



**Artigiani
Imprenditori
d'Italia**

Area Studi e Ricerche

Il paradosso dell'editoria: più si pubblica meno si legge

**Una riflessione sull'editoria indipendente
nell'attuale contesto di mercato**

Approfondimenti



Maggio 2026

INDICE

Premessa

1. Il contesto editoriale attuale
2. La debolezza della domanda
3. L'editoria indipendente
 - 3.1. I piccoli editori nell'era dell'iperproduzione
 - 3.2. Le opinioni e le richieste dei piccoli editori associati a CNA
 - 3.2.1. Far emergere, riconoscere e valorizzare la "dimensione artigianale" della piccola editoria
 - 3.2.2. Immaginare sistemi incentivanti specifici per la piccola editoria
 - 3.2.3. Migliorare il rapporto con la distribuzione
 - 3.2.4. Rafforzare i rapporti diretti con le librerie
 - 3.2.5. Favorire l'acquisto pubblico di copie per biblioteche

Premessa

Questo testo raccoglie alcune considerazioni sulle caratteristiche dell'attuale mercato editoriale e in particolare sulle criticità che si trovano ad affrontare i piccoli editori indipendenti.

Si avvale di una ricognizione presso i dati statistici disponibili e, soprattutto, di una riflessione a tutto campo condotta assieme agli editori associati a CNA.

Obiettivo del lavoro, oltre all'individuazione delle problematiche che le imprese editoriali si trovano ad affrontare, è quello di elaborare alcune proposte operative da sottoporre ai decisori pubblici una volta validata la loro reale fattibilità. Per questo motivo sono stati coinvolti nell'iniziativa i funzionari dell'ufficio legislativo di CNA.

1. Il contesto editoriale attuale

I dati relativi alla produzione libraria italiana restituiscono l'immagine di un settore caratterizzato da una forte espansione dell'offerta, non accompagnata tuttavia da una crescita proporzionale della struttura industriale né della capacità di assorbimento del mercato. Nel 2024 in Italia sono stati pubblicati 85.872 titoli a stampa, un livello di produzione estremamente elevato che rappresenta un incremento di circa cinque volte rispetto a trent'anni fa. A questi si aggiungono 37.700 e-book pubblicati nel corso dello stesso anno, mentre il catalogo complessivo dei titoli disponibili ha superato per la prima volta la soglia di 1,5 milioni di unità. La crescita dell'offerta libraria è quindi evidente e riflette una trasformazione profonda delle condizioni di accesso alla pubblicazione, resa possibile dall'abbassamento delle barriere tecnologiche e organizzative che tradizionalmente caratterizzavano il settore editoriale.

Tuttavia, a fronte di questo aumento dei titoli pubblicati, il numero delle imprese editoriali in senso stretto – cioè dei soggetti economici la cui attività principale consiste nella pubblicazione di libri – rimane sostanzialmente stabile nel tempo. Secondo i dati Istat, tali imprese oscillano da circa un decennio attorno alle 2.000 unità, con un numero di addetti progressivamente in diminuzione e oggi inferiore alle 9.000 unità. Il dato relativo ai circa 5.000 soggetti che pubblicano libri, spesso citato nelle analisi del settore, include infatti tutti i titolari di codice ISBN, comprendendo quindi anche associazioni, istituzioni o singoli autori che ricorrono all'auto-pubblicazione e che non svolgono necessariamente un'attività editoriale continuativa. Ciò suggerisce che all'aumento dei titoli disponibili non corrisponde una reale espansione del tessuto produttivo editoriale, quanto piuttosto a una crescente apertura del processo di pubblicazione a una pluralità di soggetti che operano ai margini o al di fuori del tradizionale sistema industriale dell'editoria.

Dal punto di vista economico, il settore editoriale italiano nel 2024 ha generato un fatturato complessivo pari a 3,234 miliardi di euro, registrando una lieve flessione dell'1,4% rispetto all'anno precedente. Il cosiddetto "mercato trade" rappresenta la componente principale, con 1,735 miliardi di euro di ricavi, di cui la larga maggioranza derivante dalle vendite di libri a stampa attraverso librerie fisiche, piattaforme online e grande distribuzione. A questa si affiancano altre componenti rilevanti del sistema editoriale, quali l'editoria scolastica, professionale e universitaria, che contribuiscono in misura significativa alla stabilità economica del settore. Nel complesso, tuttavia, il volume di fatturato non appare in grado di sostenere l'enorme espansione della produzione editoriale registrata negli ultimi decenni.

