Torino, il Salone da record e il paradosso dell’editoria

Mai così tanta gente tra gli stand del Lingotto, mentre libri e giornali continuano a vivere una profonda trasformazione culturale ed economica

Immagine generata con IA

Ogni anno il Salone Internazionale del Libro di Torino trasforma Torino in una gigantesca capitale della cultura. Treni affollati, alberghi pieni, code davanti ai padiglioni del Lingotto, migliaia di giovani che camminano stringendo sacchetti colmi di volumi appena acquistati. Per alcuni giorni il libro torna apparentemente al centro della società.

Eppure, quasi contemporaneamente, editori, librai e autori continuano a parlare di crisi dell’editoria. Come è possibile? Com’è possibile che un evento capace di richiamare centinaia di migliaia di visitatori conviva con un mercato librario che lamenta vendite difficili, margini ridotti e crescente fatica economica?

La risposta è probabilmente meno contraddittoria di quanto sembri. Il Salone del Libro rappresenta infatti uno specchio molto interessante del nostro tempo.
Non mostra soltanto il rapporto tra pubblico e lettura, ma anche il modo in cui oggi consumiamo la cultura. Per comprendere il fenomeno bisogna anzitutto partire da un dato fondamentale: il successo del Salone non coincide automaticamente con l’aumento dei lettori abituali. Molte persone visitano il Salone perché desiderano vivere un’esperienza culturale.
L’atmosfera, gli incontri con gli autori, le conferenze, il piacere di trovarsi immersi in un ambiente percepito come creativo e intellettualmente stimolante, rappresentano oggi una parte importantissima dell’evento. Il libro, in certi casi, diventa quasi il simbolo materiale di un’esperienza più ampia.

Non è necessariamente un fatto negativo. Anzi, dimostra che la cultura continua ad esercitare un forte fascino collettivo. Ma il problema nasce quando questa partecipazione emotiva non si trasforma in una pratica costante di lettura durante il resto dell’anno. Molti acquistano libri che resteranno per mesi sul comodino.
Altri si avvicinano agli stand attratti dalla notorietà di un personaggio televisivo, di uno youtuber o di un divulgatore seguito online. Alcuni cercano semplicemente un’esperienza diversa rispetto alla routine quotidiana. Il Salone diventa così anche un grande fenomeno sociale.

Nel frattempo però il libro deve affrontare una competizione che, fino a pochi anni fa, semplicemente non esisteva.

Un tempo la lettura occupava uno spazio centrale nel tempo libero.
La televisione aveva pochi canali, internet non era ancora arrivato nelle case e l’editoria conservava una posizione privilegiata nella diffusione della cultura. Oggi tutto è cambiato. Qualunque libro deve contendersi il tempo del pubblico con:

- social network,
- piattaforme streaming,
- video brevi,
- podcast,
- videogiochi,
- informazione continua,
- contenuti gratuiti online.

La vera battaglia contemporanea non riguarda più soltanto il denaro disponibile, ma soprattutto l'attenzione. Ed è una battaglia difficilissima.

La lettura richiede concentrazione, lentezza, disponibilità mentale. Molti dei moderni strumenti digitali, al contrario, sono progettati per offrire stimoli rapidi, continui e immediati. Non bisogna poi dimenticare un altro elemento decisivo: oggi vengono pubblicati moltissimi più libri rispetto al passato. Mai come ora è stato semplice stampare e distribuire un'opera:

- editoria tradizionale,
- self publishing,
- ebook,
- print on demand,
- microeditoria,
- autoproduzioni,
- fumetti indipendenti.

Da un lato tutto questo rappresenta una straordinaria democratizzazione culturale. Dall'altro produce una sovrapproduzione enorme. Ogni settimana arrivano sugli scaffali decine e decine di novità. Molti titoli rimangono visibili pochissimo tempo prima di essere sostituiti da nuove uscite. Anche opere valide rischiano così di sparire rapidamente nel rumore generale. La situazione diventa particolarmente difficile per:

- la saggistica specialistica,
- la divulgazione culturale,
- gli autori indipendenti,
- i piccoli editori,
- i libri che non appartengono ai grandi filoni commerciali.

Thriller, romance e narrativa fortemente seriale riescono spesso ad intercettare un pubblico più vasto e immediato. Molto più complicato è invece il percorso di libri legati alla storia, all'arte, alla ricerca o alla divulgazione di nicchia.

Eppure sarebbe un errore pensare che la cultura scritta stia scomparendo. In realtà essa sta cambiando forma. Lo dimostra il successo crescente degli audiolibri, settore che da anni registra incrementi significativi. Sempre più persone ascoltano libri durante i viaggi, le passeggiate o le attività quotidiane. Anche i podcast hanno modificato profondamente il rapporto con la narrazione e l'approfondimento. Molti contenuti che un tempo sarebbero diventati esclusivamente libri oggi vivono contemporaneamente su linguaggi differenti:

- video,
- audio,
- fumetto,
- contenuti social,
- newsletter,
- conferenze dal vivo.

Persino la divulgazione storica si sta trasformando. Video brevi e ben costruiti riescono talvolta a raggiungere un pubblico enorme, composto anche da persone che probabilmente non avrebbero mai acquistato un saggio tradizionale sull'argomento.

Questo significa forse che il libro perderà importanza? Probabilmente no. Più realisticamente il libro sta cessando di essere l'unico centro del sistema culturale.

Per molti autori oggi rappresenta piuttosto una parte di un ecosistema più ampio fatto di:

- incontri pubblici,
- video,
- podcast,
- conferenze,
- social network,
- contenuti digitali,
- audiolibri.

Anche il mondo dei giornali attraversa una trasformazione simile. Le vendite cartacee diminuiscono da anni, mentre gran parte dell'informazione viene ormai consumata rapidamente attraverso smartphone e piattaforme digitali. Non è però scomparso il bisogno di informazione e approfondimento: è cambiato il modo in cui il pubblico li cerca e li utilizza. Ed è forse proprio questo il vero significato del Salone del Libro.

Quelle folle immense non raccontano necessariamente un ritorno al passato.
Raccontano piuttosto il bisogno ancora fortissimo di cultura, incontro, racconto e partecipazione in una società sempre più veloce e frammentata. Il problema, oggi, non è convincere le persone che la cultura abbia valore.

La vera difficoltà consiste nel riuscire a conquistare stabilmente il loro tempo, la loro attenzione e la loro pazienza. Ed è probabilmente questa la sfida più complessa che il mondo editoriale si trova ad affrontare nel nostro presente.

www.sergiosalomone.eu

© 2026 CIVICO20NEWS – riproduzione riservata

Data di pubblicazione: 22/05/2026

Salvato in PDF in data: 22/11/2026

Link all'articolo: https://civico20-news.it/cronaca/torino/torino-il-salone-da-record-e-il-paradosso-delleditoria/22/05/2026/