



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

Lo stato dell'editoria in Italia **La fotografia del 2002: cifre e tendenze**

Quanto spendono le famiglie per acquistare libri? 115 euro all'anno (44 euro pro capite)

Le famiglie italiane hanno speso nel 2002 circa 115 euro all'anno per acquisto di libri: romanzi, guide di viaggio, manuali, libri di testo scolastici o per l'università, dizionari, ecc.

Acquisti fatti in tutti i canali e attraverso tutte le diverse forme di vendita: librerie, multistore, grandi superfici specializzate, supermercati, per corrispondenza, sulle bancarelle, ratealmente, via Internet, ecc.

Può sembrare una somma rilevante ma, tradotta, significa poco più di 44 euro pro capite. E tutto compreso.

Esistono inoltre marcate differenze per area geografica: il Nord ovest rappresenta, da solo, poco meno del 30% delle spese famigliari complessive per acquisto di libri; il Nord, nel suo insieme, è poco meno della metà del mercato; il Sud e le Isole rappresentano il 30% della spesa complessiva; le regioni centrali il 20%.

I libri allegati ai quotidiani: 44,2 milioni di copie su 100milioni di libri venduti

Il fenomeno dei libri allegati a quotidiani e periodici nel 2002 – e anche in questo inizio 2003 – rappresenta uno dei fenomeni di maggior rilievo per il settore libraio. Nel 2002, su una stima di 100milioni di copie di libri venduti (ma sono esclusi quelli scolastici, la manualistica universitaria, i libri acquistati da biblioteche o dagli studi professionali) si stima un venduto aggiuntivo di 44,2 milioni di copie!

Un ordine di grandezza veramente impressionante e tale da giustificare le preoccupazioni di editori, librai e distributori sull'effetto che il perdurare nel tempo di operazioni di questo genere possono avere su tutta la filiera produttiva e distributiva del libro e in particolare sulle vendite di edizioni tascabili.

Se consideriamo il numero di italiani che hanno comprato nel 2002 almeno un libro, esclusi quelli scolastici e professionali, indipendentemente quindi dal canale d'acquisto (e quindi comprendendo anche i libri in edicola in vendita congiunta a quotidiani e periodici), arriviamo a 15.900.000 persone di età superiore a 14 anni. Di questi quasi 16 milioni di acquirenti, però, solo 500 mila dichiarano di aver acquistato libri esclusivamente in edicola e quindi si possono considerare – almeno temporaneamente – acquisiti al mercato librario.

Una recente indagine Mondadori (giugno 2003) stima in circa 850 mila – 1 milione i «nuovi lettori» acquisiti dalle diverse operazioni avviate da giornali e periodici: rappresenterebbero quindi l'1% della popolazione dei 14-80enni e il 3% degli acquirenti.

Le operazioni sembrerebbero cioè configurarsi come rilevanti operazioni di marketing degli editori di quotidiani e periodici piuttosto che iniziative – come talvolta vengono presentate – di promozione della lettura.

Nel 2003 il processo sta continuando con una crescente segmentazione dell'offerta libraria a cui non sono rimasti estranei i quotidiani locali, e probabilmente a fine 2003 verranno vendute in edicola allegati a quotidiani e periodici un numero ancora superiore di copie rispetto anche al 2002.



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

I canali d'acquisto: in pole position la libreria (in particolare le catene di librerie)

- *Vince la libreria:* È la libreria, e soprattutto quella «grande», a rappresentare nel 2002 il principale canale attraverso cui i lettori italiani si sono procurati i libri da leggere. Anche se la tendenza non evidenzia particolari cambiamenti rispetto all'anno precedente, rispettivamente il 39,2% e il 33,7% dei 15,4 milioni di italiani che hanno acquistato almeno 1-2 libri all'anno – esclusi quelli venduti assieme ai quotidiani – sceglie rispettivamente le librerie di catena e le grandi librerie indipendenti come principale canale d'acquisto.

È significativo come le librerie di catena continuino a sopravanzare quelle indipendenti, e anche «grandi»: questo indica come il quadro concorrenziale si sia fatto oggi molto più articolato rispetto alla tradizionale – e superata – contrapposizione tra libreria e supermercati. È stata distaccata così la grande distribuzione, che nel 2002 ha dovuto operare in una situazione in cui non poteva più utilizzare la leva prezzo.