È proprio in questo scarto tra crescita dell'offerta e dimensione del mercato che emerge una delle principali criticità strutturali del sistema editoriale contemporaneo. Si stima infatti che soltanto circa 3.300 titoli, pari a poco più del 4% dei libri pubblicati annualmente, riescano a superare la soglia delle 2.000 copie vendute, generalmente considerata il livello minimo per coprire i costi di produzione e distribuzione. Questo dato evidenzia la presenza di una marcata iperproduzione libraria, in cui il numero di titoli immessi sul mercato eccede ampiamente la capacità dei lettori di scoprirli, acquistarli e leggerli. Il risultato è un sistema caratterizzato da un forte sovraccarico di offerta, nel quale la maggioranza dei libri fatica a trovare visibilità e a costruire un proprio pubblico.

Da un punto di vista socioeconomico, tale dinamica può essere interpretata come una conseguenza della trasformazione dell'editoria in un mercato culturale sempre più competitivo e frammentato. L'ampliamento dei soggetti che pubblicano e la moltiplicazione dei titoli disponibili hanno certamente contribuito a democratizzare l'accesso alla produzione culturale, consentendo a un numero crescente di autori e piccoli editori di entrare nel sistema. Allo stesso tempo, però, questa espansione dell'offerta ha accentuato il ruolo strategico di alcune risorse scarse, prima fra tutte la visibilità stessa dei libri. In un contesto in cui ogni anno vengono pubblicate decine di migliaia di novità editoriali, la capacità di intercettare l'attenzione dei lettori diventa un fattore decisivo, spesso più determinante della stessa qualità del contenuto.

La conseguenza è una crescente polarizzazione del mercato:

- da un lato, un numero relativamente ristretto di titoli – spesso sostenuti da forti investimenti promozionali, dalla presenza nei principali canali distributivi e da strategie di marketing strutturate – riesce a raggiungere livelli significativi di vendita;
- dall'altro, una vasta quantità di pubblicazioni rimane ai margini del circuito commerciale, con cicli di vita molto brevi e una presenza limitata negli spazi di vendita e di discussione culturale.

In questo senso, il mercato editoriale contemporaneo appare più definito dall'abbondanza dei contenuti e dalla contemporanea scarsità dell'attenzione, configurandosi come un sistema in cui il valore economico e simbolico dei libri dipende in larga misura dai meccanismi di mediazione che regolano l'incontro tra produzione culturale e pubblico dei lettori.

2. La debolezza della domanda

Alla luce dei dati disponibili, uno degli elementi più problematici per comprendere la crisi relativa del mercato editoriale italiano riguarda non tanto l'offerta di libri – che negli ultimi decenni è cresciuta in maniera esponenziale – quanto la debolezza strutturale della domanda di lettura. L'ampiezza della produzione editoriale si confronta infatti con una base di lettori relativamente ridotta e, soprattutto, poco stabile nel tempo. Secondo le rilevazioni dell'Istat, nel 2024 il 42,8% della popolazione italiana sopra i 15 anni dichiara di non aver letto neppure un libro nell'arco dell'anno, né per motivi professionali né per svago. Anche considerando la popolazione più ampia sopra i sei anni, la quota di persone che hanno letto almeno un libro nell'anno rimane poco superiore alla metà della popolazione (57,1%), mentre la lettura per puro tempo libero riguarda una quota sensibilmente inferiore.

Ancora più significativo è il modo in cui la pratica della lettura si distribuisce tra i lettori stessi. Dei circa 20,5 milioni di italiani che dichiarano di aver letto almeno un libro nel corso dell'anno per svago, la maggioranza si colloca nella categoria dei lettori deboli o occasionali. Le statistiche indicano infatti che una parte consistente legge al massimo tre libri l'anno, mentre i cosiddetti lettori forti – coloro che leggono almeno dodici libri – rappresentano una quota estremamente ridotta della popolazione, pari a poco più del 6%. In termini assoluti, ciò significa che il nucleo più stabile del pubblico editoriale italiano è composto da una minoranza ristretta, stimabile in circa 2,7 milioni di persone. Questa forte concentrazione dei consumi culturali implica che una parte significativa delle vendite librerie dipenda da un segmento limitato di lettori abituali, mentre la restante parte della popolazione mantiene con il libro un rapporto sporadico o nullo.

