

Cuccu, Liliana et al.

Research Report

L'impatto economico del prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche sul mercato librario dei consumatori: Rapporto finale

DIW Berlin: Politikberatung kompakt, No. 206

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Cuccu, Liliana et al. (2025) : L'impatto economico del prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche sul mercato librario dei consumatori: Rapporto finale, DIW Berlin: Politikberatung kompakt, No. 206, ISBN 978-3-946417-97-2, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/325300>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Politikberatung kompakt

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung

2025

L'impatto economico del prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche sul mercato librario dei consumatori

Liliana Cuccu, Christian Danne, Janik Evert, Stefan Gorgels, Lars Handrich, Sevrin Waights

IMPRESSUM

DIW Berlin, 2025

DIW Berlin
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49 (30) 897 89-0
Fax +49 (30) 897 89-200
www.diw.de

ISBN 978-3-946417-97-2

ISSN 1614-6921

Alle Rechte vorbehalten.
Abdruck oder vergleichbare
Verwendung von Arbeiten
des DIW Berlin ist auch in
Auszügen nur mit vorheriger
schriftlicher Genehmigung
gestattet.

DIW Berlin: Politikberatung kompakt 206

Liliana Cuccu^{*}

Christian Danne^{*}

Janik Evert^{*}

Stefan Gorgels^{*}

Lars Handrich^{*}

Sevrin Waights^{*†}

L'impatto economico del prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche sul mercato librario dei consumatori

Rapporto finale

Progetto di ricerca commissionato dal Commissario del Governo Federale per la Cultura e i Media (BKM)

Berlino, 28 maggio 2025

* DIW Econ GmbH

† Humboldt-Universität zu Berlin

Traduzione italiana a cura di Ida Baucia

su incarico della Federazione Unitaria Italiana Scrittori - FUIS



Sommario

Background

Nel suo accordo di coalizione, l'attuale Governo tedesco si è fissato l'obiettivo di creare "condizioni eque per il prestito elettronico nelle biblioteche" (SPD, Bündnis 90/Die Grünen & FDP, 2021). I precedenti tentativi di raggiungere un accordo sul prestito elettronico nelle biblioteche (di seguito: e-lending) sono falliti a causa di insufficienza di dati. Su invito del Commissario del Governo Federale per la Cultura e i Media (BKM), l'Associazione degli Editori e dei Librai tedeschi, l'Associazione delle Biblioteche tedesche, l'Associazione dei Bibliotecari tedeschi, l'Associazione degli Scrittori tedeschi, l'Authors' Rights Network, l'Associazione dei Traduttori di lingua tedesca di Opere Letterarie e Scientifiche, i rappresentanti delle case editrici, il Ministero Federale della Giustizia e il Ministero Federale degli Affari Economici e dell'Azione per il Clima si sono incontrati per una "tavola rotonda sull'e-lending" e hanno definito congiuntamente le domande di ricerca per uno studio. DIW Econ GmbH è stata incaricata di svolgere questo studio.

Lo studio pone le seguenti quattro domande di ricerca.

1. C'è differenza nell'intensità di prestito title-specific tra prestito elettronico e prestito stampato (di seguito, p-lending)?
2. In che modo il prestito elettronico influisce sul mercato dei consumatori di e-book e di print-book? Qual è l'effetto del windowing?
3. Quali sono gli effetti economici dell'e-lending e del windowing sugli attori nel mercato librario?
4. Analisi comparativa dei dati socio-demografici e del comportamento nell'acquisto degli utenti dell'e-lending e del p-lending:
 - a. In che modo il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?
 - b. In che modo il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?
 - c. Come cambia il comportamento di acquisto dei lettori quando iniziano a utilizzare l'e-lending?

Dati

Per analizzare in modo valido le domande della ricerca riguardanti l'impatto economico del prestito elettronico e del windowing nel mercato librario dei consumatori, è stato raccolto un database completo di dati title-specific nelle vendite, prestito e windowing per 14.347 titoli con 30.026 ISBN. Il campione include nuove licenze tra il 2017 e il 2021 e copre i generi librari di narrativa, bambini e giovani, viaggi, guide pratiche e saggistica.

