



Włoski Instytut Handlu Zagranicznego - Polska
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej
Istituto nazionale per il Commercio Estero - Polonia
Sezione per la Promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia

NOTA di SETTORE

POLONIA

SETTORE DELL'EDITORIA

Premessa

Situazione generale

Che cosa si vende...

... che cosa si legge

Andamento del mercato

Case editrici

Concentrazione nei singoli segmenti del mercato

Previsioni per il settore

Conclusione

Aggiornamento: maggio 2006



Premessa

Analizzando il mercato dell'editoria in Polonia si riscontra una varietà di dati statistici provenienti da diverse fonti. Tra queste l'Istituto Bibliografico, Biblioteca delle Analisi ed il GUS (ISTAT polacco). Nonostante alcune dissonanze statistiche è possibile apprezzare le tendenze nel comparto dell'editoria.

La presente nota è basata sull'ultimo rapporto "Mercato editoriale polacco 2005" realizzato da Biblioteka Analiz con dati del 2004.

Situazione generale

Nell'Europa Centro Orientale la Polonia risulta indiscutibile leader per quanto riguarda il numero di titoli pubblicati e la tiratura media. Il mercato polacco è riuscito ad attirare un grande numero di investitori esteri. Tali risultati non si riscontrano in altri paesi dell'area.

Tra editori che negli ultimi anni hanno dichiarato l'intento di effettuare investimenti (spesso si tratta di ulteriori investimenti in quanto alcuni di loro sono già presenti in Polonia) sono da citarsi Bertelsmann (investimenti sia diretti che attraverso Random House), Cornelsen, Klett, Westermann, Max Hueber Verlag, Forum, Mairs, Lengenscheidt, gruppo finlandese Sanoma-WSOY, Wolters Kluwer, Reed Elsevier, Hachette Livre, Havas, Flammarion, Macmillan e Pearson Education.

Vale sottolineare che tra le prime dieci case editrici polacche, sette sono a capitale straniero.

Ciò che attira gli investitori sono le favorevoli regole di tassazione per i libri (aliquota dell'IVA pari a 0% verrà mantenuta fino al 2008), rilevante mercato di sbocco e grandi possibilità di guadagnare nuovi lettori. Buon esempio è la vendita di libri presso le edicole (usanza molto diffusa nell'UE), qui in Polonia avviata dalla canadese Harlequin e la norvegese Pol-Nordica, e poi continuata sulla scala più grande da De Agostini. Oggi nelle tabaccherie (in polacco chiamate "chiosco") si vendono di centinaia di migliaia di copie.

Un altro trend osservato è il consolidamento del mercato. Ci sono numerosi esempi di fusioni tra le case editrici polacche ma anche con la partecipazione di capitale straniero. Tra i pretendenti polacchi capaci di creare intorno a se grossi gruppi editoriali si può indicare Agora (editore di Gazeta Wyborcza, giornale più diffuso in Polonia) e WSiP (editore specializzato nei libri scolastici).

A partire dal 1999 il numero delle librerie continua a diminuire a favore di grandi catene come Empik, Azymut e Grupa Matras nonché a favore della vendita per corrispondenza (effettuata da Bertelsmann e Reader's Digest) e presso la GDO. Tutto sommato si stima che attualmente attraverso le librerie si vende il 41% circa di tutti i libri.

Che cosa si vende...

Nel 2004 liste di bestseller sono state dominate da tre autori (Katarzyna Grochola, Joanne K. Rowling e Dan Brown) e cinque case editrici (Bertelsmann, Albatros, Znak, Prószyński i S-ka, e Media Rodzina). Tra i libri più venduti nel 2004 mancano alcuni "leader della narrativa" come Rebis, Zysk i S-ka e Muza.

Parecchi libri tra i bestseller vengono pubblicati dalle piccole case editrici, spesso composte addirittura da 1-2 persone, con un singolo autore "trainante" nell'offerta. Tra essi Kobra Media



(con scrittrice Joanna Chmielewska), Nowa (Andrzej Sapkowski), Media Rodzina (J.K.Rowling), Drzewo Babel (Paulo Coelho) e Colori (Bogusław Wołoszański).