Il quadro diventa ancora più problematico se si osserva l'evoluzione temporale della lettura. Diverse indagini mostrano una tendenza alla contrazione della base dei lettori nel corso dell'ultimo decennio. Secondo le rilevazioni del Censis, nel 2013 il 52,1% delle persone tra i 14 e gli 80 anni dichiarava di aver letto almeno un libro nel corso dell'anno; nel 2024 questa quota è scesa al 40,2%, con una diminuzione di quasi dodici punti percentuali. Questo andamento suggerisce che il problema della lettura in Italia non è soltanto quantitativo ma anche strutturale: non si tratta semplicemente di un numero ridotto di lettori, bensì di una tendenza progressiva alla rarefazione dell'abitudine alla lettura all'interno della popolazione.

Le statistiche sui consumi culturali delle famiglie confermano questa interpretazione. Nell'arco degli ultimi vent'anni la quota di spesa destinata all'acquisto di libri si è ridotta di circa il 24,6%. Si tratta di una contrazione meno drastica rispetto a quella registrata nel settore dei quotidiani, la cui spesa è diminuita di quasi la metà, ma comunque significativa se si considera che nello stesso periodo l'offerta editoriale è aumentata in modo considerevole. Il dato suggerisce che la lettura tende progressivamente a perdere centralità all'interno delle pratiche culturali quotidiane, venendo sostituita o affiancata da altre forme di consumo mediale.

Questa dinamica può essere interpretata alla luce di alcune trasformazioni più ampie dell'ecosistema culturale e comunicativo contemporaneo. Da un lato, l'espansione delle piattaforme digitali e dei social media ha modificato profondamente le modalità di fruizione dei contenuti, favorendo forme di consumo più rapide, frammentate e visive rispetto alla lettura lineare di testi lunghi. Alcune analisi sottolineano infatti come una quota crescente di utenti privilegi formati brevi e contenuti audiovisivi, con una conseguente riduzione del tempo dedicato alla lettura tradizionale. Dall'altro lato, la diffusione di nuove forme di intrattenimento culturale – dalle piattaforme di streaming ai videogiochi, fino ai podcast e agli audiolibri – contribuisce a ridefinire la competizione per il tempo libero dei cittadini.

A queste trasformazioni mediali si aggiungono fattori di natura sociale e territoriale. Le pratiche di lettura risultano fortemente correlate al livello di istruzione e alla posizione socioeconomica: le percentuali di lettori sono significativamente più elevate tra i laureati e tra coloro che vivono in contesti urbani e culturalmente dinamici. Persistono inoltre marcate disuguaglianze territoriali, con una diffusione più ampia della lettura nelle regioni del Nord e una minore presenza di infrastrutture culturali – come librerie e biblioteche – in molte aree del Mezzogiorno. Le stesse statistiche sul mercato librario mostrano come la distribuzione delle vendite e delle librerie per abitante sia nettamente sbilanciata a favore delle regioni settentrionali.

Nel complesso, il quadro che emerge è quello di un sistema editoriale che si trova a operare in condizioni di equilibrio strutturale tra offerta e domanda. Se da un lato il numero di titoli pubblicati continua ad aumentare, dall'altro la platea dei lettori appare limitata, socialmente selettiva e in progressiva contrazione. Ciò significa che il problema del mercato editoriale italiano non può essere interpretato esclusivamente in termini economici o industriali, ma va ricondotto a dinamiche culturali e sociali più profonde, legate alle trasformazioni dei consumi mediali, alle disuguaglianze educative e alla ridefinizione del tempo libero nelle società contemporanee. In questo contesto, la questione della lettura assume una

dimensione che travalica il settore editoriale in senso stretto e si configura come un indicatore più generale delle forme di partecipazione culturale nella società italiana.

3. L'editoria indipendente

3.1. I piccoli editori indipendenti nell'era dell'iperproduzione

Cosa significa oggi essere un "editore indipendente"? Significa essere rimasti fuori dalle fusioni editoriali degli ultimi vent'anni? Significa essere indipendente sul piano strettamente economico? Significa orientare la produzione solo sulle proprie scelte? Significa provare ad anticipare il mercato piuttosto che "correrli dietro"? Significa provare a valorizzare i contenuti e la qualità anteponendoli ai risultati? Significa "curare" l'edizione pensando anche al valore dell'oggetto-libro? Significa, semplicemente, stampare pochi titoli diversificandosi dalla produzione di massa? Probabilmente nell'indipendenza editoriale ci sono un po' tutte queste cose, a volte subite, a volte frutto di scelta.

