

NOTE SUL MERCATO DEI LIBRI DI VARIA IN **GRANDE DISTRIBUZIONE** IN CONSIDERAZIONE DI UNA IPOTESI DI INTERVENTO SULL'ATTUALE LEGGE RELATIVA ALLA DISCIPLINA DEL PREZZO DEI LIBRI (C.D. LEGGE LEVI).

Precisiamo che siamo presenti come rappresentanti di Opportunity, divisione di MF Ingrosso, la principale società specializzata nella vendita e gestione dei libri in Grande Distribuzione. Come tali non abbiamo un mandato da parte delle insegne della GDO e la nostra testimonianza deve essere considerata come il frutto della nostra lunga esperienza come operatori nel canale distributivo in oggetto.

Quanto segue si riferisce solo alla parte della distribuzione di libri definibili di “varia”, che costituisce indicativamente il 50% del mercato totale del libro. Quindi non ci riferiamo ai libri scolastici (c.d. libri di “adozione”), che hanno caratteristiche commerciali completamente separate e che possono costituire un mercato a se stante.

RUOLO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE NELLA FILIERA EDITORIALE

La grande distribuzione (GDO), cioè l'insieme dei punti vendita a libero servizio, alimentaristi e non, nella varietà dei suoi store format costituisce una realtà importante per la distribuzione editoriale ponendo il libro sulla traiettoria del cammino della vita quotidiana.

In tal senso la GDO è l'unico canale che attualmente “porta” il libro al lettore; infatti non meno di 2.500 punti vendita dedicano variegati spazi all'area libri, e sono distribuiti su tutto il territorio italiano, intercettando potenzialmente milioni di consumatori / lettori.

Un nostro studio porta alla conclusione che, relativamente ai soli punti vendita gestiti da Opportunity, in quasi 800 comuni sono localizzati punti vendita GDO con un'area di vendita dedicata al reparto libri mentre non sono presenti librerie indipendenti o di catena. Questo vale non solo nelle zone più isolate del Paese, come ci si potrebbe aspettare, ma anche nella cintura delle grandi aree metropolitane. In mancanza di questa importante presenza fisica sul territorio da parte della GDO l'accesso ai libri richiederebbe uno spostamento fisico in altri comuni dotati di librerie o al servizio e-commerce.

Inoltre, uno studio di GfK (allegato 1) porta in evidenza che 2,4 milioni di persone nel 2017 hanno acquistato almeno un libro in GDO, a fronte di un totale di 16 milioni di acquirenti libri fisici, cioè il 15% circa degli acquirenti, con un acquisto medio di 2,6 libri e una spesa media di 32,04 euro.

Inoltre vorremmo evidenziare altri elementi a sostegno dell'importanza della GDO per l'intero ecosistema letterario.

In primo luogo, il peso che assume la GDO nel settore dei libri destinati ai più piccoli (bambini e ragazzi): infatti in virtù delle caratteristiche del proprio target di consumatori (famiglie) sempre GfK rileva che in GDO tali libri detengono una quota di assorbimento pari al 31.4% (confermato dai dati interni di Opportunity), contro un 17.6% della media del mercato italiano (dati 2017 – allegato 2).

In secondo luogo, la competitiva politica dei prezzi praticata dalla GDO (sconto 15%) e la relativa convenienza all'acquisto, unita alla componente di acquisto d'impulso, favorisce un'elevata propensione all'acquisto di novità editoriali (in particolare Bestseller). Ancora una volta ci vengono in aiuto gli studi effettuati da GfK (allegato 3). Non è raro il caso che la sola GDO distribuisca più del 50% delle tirature di

titoli novità con ciò favorendo – per gli editori - tirature adeguate alla copertura di anticipi e i costi fissi necessari per la pubblicazione. Qualora la GDO venisse a mancare di questo suo ruolo sarebbe difficilmente pensabile che, a fronte degli elevati costi richiesti per affermati scrittori, i prezzi di copertina non debbano subire una forte impennata.