Tanti potenziali bestseller sfuggono ai grandi editori e vengono prodotti dalle case di un potenziale minore. Ma questo dovrebbe cambiare. Gli editori che dispongono dei mezzi per la promozione e per l'acquisto dei diritti d'autore, nell'arco di qualche anno domineranno il mercato polacco.

Analizzando liste di bestseller negli anni 2001-2004, si nota sempre alto l'interesse verso la letteratura moderna polacca e decrescente domanda per la narrativa tradotta dall'inglese.

Oltre la narrativa, gode di successo – sorprendentemente - anche la poesia locale.

Nel 2005, per motivi ovvi, domina la letteratura religiosa come anche album e libri illustrativi dedicati al papa Giovanni Paolo II. Si stima che nel 2005 la vendita dei titoli dedicati al Karol Wojtyła sia stata di 4 milioni di copie, generando oltre € 12 milioni di ulteriore fatturato. Per illustrare tale fenomeno basti citare che nella 1. metà del 2005 la casa editrice Znak ha venduto oltre 1,2 milioni di copie dell'ultimo libro di Wojtyła **"Pamięć i tożsamość"**.

Si può stimare che sull'onda della scomparsa di Giovanni Paolo II, aumenterà anche la diffusione di libri dedicati al nuovo pontefice, quello di Benedetto XVI.

Al di fuori del "fenomeno papale", gli autori più amati e più letti dai polacchi rimangono sempre Paulo Coelho e William Wharton, ma anche Grisham, Folens, Ludlum, Cussler, Clancy, Cook e Pratchett. Ci sono inoltre rappresentanti della narrativa più ambiziosa. Tra questi Perez-Reverte, Jonathan Carroll, Michael Cunningham, Yann Martel, Nicola Kraus, Emma McLaughlin, Allison Pearson, Eduardo Mendoza, Tony Parson, Alice Sebold, Waris Dirie e J.M. Coetzee.

Il numero di bestseller all'anno

casa editrice	numero di bestseller nel 2004	numero di bestseller nel 2003	numero di bestseller nel 2002	numero di bestseller nel 2001
Świat Książki (Bertelsmann)	16	11	17	13
Albatros	7	3	3	1
Znak	6	9	6	7
Prószyński i S-ka	6	5	5	2
Media Rodzina	5	0	4	4
W.A.B.	4	4	2	2
Amber	3	3	2	2
Colori	3	2	0	2
Sonia Draga	3	0	0	0
Drzewo Babel	2	5	2	5
Wydawnictwo Literackie	2	3	5	5
Rosner & Wspólnicy	2	0	0	0

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”



Bisogna tener presente che le liste di bestseller, come le analisi della crescita delle vendite, non comprendono così detti "partwork", cioè dei libri venduti in chioschi come collane oppure in aggiunta alla rivista o alla stampa quotidiana. Quest'è un mercato enorme – le tirature arrivano da 20.000 ai 600.000 copie. Oltre la presenza delle aziende specializzate in tale segmento (De Agostini con acquistata Altaya e Amer.com Polskie Media), i libri appaiono come dei "gadget" gratuiti aggiunti alle riviste femminili e recentemente anche ai giornali. Dal giugno 2004, sulla scala impressionante, tale distribuzione è stata avviata da Agora (editore di Gazeta Wyborcza, il quotidiano più diffuso in Polonia). Nel 2004 e 2005 è stata pubblicata la collana "Classici di Gazeta Wyborcza" (relativamente "Letteratura del XX e del XIX secolo"). La collezione comprendeva le opere della narrativa moderna, uscendo con la frequenza settimanale in ca. 200-300.000 copie al prezzo di 15 PLN (meno di 4 €). Inoltre nel 2005 sono state iniziate nuove serie, tra esse enciclopedie (in collaborazione con PWN) e vocabolari (in collaborazione con Langenscheidt).

...e cosa si legge

E' interessante il fatto che le liste di bestseller soltanto in piccola parte corrispondono alle dichiarazioni dei lettori sui libri letti. Oltre "Harry Potter" ed "Il signore degli anelli", i libri più letti sono i classici della letteratura polacca scelti dalla scuola.

