vendita, ma un luogo di esperienza, di consulenza, di comunità.

La catena Feltrinelli ha investito nel 2024 in mappatura dei lettori e connessione con il territorio. Ubik, la catena di Messaggerie, è stata pensata come presidio a supporto delle librerie indipendenti. Questo cambio di paradigma — dalla vendita di libri alla creazione di esperienze culturali — ha dimostrato di essere un modello resiliente.

Il lato oscuro di questa tendenza è la sofferenza delle librerie indipendenti: nel 2025 hanno registrato un calo del 7,5% nelle copie vendute, più del doppio rispetto alle catene. In dieci anni si sono perse oltre 1.000 librerie indipendenti. La frammentazione del mercato penalizza le realtà senza economie di scala.

L'ebook vale circa 74 milioni di euro: il 4,8% del mercato trade. La vera rivoluzione digitale si è giocata sui canali, non sui formati.

Audiolibri: Crescita Reale, Dimensioni Contenute

Gli audiolibri hanno vissuto il loro momento di gloria durante la pandemia: il valore degli abbonamenti è passato da 8 milioni di euro nel 2019 a 24 milioni nel 2021, con una crescita del 37% in un solo anno. Da allora, la crescita si è stabilizzata: nel 2024 il segmento vale circa 30 milioni di euro, con il 14% della popolazione che dichiara di ascoltare audiolibri.

Si tratta di numeri ancora contenuti rispetto al mercato anglosassone, ma la direzione è chiara: l'ascolto "audiolibrario" è un'abitudine in consolidamento, soprattutto tra le generazioni giovani e tra chi non si identifica come lettore tradizionale. Per molti editori, gli audiolibri sono diventati uno strumento di allargamento della base dei fruitori culturali.

EXPORT EDITORIALE: IL VERO ASSET STRATEGICO

Mentre il mercato interno flette, la vocazione internazionale dell'editoria italiana cresce con continuità. È il dato strutturale più importante dell'ultimo decennio, e il meno discusso nel dibattito pubblico.

Nel 2001 l'Italia vendeva 1.800 diritti di traduzione all'estero. Nel 2023, erano 7.838. Nel 2024, grazie anche al ruolo di Ospite d'Onore alla Frankfurter Buchmesse, il numero ha raggiunto 8.484, con un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente e del +10% nelle coedizioni. Un percorso di crescita quadruplicata in poco più di vent'anni.

L'EXPORT IN NUMERI

VENDITA DIRITTI 2024

8.484 contratti (+8% vs 2023). Miglior risultato storico, trainato dall'effetto Buchmesse 2024 dove l'Italia era Ospite d'Onore.

GENERI PIÙ ESPORTATI

Libri per bambini e ragazzi (35%), saggistica di divulgazione (20%), narrativa per adulti (19%), manualistica (9%), fumetti (5%). L'Italia è una potenza mondiale nel segmento ragazzi.

MERCATI DI SBocco

Europa 62% degli acquisti (Spagna, Francia, Polonia, Grecia, Germania i principali), Asia 18%, America Latina 6%, Medio Oriente 5%, USA e Canada 3%.

OPPORTUNITÀ

I mercati anglofoni e ispanofoni restano sotto penetrati. Il mercato USA — il più grande al mondo — assorbe meno del 2% dei diritti italiani. Ampio margine di crescita.

Il successo dell'export si concentra in alcuni generi specifici. L'Italia è una potenza mondiale nel segmento dei libri per bambini e ragazzi, che nel 2022 rappresentava il 35% dei diritti venduti all'estero. Un asset che va valorizzato con continuità: non basta un anno di fiera, serve un sistema di promozione permanente.

La saggistica di divulgazione e la narrativa di qualità sono i segmenti con maggiori margini di crescita. L'interesse globale per la cultura italiana (gastronomia, design, storia dell'arte) può essere un canale di accesso per autori e opere che oggi faticano a trovare distribuzione internazionale. Il brand «made in Italy» funziona anche nell'editoria, ma serve una regia strategica.

Il Ministero degli Affari Esteri ha triplicato il fondo per le traduzioni nell'ultimo triennio. ICE-Agenzia organizza partecipazioni collettive alle principali fiere internazionali. Ma la regia di sistema resta discontinua: il successo del 2024 è stato amplificato dal ruolo di Ospite d'Onore, un evento eccezionale. Costruire una presenza stabile sui mercati globali richiede investimenti ricorrenti, non spot.

I diritti italiani venduti all'estero sono quadruplicati in vent'anni: da 1.800 nel 2001 a 8.484 nel 2024. Ma il mercato anglosassone resta quasi inviolato.