Premesso quanto sopra, evidenziamo oltretutto la complessità nella quale l'area libri convive con altre merceologie nell'ecosistema della GDO; infatti dato il carattere per lo più generalista dei punti vendita della GDO i libri, per margini e fatturati, competono non solo con tutto il settore dei prodotti food, ma anche con altre merceologie non food che “sgomitano” con tutte le leve che il marketing può loro offrire, per guadagnare spazi e visibilità. E in particolare i retailer valutano gli andamenti dei fatturati e le relative marginalità, parametrati con i metri quadri occupati, per fissare le aree destinate alle varie merceologie, compresi i libri.

LE PERFORMANCE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

A far data dall'approvazione della nuova disciplina sul prezzo dei libri (2011), la c.d. “Legge Levi”, che ha fissato al 15% lo sconto massimo praticabile sul prezzo di copertina ai consumatori finali, le vendite e le quote di mercato della GDO in questo comparto hanno visto un costante declino. Le ultime due crisi economiche e i cambiamenti nelle abitudini dei consumatori possono aver avuto un peso importante nel raggiungere questo risultato, ma non c'è dubbio che la norma citata ha avuto un peso rilevante. Infatti, a fronte di un livello massimo di vendite raggiunto nel 2010 pari a 254 milioni di euro, ed una quota del 18,0% (a nostro avviso stimata per difetto) sul totale vendite libro, la GDO nel 2018 arriva ad un venduto di 102 milioni di euro ed una quota del 9,0%. In dieci anni le vendite si sono dimezzate (vedi allegato 4 - fonte Nielsen).

LE REAZIONI DEGLI OPERATORI DELLA GDO

Questo fenomeno ha innescato una serie di reazioni da parte degli operatori della GDO, che in molti casi hanno rinunciato alla vendita di libri a vantaggio di altri prodotti: infatti la conseguenza più evidente è la riduzione della numerica dei punti vendita trattanti libri nella categoria “supermercati”, che dal 51% del 2011 è scesa al 35% nel 2018 (vedi dati Nielsen allegato 5). Si tenga presente che le reazioni della GDO agli andamenti dei fatturati – in positivo o in negativo - non sono mai immediate, ed occorrono mesi prima che, a fronte di una riduzione delle performance di una categoria, si arrivi a decisioni importanti in merito alla sua consistenza negli assortimenti, reazioni che comunque sono già ben visibili nel corso dello stesso anno di approvazione della legge.

Nel caso degli ipermercati non si è assistito ad una espulsione del libro dalla proposta commerciale, ma ad un suo ridimensionamento (vedi dati Nielsen allegato 5 bis). Infatti, nel 2011 quasi tutti gli ipermercati trattavano libri ed oggi la percentuale arriva al 94%. Ma è sufficiente uno store check ad un ristretto numero di ipermercati per capire a colpo d'occhio la differenza in termini di spazi assegnati prima e dopo l'approvazione della legge Levi.

Chi ne ha pagato le conseguenze sono stati *in primis* i consumatori, che si sono visti ridotta l'offerta assortimentale o addirittura la mancanza di disponibilità di libri in alcuni dei supermercati dove abitualmente effettuavano la spesa, oltre che naturalmente vedere un aumento dello scontrino.

In secondo luogo, un prezzo particolarmente significativo lo hanno pagato le società specializzate nella distribuzione di libri in GDO: a causa del minor fatturato medio per punto di vendita e delle minori vendite complessive i costi di gestione per tali società sono pesantemente aumentati producendo conti economici

in continua perdita. Mach2 Libri, storica società leader nella distribuzione e gestione di libri in GDO, ha deliberato la sua messa in liquidazione (marzo 2018).