Dalle analisi effettuate nel 2004 dalla Biblioteca Nazionale emerge che circa il 58% dei polacchi legge libri, mentre circa il 40% li compra. Il boom è stato notato all'inizio degli anni '90 (ca. 71% dichiarava di aver letto almeno 1 libro) quando, dopo decenni di chiusura politica, ma anche quella culturale, sono arrivati in Polonia - finora sconosciuti - i bestseller americani, in prima linea la collana di Harlequin. Dopo qualche anno la situazione però è ritornata come prima.

I polacchi non sono lettori fortissimi. Il gruppo dei lettori (in percentuale) è stabile da anni. In confronto con altri paesi europei, la Polonia purtroppo si differenzia in modo negativo. La media dei lettori l'UE è del 64%, mentre in Polonia risulta pari al 58%. Situazione peggiore tra i 10 pesi di nuova adesione si ha soltanto in Cipro e in Malta.

E' preoccupante il recente calo della lettura tra i giovani. Fino al 25% dei ragazzi non ha letto nemmeno un libro nel 2004, anche se questo gruppo dovrebbe leggere obbligatoriamente almeno libri scolastici. Ancora due anni prima, la percentuale di "non lettori" ammontava al 14%.

Il gruppo di persone che leggono "per passione" (vale a dire più di 12 volumi all'anno) ammonta soltanto al 15% circa.

La situazione peggiora per quanto riguarda l'acquisto dei libri dichiarato dai lettori. Un libro è diventato quasi un simbolo di lusso. Dalla stessa analisi emerge che solo il 40% dei Polacchi dichiara di aver comprato almeno un libro (nel 2002 - 37%). Una parte dei libri viene comprata automaticamente (manuali scolastici, pubblicazioni professionali).

Indici di lettura e acquisto di libri

anno	Legge	acquista
1992	71%	56%
1994	56%	37%
1996	58%	47%
2000	54%	41%



2002	56%	37%
2004	58%	40%

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Indici di acquisto per tipologia

Tipologia	%
enciclopedie e manuali di vario genere	25%
libri di scuola	18%
libri per bambini e ragazzi	13%
pubblicazioni professionali	11%
gialli	9%
libri religiosi	7%
saggistica	6%
libri di fantascienza	4%
esoterismo	1%

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Considerando che la posizione dominante è detenuta dai libri da scuola, le prospettive per editori possono preoccupare in quanto la popolazione sta invecchiando notevolmente e il gruppo che acquista i volumi, si riduce. Nello stesso tempo però sta aumentando il pubblico colto che, oltre i giovani, risulta essere il gruppo di lettori più fedeli.

Andamento del mercato

Dal 2001 si osserva un calo dei titoli pubblicati. Tale tendenza si è mantenuta anche nel 2004. Sono stati pubblicati 20.830 titoli, oltre il 7% di meno rispetto al 2003. E' stato inferiore anche il numero di prime edizioni - 11.650 (-6%). Gli editori con più attenzione e cautela decidevano di allargare le proprie offerte, ma nello stesso tempo sono cresciute le tirature medie dei libri pubblicati. Questo vale soprattutto per i libri di narrativa e pubblicazioni per ragazzi. Considerando i titoli aggiunti alle riviste e giornali tale aumento ammontava all'11,6%.

Sia nel 2003 che nel 2004 la quota delle "novità" sul totale dei libri pubblicati si collocava sul livello dei soli 56%. Gli editori si affidavano piuttosto alle riedizioni di libri venduti con successo negli anni precedenti. Contrariamente agli anni '90, a partire dal 2000 il mercato polacco inizia a dimostrare i sintomi tipici del mercato americano e dell'Europa Occidentale. I bestseller, invece di sparire dopo alcune settimane, come accadeva prima, si mantengono sulle "Top List" per mesi o anni. Questo fa pensare che gli editori preferiscono investire nella promozione dei titoli trainanti piuttosto che nell'espandere la propria offerta.

