

IL COLLOQUIO

Juan Baixeras Il manager di Audible certifica la grande crescita di audiolibri e podcast in Italia

“Ascoltare libri è l’ultima evoluzione della lettura”

» Angelo Molica Franco

“**A**ll’inizio, la sfida è stata chiedersi: se le persone leggono pochi libri, allora forse saranno più disposte ad ascoltarli?”. Così Juan Baixeras, Country manager per Spagna e Italia di Audible (una società di Amazon, tra i maggiori *player* nella produzione e distribuzione di contenuti audio), commenta la crescita nel 2023 nel nostro Paese del numero delle ascoltatrici e degli ascoltatori, negli stessi giorni in cui l’Istat registra l’ennesimo tracollo della lettura: solo il 39,3 per cento della popolazione di 6 anni e più ha letto almeno un libro nell’ultimo anno. Secondo un’indagine realizzata da Kantar, viceversa, ben il 70 per cento degli italiani afferma di aver ascoltato audiolibri e podcast nel 2023 (+5 per cento rispetto al 2022), e il 44 per cento degli intervistati lo fa con frequenza (+10 per cento rispetto al 2022), a riprova di quanto l’*audio entertainment* sia ormai un’abitudine consolidata nella quotidianità. “È la naturale evoluzione della lettura – motiva Baixeras – oltre che la naturale evoluzione di quella pratica che chiamiamo industria culturale”.

ARRIVATA DA NOI NEL 2016, oggi Audible Italia vanta più di sedicimila titoli, il cui andamento nei diversi generi segue le preferenze degli ascoltatori: al primo posto la narrativa contemporanea; poi, gialli e thriller; e per terzo, i saggi di divulgazione storica. “Si ascolta sempre di più, ma non bisogna pensare che i due segmenti – ascolto e lettura – siano in competizione. Anzi, si aiutano, sono comple-

mentari. Perché chi ascolta un audiolibro e ne rimane colpito, poi decide di acquistare il cartaceo (o l’eBook)”.

In effetti, a dar credito ai numeri, l’87 per cento degli italiani intervistati afferma di conoscere nuovi autori proprio grazie all’ascolto, e di essere sia ascoltatore sia lettore di quei titoli. E viceversa, i racconti già amati in altri formati – quali libri, fumetti (ma anche film e serie tv) – costituiscono un ulteriore incentivo all’ascolto: il 73 per cento dei lettori sceglie l’audiolibro per riviverli. Lo stesso dicasi per l’aumento di fruitori dei podcast. “A un podcast, infatti – commenta Baixeras – si chiede un approfondimento di quelle notizie lette sui giornali che colpiscono l’at-

tenzione. In questo modo si allarga lo spazio in cui girano le storie e le notizie, perché si creano altri intervalli di tempo in cui poter leggere ascoltando mentre si fa altro”, spiega il manager di Audible che smarca abilmente il nodo del tempo. Smarca, cioè, il tema della diffusa distrazione contemporanea.

BRUCE MORTON, ricercatore del Brain&Mind Institute dell’Università dell’Ontario, ha di recente spiegato che con l’avvento dei social il nostro cervello si sta adattando a un contesto in cui le informazioni arrivano da ogni

parte, e sta imparando a velocizzare la metabolizzazione delle fonti. In pratica per la lentezza non c’è più spazio né tempo. Non a caso, i prodotti audio – ci informa un recente rapporto – sono maggiormente ascoltati dai più giovani (dai 18 ai 34 anni) e, in assoluto, da chi trascorre quotidianamente più di quattro ore in rete.

L’ASCOLTO SEMBRA dunque essere una specie di compromesso, di patto col diavolo, trail piacere della lettura e la poca attenzione che siamo disposti a concedere a essa. Solo il tempo potrà dirci, allora, se ha ragione Baixeras quando sostiene che “i più giovani iniziano ascoltando fantasy o le storie della Marvel, ma di lì arrivano poi ai classici, come *Il Conte di Montecristo* di Alexandre Dumas”. Intanto, mentre Audible si prepara alla sfida di tradurre in audio più poesia e teatro – così promettono –, speriamo che la caccia ai numeri, a titoli e personaggi da classifica e copertina non li induca a realizzare un podcast persino del divisivo generale Vannacci o a fare l’audiolibro del suo assai discutibile, assai dimenticabile, ma assai venduto *Il mondo al contrario*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un mercato in trasformazione

Chi ama un romanzo in cuffia poi sceglie di acquistare il cartaceo: sono due fruizioni complementari



I NUMERI

70%

GLI ITALIANI che hanno ascoltato un audiolibro o un podcast nel 2023

39,3%

CHI HA LETTO almeno un libro nel 2023

16.000

TITOLI disponibili sulla piattaforma Audible Italia

87%

CHI CONOSCE nuovi autori e romanzi grazie all'ascolto



Senti chi parla
L'"ascoltatrice" di libri e, sotto, Juan Baixeras di Audible
FOTOGRAMMA