Per l'intero campione, sono stati ottenuti il volume delle vendite mensili e i prezzi, nonché le cifre dei prestiti e il conteggio delle scorte dalle biblioteche pubbliche per i primi 36 mesi dopo la pubblicazione dei titoli, sia per gli e-book che per i print-book. Sono state inoltre raccolte informazioni sul se, e per quanto tempo, gli e-book sono stati soggetti al windowing. È stato utilizzato il set di dati title-specific comprendente le informazioni sul volume delle vendite, le cifre dei prestiti e le informazioni sul windowing per analizzare le prime tre domande della ricerca: confronto dell'intensità di prestito, analisi degli effetti causali del prestito elettronico e del windowing nel mercato librario dei consumatori e l'impatto economico nel settore librario.

La quarta domanda di ricerca sui dati socio-demografici e sul comportamento nell'acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending è stata analizzata sulla base del GfK Consumer Panel Media*Scope. Il GfK Consumer Panel Media*Scope raccoglie i dati del panel sul comportamento di acquisto nel mercato librario dei consumatori e sul comportamento di prestito di 20.000 individui. Si tratta di un campione rappresentativo della popolazione tedesca di età dai 10 anni in su. I dati del GfK forniscono quindi una base valida per analizzare il comportamento di acquisto e sul background socio-demografico degli utenti delle biblioteche.

I dati del panel dei consumatori sono raccolti con l'ausilio di un diario multimediale in cui i partecipanti al panel registrano continuamente i loro acquisti nel mercato dei libri. Il vantaggio chiave dei dati del GfK Consumer Panel per indagare sul comportamento di acquisto degli utenti dell'e-lending e del p-lending risiede nel suo accesso al *comportamento di acquisto effettivo* nel tempo. La registrazione continua del comportamento d'acquisto aumenta l'affidabilità dei dati e riduce al minimo gli effetti di distorsione rispetto alle consuete rilevazioni retrospettive, nelle quali intercorre un intervallo di tempo più lungo tra l'indagine e il comportamento d'acquisto.

Risultati

I risultati dello studio riguardanti le quattro domande di ricerca sono riassunti come segue.

1. *C'è differenza nell'intensità di prestito title-specific tra e-lending e p-lending?*

L'intensità del prestito conta quante volte un determinato libro è stato prestato all'anno. Per quanto riguarda i libri stampati, una copia corrisponde a una copia fisica detenuta dalla biblioteca. Nel caso degli e-book, il numero di copie disponibili è calcolato in base al numero di licenze acquistate. Sebbene in generale, le licenze di e-lending consentono di prendere in prestito solo una copia alla volta ("una copia, un prestito"), altri termini della licenza spesso differiscono (in particolare, la sua durata). I differenti termini di durata e altre condizioni di licenza sono stati presi in considerazione nel calcolo del numero di copie disponibili per l'e-lending.

Gli e-book vengono presi in prestito molto più intensivamente per copia rispetto ai libri stampati. Mentre i libri stampati vengono prestati 5,8 volte per copia nell'anno di pubblicazione, gli e-book vengono prestati 14,1 volte. Nel secondo e terzo anno dalla pubblicazione, il divario nell'intensità del prestito è ancora più pronunciato. Mentre l'intensità del prestito delle copie stampate scende significativamente nel secondo e terzo anno dalla pubblicazione rispettivamente a 3,1 e 2,0 prestiti per copia/titolo, l'intensità del prestito degli e-book scende solo leggermente a 14,0 e 11,0 prestiti per copia.

La maggiore intensità del prestito degli e-book non può essere attribuita solo a un periodo di prestito più breve. Il periodo di prestito medio è di 24 giorni per i libri stampati rispetto ai 17 giorni per gli e-book. Tenendo conto dei differenti periodi di prestito, gli e-book vengono prestati 10 volte nell'anno di pubblicazione, ovvero circa il 70% più spesso rispetto ai libri stampati. Nel secondo anno dopo la pubblicazione, l'intensità consolidata dei prestiti di e-book rimane a 9,9 prestiti, rispetto ai 3,1 prestiti per i libri stampati. L'intensità di prestito è quindi più alta del 220% per gli e-book rispetto ai libri stampati. La relativa differenza aumenta a quasi il 300% nel terzo anno.