CONCLUSIONI

1. Il mercato dei libri di “varia” in GDO vale circa 102 milioni a valore di copertina (9% mercato totale)
2. 2.500 punti vendita del canale GDO trattano libri
3. La distribuzione è sull’intero territorio nazionale
4. Almeno 800 comuni non hanno librerie ma hanno un punto vendita GDO con reparto libri
5. 2,4 milioni di persone acquistano libri anche in GDO
6. La GDO è un canale idoneo alla vendita di libri per bambini e ragazzi
7. La GDO è una forte venditrice di best seller
8. A partire dal 2011 (approvazione legge Levi) si assiste ad una forte riduzione delle vendite in GDO con le seguenti conseguenze:
 - a. Riduzione dei punti vendita trattanti libri
 - b. Riduzione degli spazi dedicati ai libri
 - c. Minore offerta commerciale
 - d. Criticità nei conti economici delle società di distribuzione
 - e. Liquidazione volontaria di Mach2 libri

LE NOSTRE INDICAZIONI

La c.d. Legge Levi, frenando lo sconto praticato dai retailer sui prezzi di copertina, ha posto le condizioni per una brusca riduzione delle vendite di libri nell’unico canale veramente “popolare”, costituito da punti vendita frequentati giornalmente o settimanalmente da famiglie di tutti i livelli socioculturali.