Quello che è certo è che - nel panorama editoriale contemporaneo che è stato fin qui descritto - il piccolo editore indipendente si trova a operare in una condizione di crescente squilibrio tra offerta e domanda.

L'aumento costante del numero di titoli pubblicati ogni anno, a fronte di una platea di lettori stabile o addirittura in diminuzione, ha generato una situazione di iperproduzione che mette in discussione la sostenibilità stessa del settore. In questo contesto, gli editori che pubblicano tra i dieci e i venti titoli l'anno rappresentano una categoria particolarmente esposta: troppo piccoli per competere su scala industriale, ma sufficientemente strutturati da dover affrontare costi di produzione (personale, collaborazioni, stampa, comunicazione, distribuzione) e rischi significativi.

Il primo elemento critico è rappresentato dalla distribuzione, vero snodo strategico dell'intero sistema librario. In Italia, i canali distributivi sono fortemente concentrati e spesso integrati verticalmente con i grandi gruppi editoriali. Realtà come Messaggerie Libri o le catene librerie riconducibili al Gruppo Mondadori esercitano un controllo rilevante sull'accesso al mercato. Per un piccolo editore, ciò si traduce in una presenza marginale sugli scaffali delle librerie, una visibilità limitata e una permanenza estremamente breve dei propri titoli. Il libro diventa così un prodotto a rapida rotazione, che raramente ha il tempo di incontrare il proprio pubblico.

A questo si aggiunge il problema dei resi, pratica strutturale del sistema distributivo. Le copie inviate alle librerie possono essere restituite anche in percentuali elevate, trasferendo di fatto il rischio commerciale sull'editore. Quest'ultimo si trova a sostenere i costi di produzione, distribuzione e logistica senza alcuna garanzia di vendita effettiva. Ne deriva una fragilità finanziaria cronica, aggravata dai tempi di pagamento spesso dilatati.

Sul piano economico, la marginalità risulta ulteriormente compressa da una struttura dei ricavi sfavorevole. Una quota significativa del prezzo di copertina viene assorbita dalla distribuzione e dalla vendita al dettaglio, lasciando all'editore una percentuale ridotta, che deve coprire tutte le fasi della filiera: editing, traduzione, grafica, stampa e promozione. La pressione competitiva esercitata da operatori globali come Amazon, con politiche di sconto aggressive e un forte potere contrattuale, contribuisce a erodere ulteriormente i margini, rendendo difficile per i piccoli editori sostenere strategie di prezzo autonome. L'aumento degli sconti e delle condizioni imposte da catene, distributori e piattaforme online erode i margini di chi pubblica poco e deve competere con titoli "di massa". Una indagine ADEI (Associazione degli Editori Indipendenti) del 2023 rileva questo problema tra l'88% degli editori intervistati. A ciò si aggiungono i tempi di pagamento - troppo lunghi per il 72,3% dei piccoli editori con impatti su liquidità e cash-flow.

Parallelamente, si assiste a una crescita dei costi di produzione, in particolare per quanto riguarda la carta e la stampa. Le basse tirature, tipiche dei piccoli editori, a volte oscillanti tra le 500 e 1000 copie, impediscono di beneficiare di economie di scala, determinando un costo unitario più elevato. Si crea così un paradosso: per ridurre il rischio si stampano meno copie, ma questo rende ogni copia più costosa, riducendo ulteriormente la redditività.

In questo scenario, il ruolo dei grandi gruppi editoriali come Mondadori, Mauri Spagnol, RCS libri appare dominante. Dispongono infatti di vantaggi strutturali difficilmente replicabili: integrazione verticale, capacità promozionale, accesso privilegiato ai media e un catalogo di autori affermati che garantisce vendite ad elevata prevedibilità. Il piccolo editore si trova così relegato in uno spazio residuale, dove la competizione non avviene sullo stesso piano, ma in condizioni di forte asimmetria sistemica.

Tuttavia, le difficoltà dei piccoli editori non possono essere lette esclusivamente in termini economici o distributivi. Esiste infatti un problema più profondo, legato alla trasformazione delle pratiche culturali e al valore sociale della lettura. In un contesto dominato da flussi informativi continui e da forme di intrattenimento digitale sempre più pervasive, il tempo dedicato alla lettura si riduce e si frammenta. La vera scarsità non è più il libro, ma il tempo

e l'attenzione del lettore. In questo senso, l'iperproduzione editoriale non fa che amplificare il problema: l'eccesso di offerta rende ogni singolo titolo meno visibile e più facilmente sostituibile.