- *Cosa ha inciso:* Due sono stati i fattori importanti che hanno influito specificamente sul comparto editoriale nell'ultimo anno: la **legge sul prezzo**, che ha fissato il tetto massimo di sconto al 15% (pur con la circolare estiva del Ministero delle attività produttive introdotte con la proroga di settembre in materia di promozioni), e il dirompente **fenomeno dei libri allegati ai quotidiani**.

Escludendo l'acquisto di libri in edicola allegati a quotidiani e settimanali nel corso del 2002 il 33,0% della popolazione italiana in età compresa tra 14 e 80 anni – in proiezione circa 15.400.000 individui – ha acquistato almeno un libro in tutti e diversi canali di vendita; da questo valore sono, come sempre, esclusi gli acquisti dei libri di testo scolastici e di quelli professionali.

- *Cosa è cambiato (o no):* Rispetto al 2001 la situazione non è cambiata: anche un anno fa l'acquisto riguardava il 33% della popolazione dei 14-80enni; il cambiamento lo si legge rispetto al 2000, dato che allora era il 29 % della popolazione che dichiarava di aver acquistato dei libri. Come interpretare questo dato? Si può sostenere che il fenomeno dei libri in edicola, il venir meno delle possibilità di fare promozioni per l'introduzione di una legge che regolamenta lo sconto massimo che i diversi canali di vendita possono praticare al cliente finale, oltre i fenomeni macroeconomici, hanno compromesso la crescita degli acquirenti. Ma si può sostenere anche che comunque - pur in presenza del fenomeno libri in edicola, di assenza nel 2002 di significative iniziative promozionali da parte di editori e catene - il numero di acquirenti di libri nel 2002 è rimasto sostanzialmente identico a quello dell'anno precedente. Senza trarre conclusioni definitive, va osservato quindi come la crescita tra 2000 e 2001 nel numero di acquirenti, la tenuta dei valori tra 2001 e 2002, sia avvenuta in anni di forte sviluppo da parte di Feltrinelli, Fnac, Messaggerie, Mondadori quindi di librerie con forti elementi di innovazione nelle formule commerciali, nei *layout*, nell'arredo: dai *multistore* ai *franchising* nei medi e medio piccoli centri della provincia (il caso Mondadori e Librerie Guida al Sud) e di cui i risultati si potranno misurare meglio nei prossimi anni.

Effetti della legge sul prezzo: ha equilibrato la concorrenza tra i diversi canali di vendita

Stiamo avvicinandoci alla fine del secondo anno di «sperimentazione» del prezzo fisso del libro. Pur con una serie di «aggiustamenti» in corso d'opera, l'art. 11 della legge 62/2001, regola dal settembre 2001 gli sconti massimi al consumatore finale dei libri in libreria e nei diversi canali di vendita



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

La domanda a cui in questi mesi, che sono poi diventati anni, si è cercato di dare una risposta è se, alla fine, questa regolamentazione del prezzo sia servita: al consumatore/lettore, alla libreria, alle case editrici. Ha fatto vendere di più o di meno? Ha favorito i lettori? Sicuramente ha avuto il merito, anche negli «aggiustamenti» sulle promozioni, di equilibrare la concorrenza tra i diversi canali di vendita.

Dire che si possa oggi avere idee chiare e numeri certi da mettere sul piatto della bilancia per misurare i risultati è probabilmente illusorio. Tanto più che tra 2001 e 2002 si sono sovrapposti sulla sperimentazione altri fatti e vicende: il passaggio all'euro con tutto quello che ha significato in termini di cambiamenti nella percezione delle soglie psicologiche di prezzo; contrazione dei consumi per effetto dello scoppio della bolla Internet, borsa, ecc.; la vicenda dell'11 settembre, la guerra in Afghanistan prima e in Iraq poi; e soprattutto l'arrivo in edicola dei libri venduti allegati ai quotidiani.

Ciò che ha più sofferto nel 2002 è stato il *paperback*: la composizione delle vendite si è modificata verso un aumento degli *hardcover*. Ad esempio la composizione del fatturato Mondadori è passata da un 2001 in cui il *paperback* pesava per il 41,5% e l'*hardcover* per un 58,2%, ad un 2002 dove il *paperback* pesa per il 39,5% e l'*hardcover* per il 60,5%.