Il numero di libri venduti negli anni 2000-2004*

Anno	2000	2001	2002	2003	2004
------	------	------	------	------	------



Libri venduti (in milioni di copie)	124,2	140,7	124,5	119,6	125,3
Rapporto vendita/tiratura	78,4%	91,8%	87,9%	89,5%	90,5%

**tabella illustra vendite tra editori e distributori e non ai clienti finali*

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Dopo tre anni di ristagno, la vendita dei libri registra una certa ripresa e l'accesso della Polonia all'UE ha provocato l'interesse del capitale straniero verso questo mercato. Il difficile triennio 2001-03 è stato superato quasi senza fallimenti aziendali.

I prezzi dei libri ormai dal 2003 sono rimasti quasi stabili (+0,03% ca.) e non dovrebbero crescere notevolmente. Il prezzo medio di un libro, pari a circa 29,20 PLN¹ (ca. 7,7 €), è assai alto per un lettore polacco. In quest'ottica sta crescendo il mercato delle edizioni economiche (pocket).

Conviene far notare che la tiratura non incide sul prezzo. I bestseller venduti in decine di migliaia di copie non sono più economici rispetto ai titoli pubblicati in soli 2.000 volumi. "Harry Potter" in Polonia costa il rispetto alla Rep. Ceca e cinque volte di più che in Russia. In Europa Centro-orientale la Polonia ha il record dei libri più cari.

Il problema principale rimane sempre quello del surplus nella produzione dei libri e la mancanza del cash nel segmento della distribuzione. E' molto frequente il pagamento prolungato pari a 120-180 giorni.

Produzione di libri negli anni 2000-2004

	2000	2001	2002	2003	2004	Performance 2004 su 2003
Numero titoli	25.700	24.420	22.960	22.430	20.830	-7,1%
Prime edizioni	15.300	14.100	13.230	12.390	11.650	-6,0%
Tirature (mln di volumi)	158,5	153,2	141,6	133,6	138,5	3,7%
Tiratura media (in volumi)	6.167	6.274	6.165	5.956	6.649	11,9%

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Il leggero calo nella produzione continua, come negli anni precedenti, ad essere compensato con una svendita di libri avanzati.

Ritornando alle tirature, tali differenziano in base al profilo editoriale. I numeri superiori raggiungono i libri scolastici, seguiti dalla letteratura per bambini e quella religiosa. Di seguito viene la narrativa (senza collane e edizioni aggiunte ai quotidiani) e album/libri illustrati. Le tirature minori riguardano le pubblicazioni professionali e scientifiche.

Tirature in funzione al profilo editoriale

		% nella tiratura media in generale	% nella tiratura media senza manuali scolastici
--	--	---------------------------------------	--

¹ L'analisi non comprende i libri da scuola e neanche volumi distribuiti in aggiunta con stampa



tipologia	tiratura media	(6.649 = 100%)	(4.826 = 100%)
narrativa	5.378	81%	111%
libri per bambini	6.596	99%	137%
libri scolastici	15.346	231%	318%
libri professionali e scientifici	2.966	45%	61%
libri illustrati	4.118	62%	85%
libri religiosi	5.490	83%	114%

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Case editrici

In Polonia sono registrate oltre 20.000 case editrici, di cui 10% attive, vale a dire quelle che pubblicano al meno 2 libri all'anno.

Le analisi delle offerte di Empik ed altri grandi grossisti, dei cataloghi fieristici e delle offerte delle librerie virtuali, permettono di constatare che circa 350 aziende pubblicano oltre 10 titoli all'anno. La concentrazione di questo mercato è particolarmente grande. Circa 200 case editrici (l'8% di quelle attive) costituiscono il 98% del mercato.