CONSUMI CULTURALI: IL CONTESTO PIÙ AMPIO

Il mercato del libro non si legge in isolamento: è parte di un ecosistema di consumi culturali che include cinema, streaming, musica, videogiochi, podcast. In questo ecosistema, il libro ha un ruolo peculiare: è il prodotto culturale con il più alto valore speso per unità e con il tasso di fedeltà più alto tra i consumatori forti.

Secondo l'indagine AIE su base campionaria del 2023, il 71% dei cittadini tra i 15 e i 74 anni ha letto almeno un libro nell'ultimo anno; un dato che sale all'89% nella fascia 18-24 anni.

L'11% degli italiani acquista più di 12 libri l'anno e genera da solo il 41% della spesa complessiva. Questa concentrazione su un nucleo di lettori forti è un elemento di stabilità, ma anche un limite alla crescita.

Il libro compete principalmente con la televisione in streaming per il tempo serale e con i social media per l'attenzione intermittente durante il giorno. La lettura resta un'abitudine quotidiana per il 28% dei lettori, settimanale per il 67%. Il tempo medio dedicato alla lettura è di 4 ore e 18 minuti a settimana, un dato sorprendentemente alto.

La disuguaglianza geografica rimane marcata: i consumi culturali nelle regioni del Nord sono sistematicamente più alti di quelli nel Mezzogiorno. Questa divisione non è solo un problema culturale: è un limite strutturale al potenziale di mercato dell'industria editoriale italiana.

OUTLOOK 2026–2030: TRE SCENARI

L'editoria italiana si trova a un bivio strategico. Le tendenze di lungo periodo (calo demografico, frammentazione dell'attenzione, digitalizzazione dei comportamenti culturali) eserciteranno pressione costante sulla domanda interna. Ma ci sono variabili che possono invertire o attenuare questa traiettoria.

Anno	Scenario base (Mld €)	Scenario ottimista	Scenario pessimista	Driver chiave	Rischio principale
2026	3,05	3,15	2,90	AI generativa + audiolibri	Calo demografico
2027	3,10	3,25	2,88	Internazionalizzazione	Pirateria digitale
2028	3,15	3,35	2,92	Nuovi formati ibridi	Disintermediazione
2029	3,20	3,45	2,95	Export mercati emergenti	Concorrenza tech
2030	3,28	3,60	3,00	Brand editoriale globale	Frammentazione

Scenario Base: Stabilizzazione con Export

Nello scenario centrale, il mercato si stabilizza attorno ai 3,0–3,3 miliardi di euro entro il 2030. Il mercato interno continua a flettere leggermente ma non crolla, sostenuto dalla resilienza delle librerie fisiche di qualità e da una graduale ripresa degli incentivi pubblici

alla lettura. L'export cresce a ritmo sostenuto: i diritti venduti all'estero potrebbero raggiungere i 10.000 contratti annui entro il 2028.

In questo scenario, l'intelligenza artificiale gioca un ruolo ambivalente: da un lato accelera la produzione di contenuti e la personalizzazione della scoperta editoriale; dall'altro, mette sotto pressione il modello economico degli autori. Gli editori che sapranno integrare l'AI come strumento di produzione mantenendo la qualità editoriale come leva di differenziazione avranno un vantaggio competitivo.

Scenario Ottimista: Il Salto Globale

Nello scenario ottimista (mercato a 3,6 miliardi entro il 2030), l'editoria italiana riesce a costruire una presenza stabile sui mercati anglofoni e ispanofoni, oggi quasi assenti. Il brand culturale italiano — gastronomia, moda, design, storia — diventa un vettore di penetrazione per autori e opere in mercati ad alto potenziale. Fondi pubblici stabili per la traduzione, accordi con piattaforme streaming globali per contenuti in italiano e una strategia di internazionalizzazione coordinata tra editori, istituzioni e ICE.

In questo scenario, il segmento bambini e ragazzi, già dominante nell'export, diventa una piattaforma di accesso per l'intera filiera editoriale italiana. L'Italia replica il modello di Paesi Bassi e Norvegia, che hanno costruito una presenza globale sproporzionata rispetto alla dimensione dei mercati interni.

Scenario Pessimista: La Contrazione Strutturale

Nello scenario negativo (mercato intorno ai 3 miliardi, stagnante), la combinazione di calo demografico, assenza di politiche di incentivo alla lettura e concorrenza dei media digitali produce una contrazione strutturale della base dei lettori. Le librerie indipendenti continuano a diminuire, accelerando la concentrazione del mercato su pochi grandi player. L'export cresce, ma non abbastanza da compensare la perdita di mercato interno.