Ma la legge conteneva però anche un'altra finalità: consentire alle librerie di rinnovarsi e di svilupparsi in un quadro competitivo meno esasperato.

Ecco allora l'altra domanda. I due anni di sperimentazione, hanno avviato un processo di rinnovamento delle librerie? Le librerie, indipendenti o di catena, hanno potuto in questo arco di tempo migliorare la qualità del servizio offerto ai loro clienti, a cominciare da ampliamenti di superficie condizione indispensabile a un ampliamento dell'assortimento? Ci sono più librerie rispetto a due anni fa? E queste sono più efficienti e moderne rispetto a quelle che magari hanno sostituito perché hanno chiuso?

Di questo processo abbiamo una conferma da una ricerca che Demoskopie ha realizzato per l'Ufficio studi dell'Aie nell'aprile 2003: alla domanda se l'intervistato ha notato l'apertura di nuove librerie o l'ammodernamento di librerie esistenti nel comune in cui risiede o in cui si reca abitualmente per fare degli acquisti, il 23% risponde affermativamente.

Una persona su quattro ha notato dei cambiamenti avvenuti nel canale libreria: possono essere nuove aperture, ma anche riallestimenti, ampliamenti di superficie, ecc. Ma soprattutto chi ha notato questa trasformazione, non è rimasto indifferente: il 62% è entrato e ha comprato dei libri, un altro 10% è entrato a comprare musica ed eventualmente altri prodotti non librari presenti nel negozio. Se ne dovrebbe dedurre che la minor pressione competitiva favorita comunque dalla legge sul prezzo sta oggi favorendo un rinnovamento del canale librerie?

La lettura: in aumento. Interessa il 40,9% degli italiani con più di 6 anni

La lettura di libri nel nostro Paese interessa nel 2001 il 40,9% delle persone di 6 anni e più, quota che risulta in aumento dopo la flessione che si era registrata nel biennio 1999-2000, anche se non siamo tornati ai valori del 1997 (41,7%). Restano esclusi da questa stima i così detti «lettori morbidi» (circa l'11% della popolazione); persone che alla prima domanda sull'aver letto «almeno un libro» rispondono negativamente, ma a una seconda domanda di recupero indicano di aver letto esclusivamente libri di narrativa gialla, o fantascienza, o manualistica leggera, guide di viaggio, narrativa rosa, libri e guide gastronomiche, ecc.

La lettura di libri appare quindi sempre meno come una variabile a una sola dimensione, quella della crescita. Sempre meno – tranne forse i forti lettori - chi è diventato lettore di almeno un



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

libro resta sempre e comunque all'interno del perimetro che definisce le dimensioni del potenziale mercato con cui editori e librerie si confrontano. In realtà la lettura sembra rientrare sempre più all'interno dei normali comportamenti di consumo degli individui, sicuramente in un set condiviso di consumi ma che può essere anche abbandonato, più o meno temporaneamente, in assenza di rinnovamenti nelle formule commerciali dei negozi, di iniziative di marketing e di comunicazioni innovative, di rinnovamento nelle stesse politiche editoriali delle case editrici.

Questa ripresa della crescita della lettura non modifica i dati di fondo che caratterizzano il mercato nazionale:

- o lo squilibrio nord-sud: si passa dal 49,6% di lettori di almeno un libro non scolastico nei dodici mesi precedenti che abbiamo nelle regioni del Nord ovest (e il 46,9% di quelli del Nord est), al 28,2% dell'Italia meridionale o al 31,9% delle Isole (le regioni centrali si attestano al 41,6 %);
- o le donne si confermano lettrici più assidue con il 46,1% rispetto ai maschi (35,3%; su questo aspetto si veda *Letture al femminile: tra domanda e offerta*, «Quaderni del Giornale della Libreria», dicembre 2002)
- o nei grandi centri urbani la diffusione della lettura con il 47,1% è più ampia rispetto a quanto non avvenga nelle periferie (41,2%) o nei piccoli e medi centri evidenziando, chiaramente, una relazione tra lo sviluppo di grandi librerie e *multistore* e indice di lettura, soprattutto in assenza di una ricerca di nuovi format commerciali alternativi per i piccoli centri e una logistica distributiva centrata su un ingrosso moderno;
- o tende a prevalere la lettura occasionale: il 48,1% legge non più di tre titoli all'anno mentre i forti lettori rappresentano il 12,9% dei lettori, circa 2,9 milioni di persone, questa volta in leggera crescita (+ 2,0 %) sull'anno precedente.

