

[PIU LIBRI PIU LIBERI: i numeri della tredicesima edizione](#)

scritto da Danilo Montaldo | 03/12/2018



FOTO TRATTE DA CANALE FLICKR DI LIBRI PIÙ LIBERI

359 espositori, un giorno in più nel calendario e **56.000 presenze**, 2000 in più rispetto lo scorso anno. Questi i numeri della tredicesima edizione di [PIÙ LIBRI PIÙ LIBERI](#), la fiera della piccola e media editoria italiana ospitata dal 4 all'8 dicembre presso il Palazzo dei congressi di Roma.

L'Associazione Italiana Editori, organizzatrice dell'evento, ha già snocciolato qualche dato relativo al mercato della piccola e media editoria, settore, che in Italia conta 5663 marchi. Numeri non confortanti, quelli raccolti nell'indagine condotta da Nielsen, che segnano un calo di copie vendute su base annua del 3,4%.

Numeri, giudicati **"in miglioramento"**, se si considera che la maggior parte degli espositori presenti in fiera, portano al mercato generale un segno positivo. Come dire: a PIÙ LIBRI PIÙ LIBERI ci sono i migliori o comunque, la fiera sposta l'ago delle vendite verso un +1,1% e un +2,2% sul fatturato delle case editrici presenti e di conseguenza sull'intero settore.

Crediamoci! Se consideriamo che nei quattro giorni di fiera si concentrano incontri, firma copie, presentazioni, dibattiti, un aumento nelle vendite ci può stare.

È anche vero che da **un giro completo fatto tra gli stand**, le novità, l'originalità dell'offerta e dei prodotti editoriali non brilla di particolare singolarità. Poca creatività, molte le case editrici note, molte quelle che cercano di avere visibilità con prodotti poco vendibili e appetibili, tante quelle che cercano di essere originali a tutti i costi giocando con copertine e iniziative di facciata originali, poche invece quelle che hanno i numeri e le carte giuste per ritagliarsi un posto nel mercato, alle quali manca però un po' più di comunicazione.



Ma queste sono solo **impressioni personali** su una fiera che costa ad ogni singolo espositore dai 1000 euro in su per il **noleggio dello stand** (per gli spazi al primo piano), più i costi per il trasporto dei libri e le spese di soggiorno per il personale.

Non sappiamo a quanto ammonta il noleggio per uno stand nell'area centrale, quella dove ci sono le "major" della piccola e media editoria, ma giocando con le cifre, supponiamo si debba moltiplicare di molto la prima fascia di prezzo.

Cifre non proprio contenute, che molti espositori affrontano più come investimento in comunicazione e visibilità, che come canale per aumentare il fatturato e che potrebbero essere investite, sempre a mio personale parere, per sfruttare altri canali comunicativi. Ma se così fosse, non ci sarebbero più le fiere ed **il business portato dal loro "indotto"** e non ci sarebbe l'incontro lettore/casa editrice, lettore/autori, case editrici/distributori e via dicendo. Forse.