Nel caso degli e-book, i titoli *con windowing* vengono prestati più intensivamente dopo la scadenza del periodo di *windowing* rispetto ai titoli senza *windowing*. Per i libri stampati, le controparti dei titoli *con windowing* vengono prestati più intensivamente nel primo anno dopo la pubblicazione rispetto ai titoli *non-windowing* e in modo simile ai titoli *non-windowing* nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione.

2. In che modo l'e-lending influenza il mercato dei consumatori di e-book e libri stampati? Qual è l'effetto del windowing?

Per studiare l'effetto causale del windowing del prestito elettronico nel mercato dei consumatori rispettivamente di e-book e libri stampati, era obbligatorio affrontare la sfida metodologica degli editori che spesso applicano un periodo di windowing a titoli che hanno il potenziale per una domanda particolarmente elevata. Come risultato, c'è il rischio di sovrastimare l'effetto del windowing sul volume delle vendite. In questo studio, sono stati combinati due metodi econometrici per stimare l'effetto causale del windowing (una stima a effetti fissi e un metodo di controllo sintetico) per eliminare il più possibile il rischio di un bias positivo.

L'analisi econometrica mostra che il windowing ha un effetto positivo significativo sul volume delle vendite e sui ricavi delle vendite nel mercato dei consumatori, sia nel mercato degli e-book che in quello dei libri stampati. Il windowing aumenta i ricavi delle vendite degli e-book di circa il 9,9% e i ricavi delle vendite dei libri stampati di circa il 3,5%. Inoltre, gli effetti sono particolarmente pronunciati per i titoli bestseller e i libri di narrativa.

Sebbene gli effetti misurati siano soggetti a incertezza statistica, c'è una probabilità del 95% che gli effetti reali siano compresi tra il 6,3% e il 13,5% per gli e-book e tra l'1,2% e il 5,9% per i libri stampati.

3. Quali sono gli effetti economici dell'e-lending e del windowing sui partecipanti al mercato nel settore librario?

Basandosi sugli effetti causali identificati del windowing nel mercato librario, lo studio ha esaminato l'impatto economico della rimozione del windowing sui vari partecipanti al mercato nel settore librario. Nella situazione attuale (nel 2022), la rimozione del windowing ridurrebbe le vendite di e-book di una stima compresa tra il -4,6% e il -9,2% o tra -11,1 e -22,5 milioni di euro, mentre le vendite di libri stampati diminuirebbero di una stima compresa tra lo -0,7% e il 3,5% o tra -27,0 e -131,3 milioni di euro. Pertanto, la rimozione del windowing comporterebbe le seguenti perdite o guadagni nelle vendite per i partecipanti al mercato:

- Autori: da -3,2 a -13,6 milioni di euro
- Editori: da -17,6 a -76,2 milioni di euro
- Librai: da -13,8 a -53,2 milioni di euro
- Aggregatori: +0,3 milioni di euro

Mentre autori, editori e venditori di libri registrerebbero perdite significative, gli aggregatori trarrebbero vantaggio dal fatto che, a seguito della rimozione del windowing,

verrebbero vendute più licenze di e-book. Tuttavia, gli ulteriori ricavi derivanti dalla vendita di licenze di e-book aggiuntive non compenserebbero le perdite complessive nel mercato degli e-book e dei libri stampati. Di conseguenza, la rimozione del windowing si tradurrebbe in una perdita complessiva di ricavi dalle vendite valutata tra -37,0 milioni e -152,7 milioni di euro all'anno per l'intero mercato librario tedesco.

Inoltre, sono stati ipotizzati due scenari per descrivere gli sviluppi futuri fino all'anno 2027. In entrambi gli scenari, si presume che la spesa per e-book e libri stampati aumenti in linea con la loro crescita negli ultimi anni. Per quanto riguarda lo sviluppo dell'e-lending, sono stati analizzati due scenari diversi: il primo scenario presuppone numeri costanti di e-lending nelle biblioteche pubbliche e il secondo scenario presuppone un numero crescente di e-lending nelle biblioteche pubbliche all'anno. In entrambi gli scenari, le perdite di vendita aumentano rispetto allo scenario iniziale. Nel primo scenario (e-lending costante), la rimozione del windowing porterebbe a una riduzione delle vendite nel mercato degli e-book di un valore stimato tra -11,8 e -23,8 milioni di euro all'anno e tra -28,7 e -139,3 milioni di euro all'anno nel mercato dei libri stampati. Ciò corrisponde a un aumento delle perdite di vendita di poco più del 6% rispetto al 2022. Gli autori registrano una perdita complessiva (netta) da -3,5 a -14,4 milioni di euro, gli editori una perdita da -18,7 a -80,0 milioni di euro e il commercio librario tra -14,7 e -56,5 milioni di euro.