Riteniamo alla luce di quanto sopra che un intervento normativo volto ad una ulteriore limitazione dello sconto massimo al consumo possa produrre conseguenze ancora più gravi, limitando a maggior misura l’interesse degli operatori della GDO alla gestione di libri a favore di altre categorie merceologiche con conseguenze pesanti su tutta la filiera editoriale.

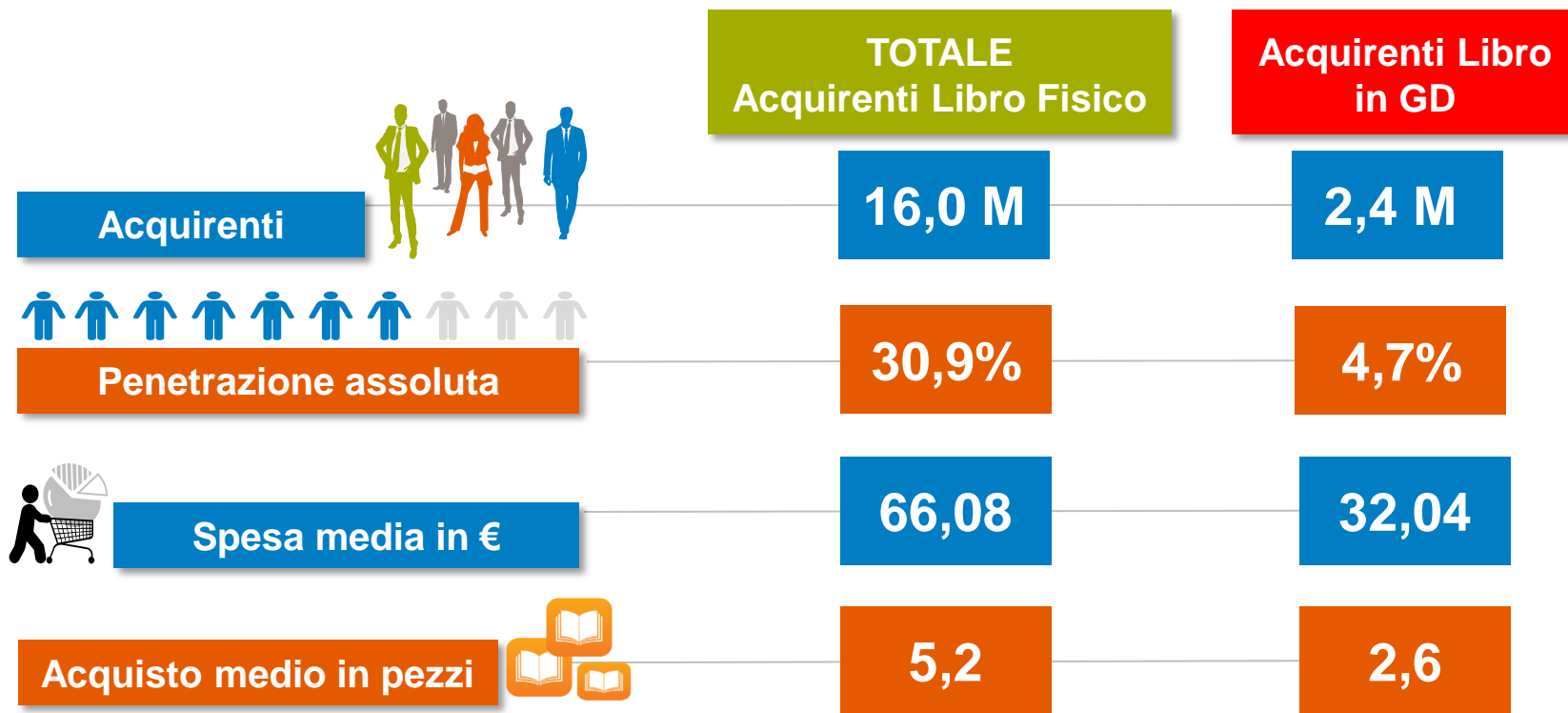
Quindi, non potendo presumibilmente contare sul mantenimento dell’attuale situazione, riteniamo auspicabile almeno una maggiore libertà sul fronte delle iniziative promozionali promosse da tutti i retailer. Infatti, la proposta di legge così come ci è pervenuta offre ai soli editori la possibilità di realizzare campagne promozionali con sconti al pubblico fino al 20% sul prezzo di copertina in determinati periodi dell’anno. Al fine di realizzare una maggiore equità tra gli operatori della filiera editoriale la nostra proposta è di estendere tale possibilità anche ai retailer per almeno due campagne promozionali nel corso dell’anno di durata pari a 15 giorni per singola campagna.