La lettura dei bambini: si inverte la tendenza. I ragazzi ricominciano a leggere

I dati 2002 relativi alla lettura di bambini e ragazzi di 5-13 anni dopo tre anni, a partire dal 1997, in cui ci descrivevano un universo della lettura infantile in continua e inarrestabile contrazione mostrano una decisa e impreveduta inversione di tendenza: nel 2002 il 67% di 5-13enni dichiara di aver letto almeno un libro non scolastico nei dodici mesi precedenti. (Fonte: *Doxa Junior*)

Dunque un balzo di ben sette punti percentuali in termini di penetrazione della lettura; + 10,9% di bambini che nel 2002 hanno letto un libro rispetto al 2001; e nonostante il persistente calo demografico: da 5.009.000 a 4.975.000 bambini che costituiscono l'universo della rilevazione (- 0,8%).

Oltre tre quarti degli intervistati (76%) ha ricevuto in regalo il libro letto, ma il 16% - circa 796.000 bambini - l'ha comprato personalmente confermando, anche in una situazione decisamente meno favorevole rispetto al decennio scorso, una importante trasformazione strutturale del mercato del libro per bambini. Nel complesso il 32% dei 5-13enni - in proiezione significa un mercato di 1.600.000 ragazzi - sceglie personalmente e autonomamente i libri che poi si legge.

Nelle letture prevalgono i libri di avventure (29% delle indicazioni), le fiabe (26 %), i libri di animali (16%), i libri a fumetti (17%), i libri di *fantasy* (9%), l'horror (7%), gli albi da colorare, ritagliare e costruire (5%, ma il dato risente inevitabilmente del fatto che non si prende in



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

considerazione la primissima infanzia in cui questa produzione tende a posizionarsi), i polizieschi e i gialli (4 %).

Il settore nel 2002: in leggerissima crescita

3.550 milioni di euro complessivi, pari a un +1,1 % a valore corrente, circa 55 mila titoli tra novità e ristampe, e 260 milioni di copie stampate e immesse nei canali di vendita, un indice di lettura di libri tra la popolazione italiana in leggera crescita, rispetto agli anni precedenti, ma ancora lontano dai valori di metà anni Novanta e ancor più rispetto agli altri Paesi europei.

Sono questi i caratteri strutturali dell'editoria italiana nel 2002; così come la libreria continua a essere il principale canale attraverso cui gli italiani si procurano i libri da leggere o regalare (la usa circa il 72% degli acquirenti), seguita dalla Gdo scelta dal 28,7%, dalla cartoleria e da piccole librerie di provincia (dal 14,3%) e dall'edicola (8,3%, esclusi gli acquisti di libri allegati ai giornali (il totale è superiore a cento in quanto erano possibili almeno tre indicazioni).

Resta esclusa la valorizzazione di quella parte del mercato costituito dai libri venduti in edicola allegati ai quotidiani e ai periodici che cambiano, e di molto, il profilo del mercato nel 2002 ma i cui benefici sono stati colti da operatori appartenenti ad un'altra filiera produttivo-distributiva. Si conferma quindi il fatto che il mercato sia ormai da troppi anni caratterizzato da una sempre più modesta velocità di crescita, tale non solo da impedire il recupero delle distanze che ci separano da paesi e mercati tradizionalmente più sviluppati, ma di veder minacciata la nostra stessa posizione competitiva all'interno dello scenario internazionale dell'industria dei contenuti editoriali.

Non che all'interno di questo quadro non vi siano fenomeni di novità: lo sviluppo comunque di un mercato dell'editoria di viaggi e turistica, dei libri a fumetti, di libri sullo sport, l'editoria religiosa o legata alla spiritualità in genere, collane e case editrici sulla salute, la crescente visibilità in libreria del giallo, della fantascienza e della fantasy, ecc. Ma comunque – come è facile capire – tali da non modificare nel suo insieme lo scenario complessivo. Se non fosse appunto per il fenomeno dei libri allegati ai quotidiani che da soli avrebbero generato nel 2002 un giro d'affari di circa 220 milioni di euro (un valore probabilmente destinato a essere superato in questo 2003).