Quote di mercato in funzione alle dimensioni delle case editrici

Gruppo	numero di case editrici nel gruppo	quote di mercato
Grandi editori (fatturato > 5 mln \$)	32	67,6%
Medi editori (0,25-5 mln \$)	ok. 190	30,8%
Piccoli editori (fatturato < 0,25 mln \$ e minimo 2 titoli all'anno)	ok. 2.000	1,4%
Editori non attivi (pubblicazioni sporadiche, di tiratura inferiore a 1.000 copie)	6-8.000	0,2%

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Nel 2004 al gruppo di editori con fatturato superiore al 5 mln \$ appartenevano le seguenti case editrici:

1. WSiP – Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne
2. Reader's Digest
3. Świat Książki
4. Polskie Wydawnictwa Profesjonalne
5. Nowa Era
6. Wydawnictwa Naukowe PWN
7. Mediasat/Agora
8. Pearson Education Polska
9. MAC Edukacja
10. Wiedza i Praktyka
11. Wydawnictwa Szkolne PWN
17. Egmont
18. Znak
19. Bellona
20. Prószyński i S-ka
21. Juka-91
22. M. Rożak
23. Amber
24. Media Rodzina
25. Żak
26. Forum
27. Hachette Livre



- | | |
|--|---------------|
| 12. YDP – Young Digital Poland | 28. Harlequin |
| 13. GWO – Gdańskie Wydawnictwo Oświatowe | 29. Helion |
| 14. Publicat | 30. Muza |
| 15. LexisNexis | 31. WAM |
| 16. C.H. Beck | 32. Pascal |

Fonte: Biblioteka Analiz „Rynek Książki w Polsce 2005”

Concentrazione nei singoli segmenti del mercato

I piccoli editori dominano nel segmento dei libri scientifici e narrativa moderna polacca.

Nel segmento dei libri scolastici, 10 editori controlla il 90% delle vendite e 5 – il 66% (WSiP, Nowa Era, MAC, WSz PWN e Pearson Education).

La concentrazione ancora più forte si osserva nel comparto dei libri giuridici, in cui 3 officine controllano oltre l'80% del mercato (Polskie Wydawnictwa Profesjonalne, C.H. Beck e LexisNexis). Quanto ai libri per bambini quattro editori hanno il 62% del mercato (Egmont, Publicat, Sara, Wilga). Il segmento della scuola è diviso praticamente tra Zielona Sowa, Greg, Sara e Siegmiorog.

Il 64,5% delle guide turistiche è pubblicato da Pascal e Wiedza i Zycie (Hachette Livre), mentre il 60% dei libri sull'informatica appartiene al Helion. Molto più differenziato emerge il segmento della narrativa, ma anche si possono indicare i leader. Tra questi Swiat Książki, Proszynski i S-ka, Amber, Muza, Zysk i S-ka, Rebis, Albatros, Wydawnictwo Literackie, Znak e W.A.B.

Al momento dominano in Polonia gli editori con un'offerta piuttosto omogenea, ma questo sta per cambiare. Si prevedono fusioni tra le aziende rappresentanti varie tipologie editoriali il che aiuterà ad affrontare le esigenze del mercato.

Entrate dalle vendite di libri secondo i tipi di letteratura negli anni 2001-2004

Anni	2001		2002		2003		2004	
	Valore vendite mln PLN	Quota nelle vendite %	Valore vendite mln PLN	Quota nelle vendite %	Valore vendite mln PLN	Quota nelle vendite %	Valore vendite mln PLN	Quota nelle vendite %
Classica	405	19,3	375	18,0	375	17,9	415	18,8
Per bambini	185	8,8	140	6,7	145	6,9	175	7,9
Lecture di scuola	55	2,6	60	2,9	60	2,9	65	2,9
Libri di scuola	620	29,5	645	31,0	650	31,1	640	29,0
Scientifica e professionale	490	23,3	520	25,0	525	25,1	560	25,3
Illustrati	170	8,1	165	7,9	145	6,9	150	6,8
Tematica religiosa	80	3,8	90	4,3	95	4,5	110	5,0



Altri	95	4,5	85	4,1	95	4,5	95	4,3
Totale	2.100	100	2.080	100	2.080	100	2.210	100

Fonte: Analisi di mercato: "Il mercato dei libri in Polonia 2005"

Previsioni per il settore

È da aspettarsi un ulteriore, lento consolidamento del settore, specie degli editori di medie e grandi dimensioni ed a capitale estero. C'è una percezione sempre più accentuata del mercato polacco quale favorevole sbocco per gli investimenti.

Dovrebbe essere conclusa la privatizzazione del settore. Ancora statali sono ed es. le seguenti case editrici: Bellona, WNT, Wiedza Powrzechna, Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Ossolineum, PIW.