In ogni caso, qualunque sia la variazione decisa all’attuale norma chiediamo che la concreta applicazione tenga conto dei tempi tecnici necessari, cioè non meno di 6 mesi.

Ringraziamo per l’attenzione.

Distinti saluti.

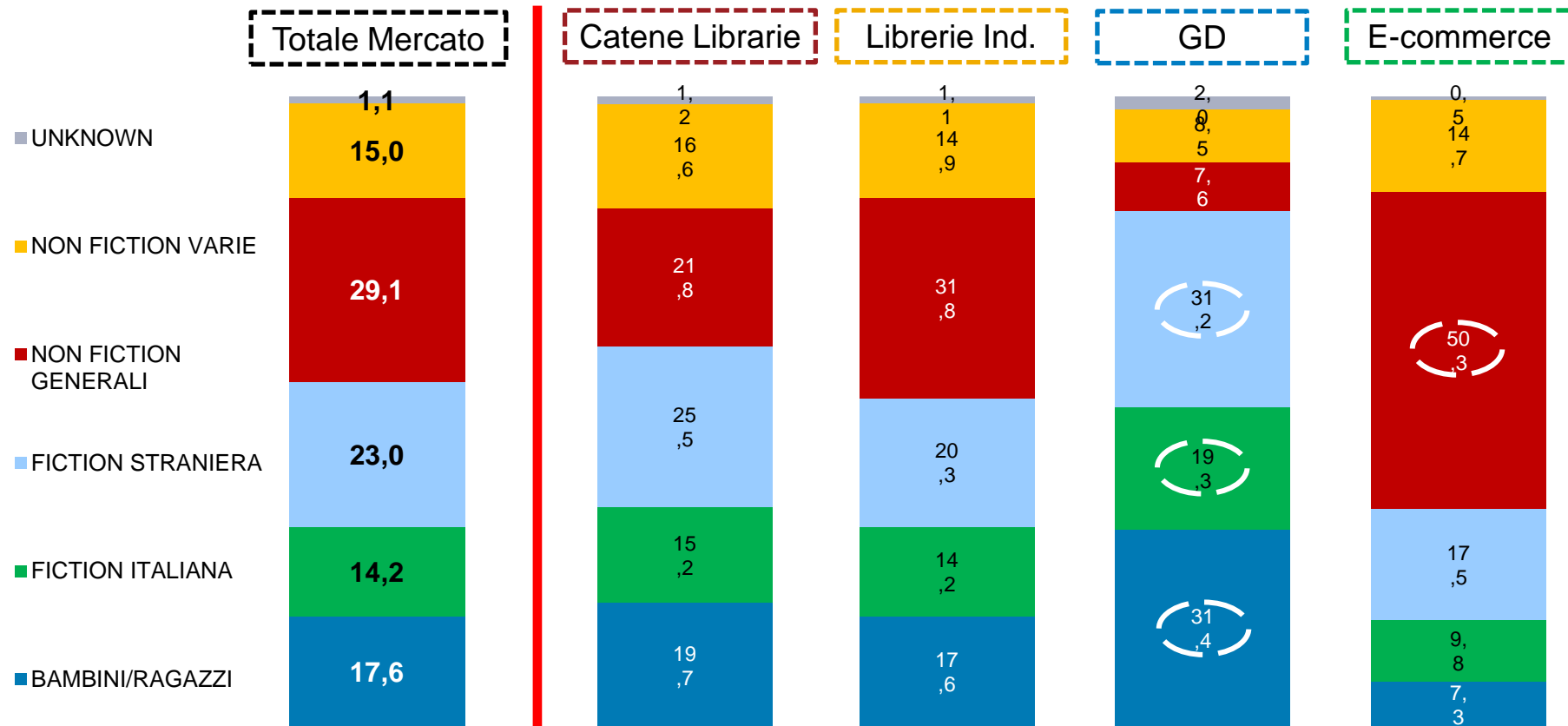
Sono 2,4 milioni le persone che nel 2017 hanno acquistato almeno un libro in GD