Il rischio maggiore in questo scenario è la perdita del tessuto di piccoli e medi editori che costituisce la vera ricchezza della biodiversità culturale italiana. I grandi gruppi sopravvivono; la diversità culturale si impoverisce.

Entro il 2030, nello scenario ottimista, l'Italia potrebbe vendere oltre 10.000 diritti di traduzione all'anno. Il 95% degli editori italiani non ha ancora un ufficio diritti strutturato.

IMPLICAZIONI PER GLI OPERATORI

Per gli editori

La strategia di internazionalizzazione non è più opzionale: è il principale driver di crescita disponibile. Investire in un ufficio diritti strutturato, costruire relazioni con agenti internazionali e sviluppare la presenza alle fiere estere è la priorità strategica per i prossimi cinque anni. Il 95% degli editori italiani non ha ancora un ufficio diritti dedicato: è un'opportunità non colta.

Per gli investitori e le M&A

I multipli dell'editoria italiana restano depressi rispetto ai comparabili europei, proprio nel momento in cui la traiettoria dell'export suggerisce un valore latente. Gli editori con catalogo profondo, forte presenza nel segmento bambini e ragazzi, e una strategia di export in costruzione sono asset sottovalutati. L'AI amplifica il valore del catalogo: chi possiede diritti di qualità ha un asset che diventa più prezioso man mano che i modelli linguistici cercano contenuto certificato.

Per CdA e CFO

La pirateria editoriale causa 188 milioni di euro di mancati ricavi all'anno — più dell'intero valore legale del comparto universitario. Investire in protezione del copyright digitale e in modelli di distribuzione che rendano conveniente l'accesso legale è una priorità. Il 66% della spesa libraria è generato dal catalogo: i titoli di qualità hanno un ciclo di vita economico molto più lungo di quanto i meccanismi tradizionali di promozione suggeriscano.

Per le Istituzioni Pubbliche

Il ridimensionamento della 18app ha tolto al mercato quasi 60 milioni di euro di domanda in due anni. Ma l'effetto più devastante non è quello immediato: è la perdita dell'effetto di fidelizzazione, che trasformava un acquisto incentivato in un'abitudine duratura. Ripristinare meccanismi di sostegno alla lettura giovanile (semplici, accessibili, stabili) ha un moltiplicatore economico e culturale che supera il costo diretto.

CONCLUSIONI

L'editoria italiana è un'industria più resiliente di quanto il dibattito pubblico lasci intendere. Ha attraversato una pandemia, un boom straordinario e una normalizzazione difficile senza mai perdere il suo ruolo di prima industria culturale del Paese. Il mercato interno flette, ma non crolla. I consumatori di libri sono meno degli anni scorsi, ma più fedeli e più disposti a pagare per la qualità.

La vera scommessa dei prossimi cinque anni è l'internazionalizzazione. L'editoria italiana ha costruito un brand globale nell'anonimato: autori come Elena Ferrante, Umberto Eco, Andrea Camilleri hanno aperto porte che troppo spesso si richiudono subito dopo. Costruire una presenza stabile, non episodica, sui mercati internazionali richiede investimenti ricorrenti, una regia di sistema e una visione di lungo periodo che vada oltre il ciclo delle fiere.

Il digitale non ha ucciso il libro. Ha trasformato i canali con cui i lettori lo trovano e lo comprano. Chi ha saputo costruire un'esperienza di qualità ad esempio nelle librerie, nelle piattaforme, nella cura editoriale, ha resistito. Chi ha focalizzato sulla competizione unicamente sul prezzo ha perso.

La prossima rivoluzione non è tecnologica: è geografica. Il prossimo miliardo di lettori non parla italiano, ma potrebbe leggere autori italiani.

Metodologia: Analisi condotta su dati AIE (Associazione Italiana Editori) elaborati in collaborazione con NielsenIQ-GfK, Pepe Research e ISTAT. Serie storica 2015–2025 del mercato editoriale italiano, comprensiva di: mercato trade (librerie fisiche, canali online, GDO), mercato scolastico, universitario e professionale, mercato digitale (ebook, audiolibri, piattaforme), export e vendita diritti. I dati 2025 si riferiscono ai primi nove mesi dell'anno. Le proiezioni 2026–2030 sono modelli scenariali e non previsioni.

Vedrai Observatory è il centro studi e ricerche di Vedrai S.p.A., azienda italiana di intelligenza artificiale specializzata in decision intelligence. Pubblica analisi di mercato, scenari strategici e report di settore per supportare decisioni aziendali basate sui dati.