Ciò porta a una conseguenza rilevante: il modello tradizionale del piccolo editore indipendente, inteso come versione a scala ridotta dell'editore industriale, appare sempre meno sostenibile. Pubblicare un numero relativamente alto di titoli senza disporre delle risorse necessarie per promuoverli adeguatamente significa disperdere energie e aumentare il rischio economico. In un mercato saturo, la quantità rappresenta un vantaggio competitivo solo per chi domina l'intera filiera.

Nonostante queste criticità, esistono ancora spazi di protagonismo e, in alcuni casi, di successo per l'editoria indipendente. Tali spazi, tuttavia, non coincidono con quelli tradizionali. I piccoli editori che riescono a emergere sono spesso quelli che adottano strategie di forte specializzazione, costruendo cataloghi coerenti e riconoscibili. La definizione di un'identità editoriale chiara consente di instaurare un rapporto di fiducia con i lettori, trasformando il marchio in un punto di riferimento all'interno di una determinata nicchia.

Un altro elemento decisivo è la capacità di sviluppare relazioni dirette con il pubblico. Attraverso eventi, comunità di lettori, canali digitali e vendita diretta, alcuni editori riescono a ridurre la dipendenza dalla distribuzione tradizionale, recuperando margini economici e controllo sul rapporto con i lettori. In questo modello, il valore non risiede soltanto nel singolo libro, ma nell'insieme delle relazioni culturali che l'editore è in grado di attivare.

Infine, si osserva una tendenza a valorizzare il catalogo nel lungo periodo, puntando su titoli che mantengono una rilevanza nel tempo piuttosto che inseguire la logica delle novità continue. Questo approccio si pone in contrasto con il modello industriale, basato sulla rapida rotazione e sull'obsolescenza accelerata dei libri.

Tutto ciò per dire che il futuro dei piccoli editori indipendenti non è segnato da una scomparsa inevitabile, ma da una trasformazione profonda. In un sistema caratterizzato da iperproduzione e da una domanda debole, la sopravvivenza non sembra dipendere dalla capacità di competere sul piano quantitativo, quanto piuttosto dalla costruzione di un'identità distintiva, dalla cura del catalogo e dalla creazione di relazioni significative con i lettori. Il piccolo editore, per continuare a esistere, deve probabilmente rinunciare all'illusione di essere un "attore industriale in miniatura" e assumere pienamente un ruolo

di mediatore culturale, capace di selezionare, valorizzare e rendere riconoscibile ciò che pubblica.

Tutto ciò rappresentato si presta, naturalmente ad una domanda di supporto da parte del decisore pubblico, anche perché la diversificazione dell'offerta (la cosiddetta "bibliodiversità") deve essere considerato un valore da preservare, al pari delle biblioteche, dell'istruzione o del pluralismo dell'informazione.

Bisogna essere consapevoli che senza politiche pubbliche strutturali, il mercato tende fisiologicamente alla concentrazione e alla riduzione della varietà editoriale.

L'intervento pubblico non si configura dunque come "misura assistenziale" ma come la correzione di un "fallimento del mercato" e come una riduzione del "rischio editoriale".

L'indipendenza editoriale andrebbe valorizzata e protetta con misure simili a quelle adottate per il sostegno alla produzione cinematografica. Si può pensare a misure di credito d'imposta selettivo per traduzioni, editing e redazione, promozione culturale (presentazioni, festival, ecc.).

Un'ulteriore misura potrebbe riguardare incentivi a quelle librerie che tengono cataloghi di produttori indipendenti.

Si potrebbe, infine, lavorare sulle biblioteche pubbliche, introducendo delle quote minime di acquisto da piccoli editori e l'abolizione delle gare al massimo ribasso.

3.2. Le opinioni e le richieste dei piccoli editori associati a CNA

CNA Editoria, nasce proprio con l'intento di dare voce e visibilità al mondo della micro e piccola editoria indipendente, che opera lontano dai riflettori, e l'ambizione di essere un interlocutore riconosciuto per il rapporto con istituzioni, biblioteche e istituzioni locali.