universo individui >14 anni: 52.167.763

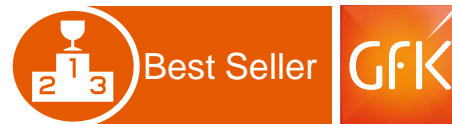
Quota % a valore dei **Generi per canale** - YE 2017

Peculiarità dell'assortimento della GD rispetto agli altri canali

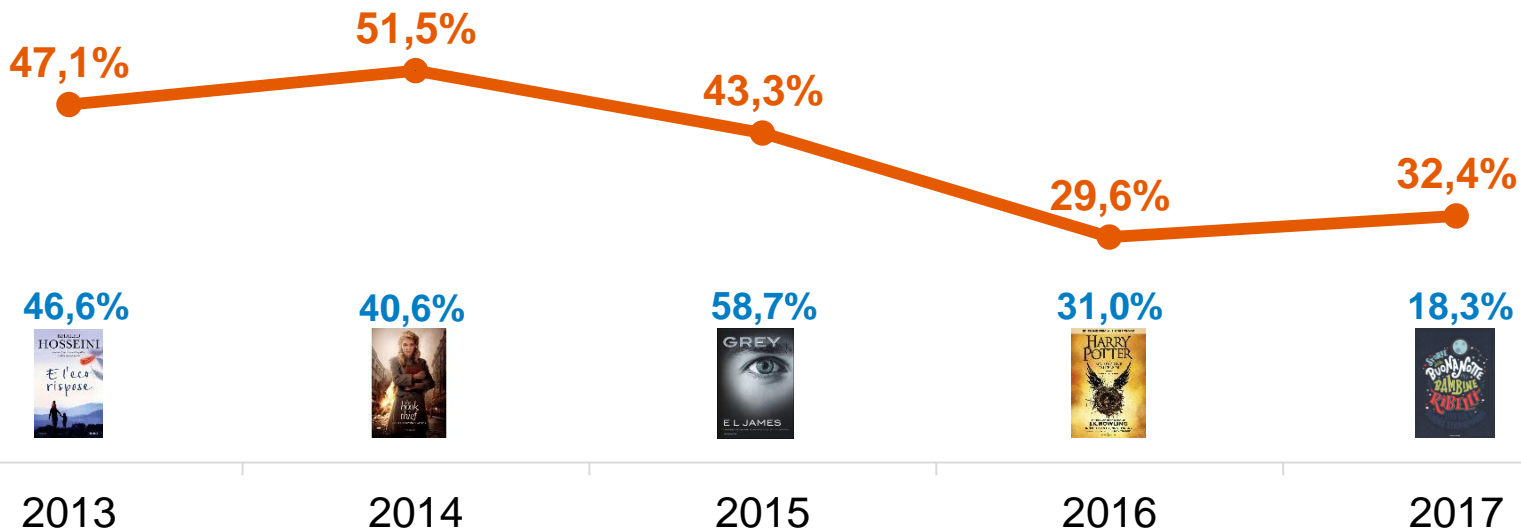


Peso della **GD** sulla Top 10 mercato a volume

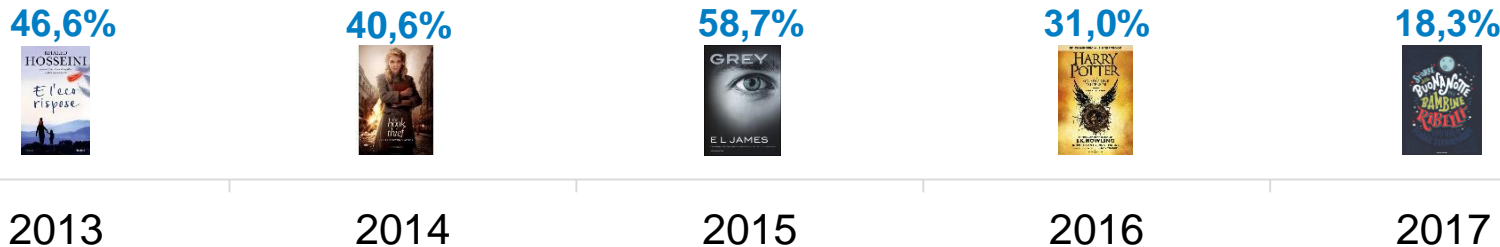
Il canale GD si conferma un canale di assoluta importanza per la vendita dei Bestseller.