Molte risorse saranno nuovamente destinate allo sviluppo del canale dell'internet, la organizzazione di servizi on-line e di portali di informazione. Qui però le case editrici probabilmente non giocheranno un ruolo importante - in tutto il mondo questo mercato è dominato da imprese quali Amazon, Yahoo, Google). Le case editrici possono però investire in internet sul fronte dell'informazione libraria. Questa sarebbe l'opportunità per editori (tra essi WsiP, PWN, PWP, Demart, PWE, WNT, Wiedza Powrzechna, Zielona Sowa, Wilga, ecc.) che dispongono già di banche dati di enciclopedie e vocabolari. Il leader di questo settore rimarrà la Pascal, che è entrata nel gruppo ITI: parte del servizio è onet.pl, motore di ricerca e portale polacco e quindi, oltre a pubblicare le guide turistiche, è fornitore di informazioni tramite tale sito web.

Verosimilmente diminuirà la vendita dei libri di scuola, il che è dovuto anzi tutto a fattori sociali (fine dell'effetto "riforma scolastica") e demografici (natalità a crescita 0). Ogni anno il numero di allievi di scuole elementari e medie diminuisce del 3-4%. Nel 2006 questo numero sarà inferiore di 1,5 milioni rispetto al 2000. Si stabilizzerà la produzione editoriale. Si fermerà il calo del numero dei titoli e la tiratura totale nel mercato, si stabilizzerà la tiratura media di un titolo.

Il fatturato (ai prezzi di vendita delle case editrici) dovrebbe attestarsi intorno ai 550-580 milioni €. Per poter mantenere la vendita reale allo stesso livello, le case editrici ed i distributori dovranno aumentare notevolmente la promozione attiva per far fronte al calo della domanda sui libri. Già oggi si vede che solo i titoli ampiamente pubblicizzati riescono ad avere grandi tirature, il che vuol dire che è necessario spendere di più in comunicazione per evitare marginalizzazione nel mercato.

Bisognerà aspettarsi una concentrazione dei diritti d'autore sui libri degli scrittori più gettonati (sia nazionali che licenze per tradurre) attorno alle più grandi case editrici. Come risultato i titoli più popolari saranno offerti da appena qualche piccolo numero di aziende specializzate nella letteratura classica. Nella lotta per l'acquisizione dei diritti saranno decisive sempre più le possibilità finanziarie delle case editrici, sia nell'ambito degli acconti accordati preventivamente sui diritti d'autore, nonché nell'ambito del finanziamento delle campagne pubblicitarie.

Sarà sempre meno rilevante la quota delle novità nel mercato rispetto alle riedizioni. Aumenterà il numero delle pubblicazioni specialistiche di bassa tiratura. Le nuove tecnologie di stampa dovrebbero animare il mercato delle piccole tirature.

Ci sarà un ulteriore anche se rallentato aumento dell'importanza delle forme di vendita dirette (internet, spedizione e club, reti porta a porta). Continuerà ad aumentare la quota delle GDO nella vendita dei libri. Probabilmente nasceranno nuove aziende di vendita a domicilio. Allo



Włoski Instytut Handlu Zagranicznego
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej
Istituto nazionale per il Commercio Estero
Sezione per la Promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia

stesso tempo decrescerà il numero delle librerie (a circa 1.500-1.800), particolarmente quello delle librerie di quartiere, plurispecializzate.

Conclusioni

Il mercato polacco dei libri, benché abbia attraversato negli ultimi anni una fase di crisi, sta di nuovo diventando un mercato molto attivo: conta - in numero di titoli, non per fatturato - quanto la Spagna o la Francia, tradizionali sbocchi dell'editoria italiana. E non si tratta soltanto di libri religiosi. Il tema è in ogni caso strategico perché il mercato sta per essere sempre più profittevole ed occupare una fetta del mercato diventa essenziale; perdere l'occasione adesso vorrebbe dire condannarsi a una lunga marginalità.

Fonti: analisi "Il mercato dei libri in Polonia 2005", Łukasz Gołębiewski