3.2.1. Far emergere, riconoscere e valorizzare la “dimensione artigianale” della piccola editoria

La classificazione di AIE (legata direttamente a Confindustria) non è in grado di discriminare tra un'attività di micro, piccola, media e grande editoria. Le piccole case editrici, con una produzione che va dai 4-5 titoli a 25-30 titoli annui, sono aziende a dimensione familiare dove il titolare lavora in prima persona e che adottano spesso le forme giuridiche delle società di persona. Si tratta, dunque, a tutti gli effetti di attività artigianali, che tuttavia molto raramente sono iscritte all'Albo presso le Camere di Commercio. Si sottolinea dunque la necessità di una sorta di “mappatura” interna al settore volta a definire, in collaborazione con CNA, quali siano i parametri per poter definire “artigiana” una casa editrice, nonché i criteri per lavorare in ambito artigianale, partendo da un parametro di produzione inferiore ai 25-30 titoli l'anno. Si tratterebbe, inoltre, di capire in termini di normative e di parametri nazionali, quali possano essere i requisiti e i presupposti per poter ottenere l'iscrizione all'Albo dell'artigianato, posto che oggi pochissime case editrici risultano iscritte (circa il 3% del totale, corrispondente a quelle realtà che associano all'attività editoriale una tipografia), perché l'editoria è considerata “attività di produzione intellettuale”.

A corollario di quanto detto, uno strumento di incentivazione da attivare su scala regionale, dove l'artigianato rinviene il proprio ambito di materia ottimale, potrebbe essere rappresentato dalla possibilità di ottenere codici ISBN a basso costo per tirature limitate. Di pari tempo, il ricorso alla qualificazione artigiana dell'impresa potrebbe favorire l'accesso al credito per investimenti e innovazioni. Queste misure aiuterebbero a sostenere la qualità editoriale, mantenendo vive le produzioni dei piccoli editori senza compromettere la sostenibilità economica.

3.2.2. Immaginare sistemi incentivanti specifici per la piccola editoria

La piccola editoria indipendente deve spesso far fronte a costi di produzione più alti rispetto ai grandi operatori del mercato librario, non potendo beneficiare di economie di scala nella realizzazione di prodotti editoriali. Per questo motivo, risulta fondamentale immaginare strumenti di sostegno mirati che ne incentivino, fra le altre cose, l'incremento occupazionale e il ricambio tecnologico, così da facilitare, in definitiva, l'effetto accrescitivo sulla produttività. A titolo di esempio, si fa riferimento ad agevolazioni per l'innovazione digitale, per l'acquisto di carta certificata, stampa e lavorazioni tipografiche, che consentano agli editori di recuperare parte degli investimenti effettuati.

A ciò si affianca l'esigenza di supportare la partecipazione dei piccoli editori a fiere nazionali ed internazionali, unitamente alla necessità di presidiare, tramite la presenza, saloni ed eventi di settore. La richiamata finalizzazione dello strumento incentivante risulterebbe cruciale per la visibilità dei piccoli editori, i quali investono in prevalenza tempo e risorse nel contatto diretto con lettori ed operatori della vendita, onde qualificare la propria rete commerciale. Tuttavia, i costi di trasporto, alloggio e logistica possono risultare assai proibitivi. È quindi auspicabile prevedere, anche in questo ambito, provvidenze pubbliche per spostamenti, pernottamenti e trasporto dei libri, consentendo una presenza più stabile e regolare alle principali manifestazioni editoriali.

Ben venga, in questo senso, la recentissima pubblicazione del "Voucher per il sostegno dei piccoli editori", vale a dire la previsione di un incentivo inteso a sostenere gli interventi a favore dei piccoli editori su tutto il territorio nazionale e concesso nella forma del contributo a fondo perduto, con un massimale pari a 15.000 euro. La misura è stata promossa e finanziata dal Ministero della Cultura e dal Centro per il Libro e la Lettura, mentre la gestione materiale risulta demandata ad Invitalia.

Facendo per un attimo un passo indietro, la misura di incentivazione è frutto del riparto di quota parte del Fondo per le emergenze delle imprese e delle istituzioni culturali, destinato, fra le altre cose, al sostegno "dell'intera filiera dell'editoria, compresi le imprese e i lavoratori della filiera di produzione del libro", istituito nello stato di previsione del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo (ora Ministero della Cultura) dall'art. 183, co. 2, del decreto-legge n. 34/2020, c.d. "decreto rilancio"¹. Ad ogni buon conto, non possiamo che apprezzare il concreto ricorso alla quota di riparto del Fondo, che l'avviso pubblico in commento si preoccupa di "scaricare a terra".

Tuttavia, prima che decorra il termine iniziale per la presentazione delle domande (22 giugno 2026, come da rettifica), occorrerebbe "emendare" in alcuni punti l'avviso pubblico, sulla scorta delle osservazioni seguenti.