Peso GD su top 10 Mkt

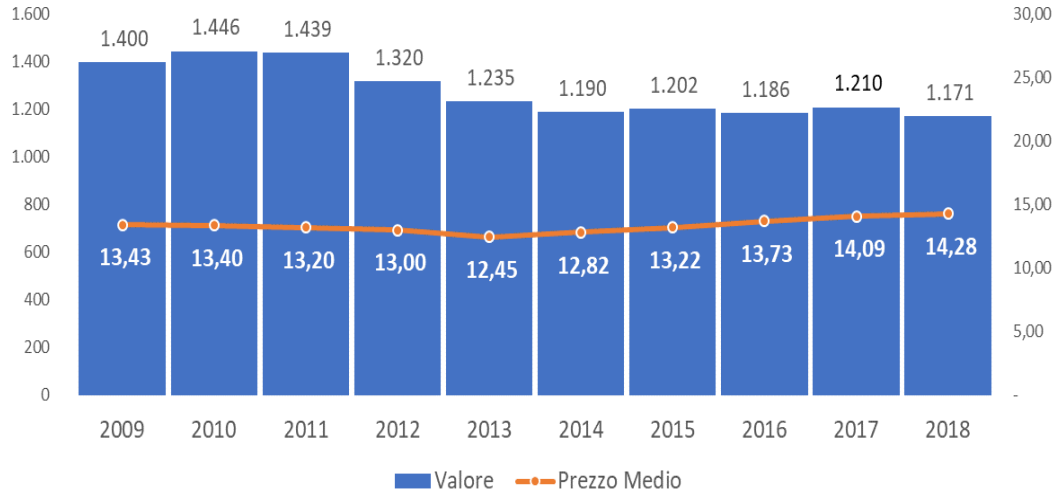


Peso GD su Bestseller Mkt

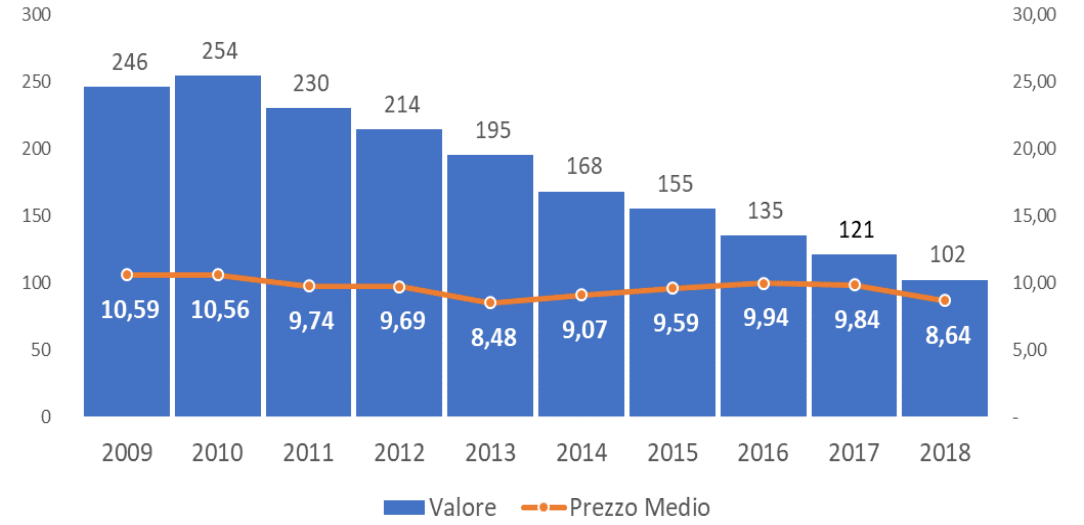


Allegato 4 – ns. elaborazione dati Nielsen