Il comparto della varia in libreria, Gdo e edicola è cresciuto a valore dello 0,6%; e nella sostanza in libreria (+ 1,4%) perché Gdo ed edicola hanno fatto segnare un andamento negativo.

La percezione per molti editori è quella di avere perso nel canale libreria e nella grande distribuzione complessivamente un 2-3% a quantità, in parte recuperando il delta negativo con i ritocchi avvenuti nell'adeguamento all'euro e per i nuovi equilibri nel mix di prodotti distribuiti (meno *pocket* più copie *hard cover*).

Tra l'altro i titoli allegati ai quotidiani hanno non solo drenato copie (soprattutto di *pocket*) dalla libreria, Gdo, e pressoché da tutti i canali di vendita, ma hanno probabilmente costituito uno stock di letture possibili per il 2003 disponibili nella biblioteca domestica dato che in media ogni acquirente avrebbe acquistato 6-7 titoli nel corso dell'anno. E che ancora una volta aiuta a comprendere questo difficile inizio 2003.



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

I contenuti editoriali on line: ci si comincia ad abituare a Internet per accedere ai contenuti editoriali

L'Aie ha deciso di creare nel 2002 un Osservatorio stabile dell'evoluzione dell'editoria digitale in Italia. La prima iniziativa è stata di avviare due ricerche: una sulle famiglie e una sulle scuole. Hanno collaborato, assieme all'Ufficio studi, due istituti di ricerca: l'Ispo, per l'indagine sulle famiglie; l'Istituto Iard Franco Brambilla per la ricerca sulle scuole.

L'obiettivo principale dell'Osservatorio è stato quello di focalizzare l'attenzione sull'accesso a contenuti editoriali all'interno della famiglia o a livello individuale, tramite internet e le nuove tecnologie.

Tra i risultati emersi dall'indagine e che appaiono di maggiore interesse, si evidenziano alcuni dati relativi alla dimensione dell'utilizzo di strumenti «tecnologicamente avanzati» per l'accesso ai contenuti informativi.

Relativamente ad Internet, la ricerca ne ha rilevato un utilizzo tutt'altro che marginale tra gli *users* per l'accesso ai contenuti editoriali: tre utilizzatori di Internet su cinque affermano di aver infatti utilizzato la rete negli ultimi 6 mesi per trovarvi materiali educativi a supporto dello studio e del lavoro o per leggere i quotidiani *on line*.

Si tratta, per ora, in molti casi di un accesso ancora prevalentemente saltuario, occasionale, anche se, tra coloro che raccolgono informazioni dalla rete su argomenti di vario genere, ben il 33% dichiara di farlo con una certa regolarità.

E ancora: il 62% dichiara di aver utilizzato Internet negli ultimi sei mesi per accedere a materiali educativi a supporto dello studio o della professione. Di questo 62% c'è un 21% che afferma di averlo fatto «spesso» negli ultimi sei mesi. Sono naturalmente valori ancora bassi, ma sembrano indicare una linea di tendenza in direzione di un'abitudine a un accesso a contenuti editoriali tramite Internet. Certamente resta aperta tutto il problema relativo alla remunerazione del fornitore dei contenuti, alle modalità di pagamento..

Le biblioteche di pubblica lettura

Secondo una recente indagine *Associazione italiana biblioteche-Istat* sono 6.330 le biblioteche pubbliche aperte al pubblico: il 33,8% localizzate nelle regioni del Nord-ovest, il 23,4% in quelle del Nord est (a conferma della stretta relazione esistente tra sviluppo di un sistema bibliotecario di pubblica lettura e mercato editoriale e della lettura); solo il 13,4% nelle regioni centrali e il 29,4 % nel Sud e Isole.

Il rapporto popolazione residente / biblioteca è quindi di circa 8.700 persone (> 5 anni) per biblioteca.

La distribuzione delle biblioteche per patrimonio posseduto indica come il 50,9% possieda un patrimonio compreso tra 2 e 10 mila opere. Ma vi è un altro 20,7% che ha un patrimonio addirittura inferiore (e forse ad esso dovremmo aggiungere quel 3,2%, che «non indica»!).