Una importante criticità del bando attiene ai requisiti che gli operatori economici debbono possedere per essere ammessi alle agevolazioni. Segnatamente, si fa riferimento all'obbligo di stipula di contratti assicurativi a copertura dei danni catastrofali previsto dalla legge di bilancio per il 2024 (si v. l'art. 1, co. 101 e ss., della l. n. 213/2023), del cui eventuale inadempimento si deve tener conto – statuisce la legge – ai fini dell'assegnazione di

¹ Il riparto di quota parte è avvenuto con decreto ministeriale del 21 dicembre 2020, n. 592, il quale ha a sua volta modificato il decreto ministeriale 30 luglio 2020, n. 364.

contributi, sovvenzioni o agevolazioni di carattere finanziario (a valere su risorse pubbliche). Il che significa che l'appendice del precetto non corrisponde *ex lege* ad una esclusione assoluta dal riconoscimento dell'agevolazione nel caso di inosservanza dell'obbligo di sottoscrizione della polizza per eventi catastrofali, postulando, semmai, una conseguenza giuridica da graduare in relazione al caso di specie, o, ad essere più precisi, da proporzionare in ragione dei riflessi soggettivi prodotti dalla norma. Allora, la mancata stipula di un contratto assicurativo per danni da calamità naturali ed eventi catastrofali configura, più semplicemente, una condotta omissiva da tenere in considerazione ai fini della determinazione della misura del sostegno pubblico, senza che ciò debba comportare – quale esclusiva reazione dell'ordinamento – l'integrale inibizione dall'accesso al beneficio. E, da quest'ultimo punto di vista, l'erogazione di un contributo statale alla piccola editoria assurgerebbe ad una perfetta ipotesi di scuola per una applicazione ponderata della citata norma imperativa, avuto riguardo alle ridotte dimensioni d'impresa tipiche del settore. Sicché, si propone di rimeditare in questa direzione il requisito in esame.

L'obiezione che potrebbe essere opposta ad una siffatta proposta di revisione dell'avviso pubblico sta nel fatto che, in base all'art. 9, co. 1, lett. f), del Codice degli incentivi (d. lgs n. 184/2025) è sempre precluso l'accesso alle agevolazioni in caso di [...] "inadempimento dell'obbligo di stipula di contratti assicurativi a copertura dei danni previsto dall'articolo 1, comma 101, della legge 30 dicembre 2023, n. 213", fatta eccezione per le ipotesi di incentivazione fiscale e contributiva. Nulla esclude, tuttavia, che il decisore pubblico possa novellare la richiamata disposizione di legge, ricomprendendo nell'ambito oggettivo della deroga un *set* più ampio di incentivi destinati a piccole e microimprese, così come definite ai sensi della raccomandazione 2003/361/CE della Commissione del 6 maggio 2003.

Si consideri, del resto, che la quasi totalità degli operatori della piccola editoria risulta costituita da imprese individuali che hanno optato per il regime forfetario ai fini della determinazione delle imposte sui redditi, non dotate di immobili o terreni per lo svolgimento dell'attività produttiva. Le restanti, invece, sono imprese che, per l'esercizio della propria attività economica, utilizzano esclusivamente impianti e attrezzature di modico valore, individuati in beni di valore residuo inferiore a 20 mila euro. Pertanto, sembra oggettivamente molto complesso determinare sia il valore da assicurare al momento della stipula della polizza assicurativa che il costo di rimpiazzo nel caso di verificarsi del danno.

3.2.3. Migliorare il rapporto con la distribuzione

Il rafforzamento dello “status” di impresa artigiana potrebbe costituire un punto di partenza per riequilibrare la forte disparità in termini di potere contrattuale che contrassegna, nella pratica, il rapporto di natura commerciale sussistente tra piccoli editori e distributori. La fotografia dell’attuale assetto di relazioni giuridiche intersoggettive, via via affermatosi nei fatti, ci restituisce un dato empirico incontestabile: i contratti, in larga parte, tendono a prevedere clausole negoziali di esclusiva e franchigie sulle rese, tali da risultare svantaggiose per chi produce meno di 25-30 titoli l’anno. Non solo, l’attuale “catena di realizzazione” di un libro (e della relativa commercializzazione) risulta tale da non remunerare equamente, ed in proporzione al correlativo apporto professionale, il lavoro dei singoli soggetti che *quota parte* vi concorrono (autore, editore, tipografo, distributore, venditore). Ad essere ancora più esatti, il ritorno economico del piccolo editore risulta notevolmente inferiore se confrontato a quello che in forza del maggior peso contrattuale introita, di base, il “sistema” della distribuzione. Questo, nonostante il qualificato contributo recato dall’editore appaia decisivo sul versante della selezione qualitativa dell’opera, stante la capacità di discernimento critico addestrata nel tempo al cospetto di un aggregato incomposto di proposte editoriali.

