

Ottobre, piovono libri. I luoghi della lettura

Flavia Cristiano

Direttore del *Centro per il Libro e la Lettura*

Ministero per i Beni e le Attività Culturali

La lettura in Italia

Il mercato della lettura in Italia risulta caratterizzato da:

- **dimensioni modeste**: il quadro aggiornato fornito dai dati del 2008 indica che solo il 44 per cento delle persone si dichiara lettore (persone al di sopra dei 6 anni che dichiarano di leggere almeno 1 libro) e di queste la metà non legge più di 3 libri all'anno (lettori deboli e occasionali);
- **condizioni di stagnazione**: dal 2001 al 2008 il numero delle persone che si dichiara lettore ha registrato una crescita debole, passando dal 40,9 al 44 per cento e confermando la dinamica di stagnazione registrata a partire dal 1998;
- una **forte disomogeneità** dovuta a differenziali geografici, di genere, di età, di reddito e titolo di studio;
- una **buona percentuale di lettori forti**: il 13,2 per cento dei lettori legge almeno 1 libro al mese.

Il progetto

Ottobre, piovono libri. I luoghi della lettura è la campagna nazionale di promozione della lettura che si svolge in Italia nel mese di Ottobre. La campagna è coordinata dal *Centro per il Libro e la Lettura* del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e organizzata in stretta sinergia con la *Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome*, l'*Unione delle Province d'Italia*, l'*Associazione Nazionale Comuni Italiani*.

L'iniziativa è nata per promuovere **l'incontro con il libro** e si propone di dare spazio e visibilità a quanti lavorano per restituire alla lettura la sua **funzione di strumento di crescita e di sviluppo** coinvolgendo istituzioni centrali e realtà periferiche, circoli di lettura e singoli appassionati.

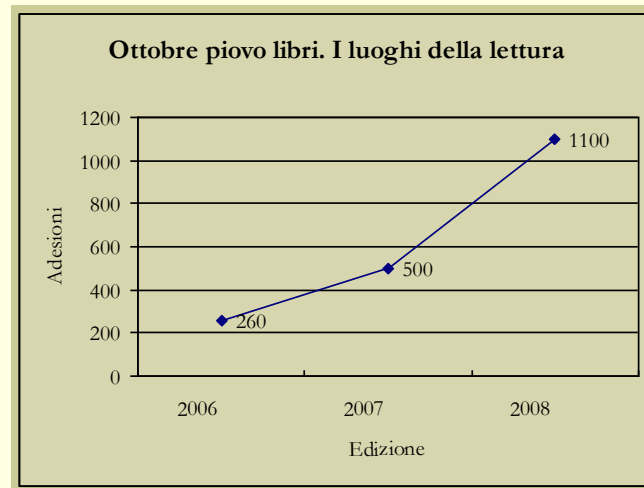
Le modalità organizzative

La campagna è fortemente connotata dal valore delle sue modalità organizzative che si concretizzano in un **disegno unitario** per quanto riguarda l'obiettivo - la promozione della lettura - ma **senza l'imposizione di vincoli** sulle modalità con le quali l'obiettivo può essere raggiunto dai soggetti coinvolti.

Le implicazioni di una struttura organizzativa di questo tipo sono lo **stimolo alla creatività** delle iniziative culturali e la **creazione** di una rete di **rapporti, buone pratiche e sinergie** che unitamente alle caratteristiche di **replicabilità** e **continuità** della campagna fanno di *Ottobre piovono libri* un vero e proprio **strumento di investimento** per lo sviluppo culturale.

La storia

La campagna è nata nel 2006 e ha fatto registrare un **successo di adesioni** inatteso passando dalle 260 adesioni del 2006 alle 500 del 2007 e alle quasi 1.100 del 2008.



Arrivata quest'anno alla sua **quarta edizione**, *Ottobre piovano libri* promette di superare per l'anno in corso le **1.500 adesioni**.

Le manifestazioni: i luoghi e gli attori

La campagna promuove la lettura **senza gerarchie geografiche**:

- da **nord a sud**, dalle **grandi città** fino ai piccoli e anche **piccolissimi centri**;
- nei luoghi tradizionalmente dedicati alla lettura e anche al di fuori di essi: attraverso proposte di incontro con il libro in **luoghi non convenzionali** come bar, tram, treni, terme, caffè e parchi.

E realizzando un **ampio coinvolgimento** attraverso :

- la **collaborazione** con enti locali, biblioteche, scuole, librerie, associazioni culturali, festival, centri anziani ed editori;
- la **partnership** con le associazioni di categoria – Associazione Italiana Editori, Associazione Librai Italiani, Associazione Italiana Biblioteche – che quest’anno registra l’ingresso di nuovi partner come l’ARCI.

Le manifestazioni: il pubblico

- Target privilegiato della maggior parte delle iniziative restano i **lettori di domani**: a loro sono dedicati centinaia di eventi che spaziano dalle letture animate, ai laboratori, alle cacce al tesoro letterarie, alle letture ad alta voce fino agli spettacoli di burattini e agli scambi di racconti ed esperienze con i **nonni**, arrivando a proporre l'ascolto di filastrocche e fiabe recitate ai piccoli **prima ancora della nascita**.
- Cresce e si diversifica anche il numero delle iniziative che coniugano la promozione della lettura all'**impegno sociale**, con un moltiplicarsi degli appuntamenti rivolti a **coloro** che per motivi diversi hanno **difficoltà ad avvicinarsi alla lettura** cui si affiancano eventi che attraverso la lettura puntano a promuovere il **dialogo interculturale** e **l'integrazione** delle culture migranti.

Le manifestazioni: i temi e le forme

- *Ottobre Piovono Libri* è una campagna strutturata in **progetti ed eventi estremamente eterogenei** per tema e portata. Attraverso una molteplicità di eventi come notti bianche letterarie, cacce al tesoro, incontri, letture condivise, filastrocche animate negli asili, mostre, bookcrossing, gruppi di lettura e weekend letterari, la manifestazione si propone di **portare i libri in mezzo alla gente**, distribuirli, farli conoscere ed animarli.
- Oltre a trattare **diversi generi letterari**, gli eventi della campagna riescono a **coniugare la letteratura con altri linguaggi e forme di espressione** come la musica, le arti visive, la fotografia, il multimediale, senza dimenticare la cultura popolare e le tradizioni enogastronomiche.

Il nuovo sito del *Centro per il Libro e la Lettura*

Si conferma anche nel 2009 come **canale privilegiato di informazione** della campagna il sito del *Centro per il Libro e la Lettura*, trasferito all'indirizzo **www.cepel.it**. Attraverso il sito, aggiornato in tempo reale, sono stati realizzati:

- la procedura di **inoltro** delle adesioni **on-line**;
- la procedura di download del logo e dei modelli personalizzabili dei **materiali di comunicazione**;
- la creazione di un **database delle iniziative** con un sistema di ricerca avanzata che include l'interrogazione - alternativa e simultanea - per regione, provincia, comune, data, target, tema e parola chiave;
- la creazione del **calendario** completo e aggiornato delle iniziative.

Ottobre piovono libri 2009: la campagna di comunicazione