Sono appena 1.460 le biblioteche di pubblica lettura (il 23,0 %) che dichiarano di possedere un patrimonio bibliografico compreso tra 10 e 100 mila opere!

Queste caratteristiche che presenta il tessuto bibliotecario italiano di pubblica lettura – oltre a spiegare alcune dinamiche presenti all'interno del perimetro del mercato della lettura – tocca direttamente il «peso» che la biblioteca ha oggi sul mercato librario complessivo.

I pochi dati disponibili sugli acquisti delle biblioteche e sul loro ruolo nel generare flussi finanziari all'interno del mercato del libro portano a stimare che le biblioteche italiane – di pubblica lettura, universitarie, ecc. – abbiano acquistato nel 2002 libri per un valore a prezzo di



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

copertina stimabile tra 57,3 e 61,9 milioni di euro. Il valore rappresenta appena l'1,7% del mercato editoriale complessivo. Se più correttamente riferiamo questo flusso finanziario al solo segmento dell'editoria di varia adulti e ragazzi il peso del «cliente biblioteca» contribuisce a generare oggi non più del 5 % del mercato italiano del libro.

Certamente la filiera del libro nel suo complesso non ha potuto giovare in questi anni in alcun modo, del mancato sviluppo di un efficiente sistema di biblioteche, cercando almeno di ridurre le distanze che ci separano da altri paesi europei.

Il vero problema nel nostro paese non è quello di aprire librerie ma di far leggere la gente. Se esiste un mercato, e cioè una domanda di libri e di lettura, si può dare una risposta in termini di strutture commerciali: "Ed è il nostro compito" – ha sostenuto di recente in una intervista Giuseppe Antonimi, amministratore delegato di Feltrinelli – Aprire biblioteche dove le librerie non ci sono perché non potrebbero sopravvivere; avviare una seria politica di sviluppo delle biblioteche scolastiche o di decentramento bibliotecario nei quartieri delle grandi metropoli; promuovere la lettura come piacere nella scuola: sono queste le iniziative pubbliche di cui ha bisogno il settore. Invece, tranne alcune zone fortunate, non c'è in Italia un sistema di biblioteche di pubblica lettura. Mancando questa capacità di creare domanda sul territorio, manca l'elemento base per sviluppare un diffuso circuito librario

E in più...L'andamento nel primo semestre 2003

La libreria di varia (catene, grandi librerie indipendenti, grandi superfici specializzate, piccole librerie) ha fatto registrare nel primo semestre dell'anno un incremento a quantità stimabile in un +0,4-0,5 %; l'incremento a valore si può stimare in un +1-1,2 %. Questi valori sono il risultato di due distinti andamenti nel periodo: calo nelle vendite nella prima parte dell'anno (fino ad aprile circa), una ripresa nel periodo maggio-giugno proseguita poi anche nel mese di luglio.

La libreria a metà prezzo è cresciuta del 2,5%.

In edicola, esclusi i libri in vendita abbinata a quotidiani e periodici, si registra un'ulteriore flessione a copie e a valore del 2,5-3,0%. Nel primo semestre dell'anno le stime relative alle vendite di libri allegati a quotidiani e periodici si stimano nell'ordine di 18-18,5 milioni di copie con una flessione del 18-20% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente (non sono comprese però le nuove collane di libri d'arte e l'enciclopedia *Utet - Repubblica* che porteranno il valore di questo canale a fine 2003 su valori decisamente superiori a quelli del 2002).

Sostanzialmente stabile la Gdo (+ 0,2-0,5 %) sia in termini di copie che a valore.

Le vendite di libri tramite Internet da siti di vendita italiani si stima siano cresciute del 63-65% rispetto al primo semestre 2002 (ma il canale pesa meno dell' 1 % su totale del mercato).

In calo a quantità (- 5 %), ma sostanzialmente allineato a valori del primo semestre dell'anno precedente, le vendite di libri nei *bookshop* museali; anche qui in assenza di eventi espositivi trainanti e capaci di calamitare l'attenzione del grande pubblico.

Le vendite per corrispondenza e le vendite tramite club, dopo una flessione nel primo trimestre per un calo nel numero di soci attivi da parte del principale operatore del canale, hanno fatto registrare poi un recupero, collocandosi quasi agli stessi valori del corrispondente periodo del 2002.