Occorre, allora, soffermare l’attenzione sull’attuale conformazione del mercato librario, allo scopo di ridurre le asimmetrie esistenti nelle relazioni di scambio tra operatori economici, favorite da oggettive condizioni di dominanza contrattuale rinvenibili da lato della distribuzione o, da altro angolo di visuale, di dipendenza economica sofferta nella fattispecie dalla piccola editoria. Ciò che si sottopone all’attenzione del decisore pubblico è, pertanto, la tendenza all’imposizione di condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose. Beninteso, in linea di principio le imprese possono – dinanzi ad un giudice – invocare la nullità del patto attraverso il quale si realizza l’abuso. Tuttavia, alla prova dei fatti, a prevalere è il timore, fra le imprese dell’editoria, per l’interruzione unilaterale delle relazioni commerciali quale possibile condotta di reazione. Ciò comporterebbe, neanche a dirlo, la rarefazione delle opportunità di *business* per i piccoli editori e la conseguente standardizzazione del mercato. Motivo per cui, avendo tale tipo di dinamica contrattuale assunto un’impronta macroeconomica per la tutela della concorrenza e del mercato, è importante richiamare l’attenzione dell’autorità pubblica, segnatamente dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), la quale risulta titolare di poteri capaci di correggere l’eccessivo potere commerciale attraverso l’irrogazione di provvedimenti amministrativi. Gli effetti di un intervento così calibrato starebbero, presuntivamente parlando, nel maggior bilanciamento di diritti e obblighi definiti dall’accordo contrattuale, permettendo, fra le altre cose, ai piccoli editori di vedere potenziato il proprio fatturato,

nonché di vendere direttamente alle librerie indipendenti. È fondamentale, da quest'ultimo punto di vista, instaurare un rapporto più trasparente e diretto con i punti vendita, così da rafforzare la capacità commerciale dei piccoli editori in virtù dell'ampliamento dei canali di vendita. Tali cambiamenti non solo migliorerebbero le condizioni economiche degli editori minori, ma favorirebbero anche una maggiore varietà e presenza di titoli indipendenti sul mercato, contrastando la concentrazione della distribuzione nelle mani di pochi operatori.

3.2.4. Rafforzare i rapporti diretti con le librerie

Uno dei modi più efficaci per ridurre la dipendenza dalla distribuzione è potenziare il rapporto diretto tra editori e librerie indipendenti. La creazione di una rete strutturata consentirebbe di organizzare presentazioni dei cataloghi, facilitare ordini e logistica, promuovere eventi e garantire maggiore visibilità dei titoli indipendenti.

Il rafforzamento di questi legami è fondamentale, perché le librerie indipendenti condividono con i piccoli editori una sensibilità particolare per il territorio e la cultura locale, elemento che resta assente nei grandi operatori. Un approccio sistematico potrebbe prevedere la formazione di editori e librerie, la creazione di piattaforme digitali per scambi diretti e l'organizzazione di iniziative congiunte di promozione territoriale.

3.2.5. Favorire l'acquisto pubblico di copie per biblioteche

In molti Paesi del Nord Europa, gli enti pubblici acquistano un numero minimo di copie per ogni libro pubblicato, destinandole alle biblioteche. Un modello simile, se adottato in Italia, garantirebbe un sostegno economico immediato agli editori indipendenti che investono nella produzione, favorirebbe la diffusione dei titoli sul territorio e consoliderebbe i rapporti con il sistema bibliotecario. Indirettamente, verrebbe a configurarsi un archivio fisico della cultura libraria del Paese, attraverso una scaffalatura sistemica dell'offerta editoriale.

L'adozione di misure di questo tipo sarebbe semplice da attuare, ma con un impatto concreto sia dal punto di vista economico sia culturale. Inoltre, rafforzerebbe la presenza dell'editoria indipendente nelle biblioteche, creando opportunità di promozione dei titoli attraverso eventi, reading e attività didattiche sul territorio.