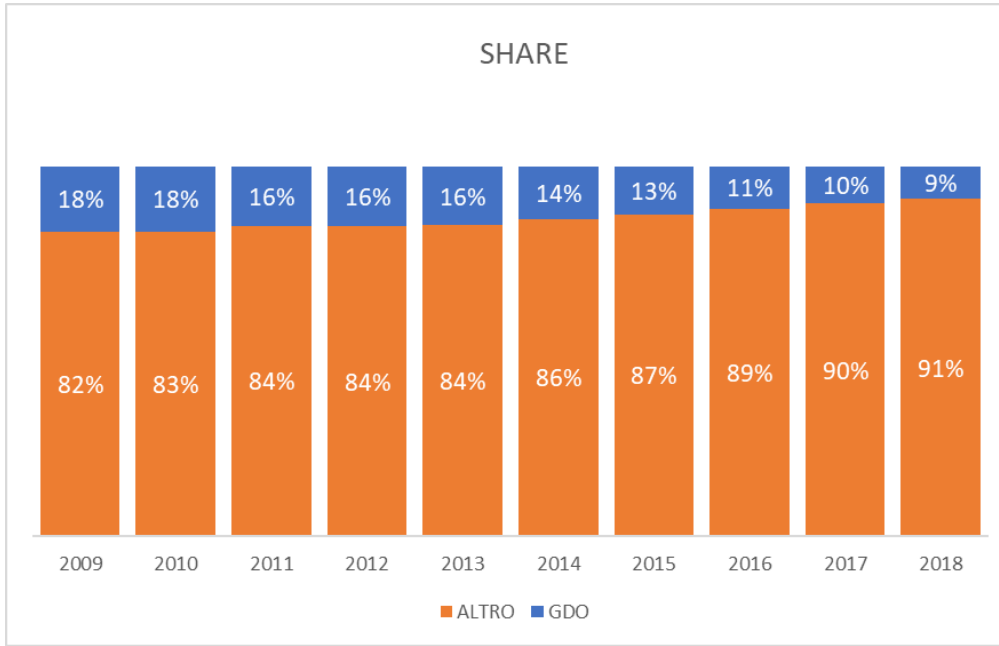
MERCATO



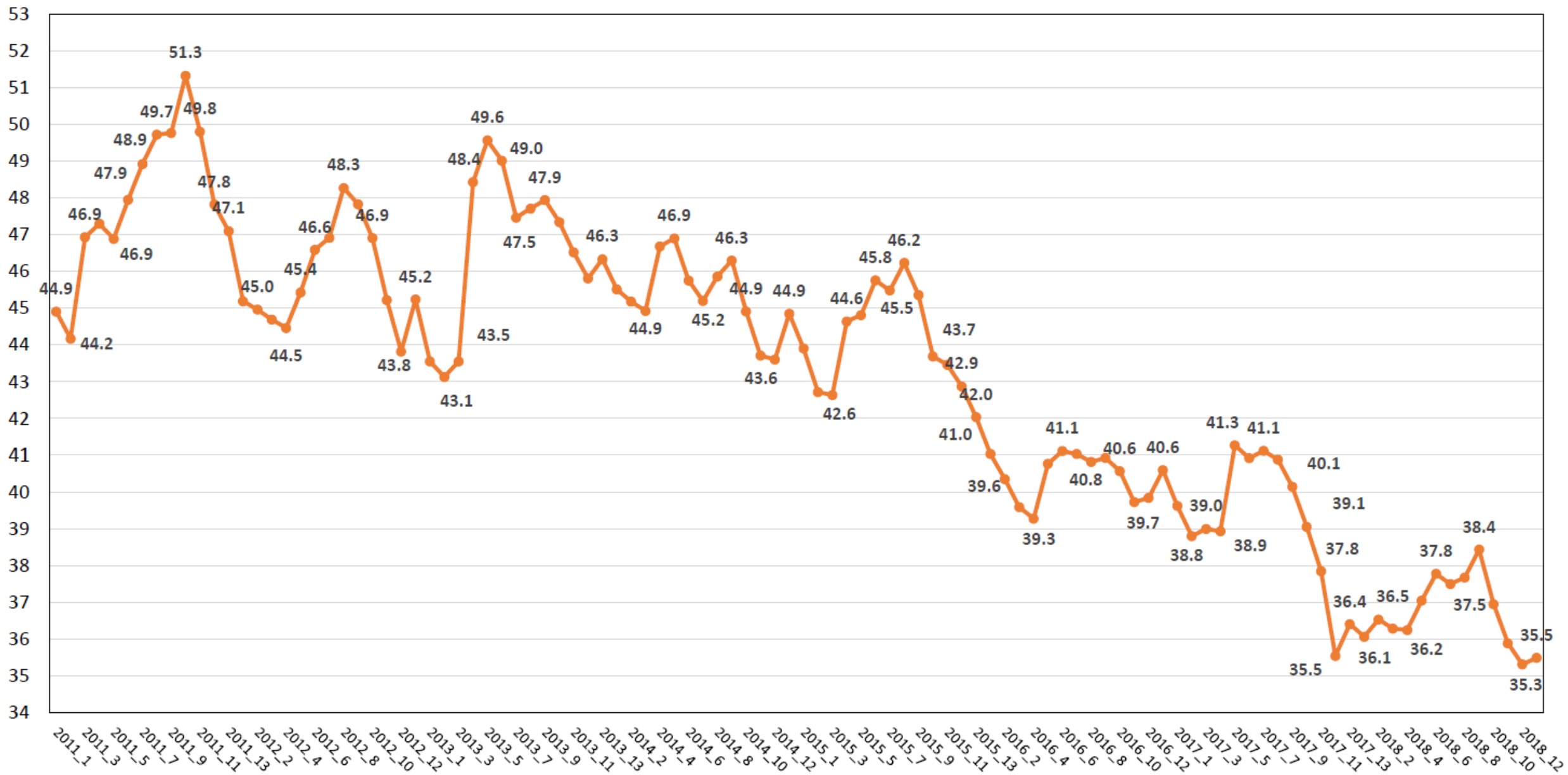
GDO



SHARE



Percentuale Supermercati trattanti libri



Percentuale Ipermercati trattanti libri