Nel secondo scenario (e-lending crescente), le perdite di reddito nel mercato degli e-book aumentano ulteriormente di una stima dai -13,7 ai -27,4 milioni di euro e nel mercato dei libri stampati dai -33,6 ai -161,7 milioni di euro, il che corrisponde a un aumento delle perdite di circa il 23% rispetto allo scenario iniziale nel 2022. Questo aumento delle perdite di incassi influenzerebbe i partecipanti al mercato come segue: gli autori subirebbero perdite di incassi da -4,0 a -16,9 milioni di euro, gli editori subirebbero perdite di incassi da -21,9 a -92,7 milioni di euro e i librai da -17,1 a -65,4 milioni di euro. Gli aggregatori, al contrario, aumenterebbero i loro ricavi di 0,3 milioni di euro.

4. *Analisi comparativa dei dati socio-demografici e del comportamento di acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending:*

a. In che modo il background socio-demografico degli utenti di e-lending e quello degli utenti di p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?

L'analisi socio-demografica mostra che gli utenti delle biblioteche hanno spesso un reddito superiore alla media e un livello di istruzione più elevato rispetto alla popolazione tedesca

complessiva. Mentre questo vale anche per gli acquirenti nel mercato librario, gli utenti del p-lending e in particolare gli utenti dell'e-lending hanno ancora più frequentemente un reddito superiore alla media e un livello di istruzione elevato rispetto agli acquirenti nel mercato librario. Inoltre, le persone di mezza età, di età compresa tra 30 e 59 anni, sono sovrarappresentate tra gli utenti del prestito elettronico, mentre i giovani (sotto i 30 anni) e le persone anziane (da 60 anni in su) sono sottorappresentate.

b. In che modo il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?

Sia gli utenti di e-lending (67%) che gli utenti di p-lending (56%) sono più frequentemente attivi nel mercato dei libri rispetto alla popolazione complessiva in Germania (40%). Le spese degli utenti di e-lending ammontano a circa l'8% e quelle degli utenti di p-lending al 20% delle entrate totali nel mercato librario dei consumatori. Gli utenti di e-lending (186 euro) e gli utenti di p-lending (195 euro) hanno complessivamente speso, per acquirente, di più nel mercato librario dei consumatori nel 2022, rispetto all'acquirente medio di libri (169 euro). Si osserva un andamento simile se si considera separatamente il mercato dei libri stampati: gli utenti di e-lending hanno speso 166 euro e gli utenti di p-lending 174 euro per acquirente nel mercato dei libri stampati, rispetto ai 154 euro degli acquirenti medi. Nel mercato degli e-book, tuttavia, gli utenti dell'e-lending hanno speso meno (68 euro) rispetto agli acquirenti medi (80 euro), il che è dovuto alla tendenza degli utenti dell'e-lending ad acquistare e-book più economici. Gli utenti del p-lending hanno speso la stessa cifra nel mercato degli e-book rispetto agli acquirenti medi (80 euro ad acquirente).

c. Come cambia il comportamento di acquisto dei lettori quando iniziano a utilizzare il prestito elettronico?

Le persone che hanno iniziato a utilizzare il prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche nel 2021 hanno speso il 13% in meno nel mercato librario dei consumatori e hanno acquistato il 10% in meno di libri rispetto all'anno precedente, il 2020, quando non avevano ancora utilizzato il prestito elettronico. Le persone che hanno iniziato a utilizzare il prestito elettronico nel 2022 hanno speso il 5% in meno nel mercato librario dei consumatori e hanno acquistato il 20% in meno di libri rispetto al 2021, quando non avevano ancora utilizzato il prestito elettronico.

Va notato che i risultati per la domanda di ricerca 4c si basano su un campione di 74 persone per quanto riguarda lo sviluppo dal 2021 al 2020 e 81 persone per lo sviluppo dal 2022 al 2021. A causa delle dimensioni ridotte del campione, i risultati dovrebbero essere interpretati

con cautela, poiché il calcolo dei numeri chiave statistici è generalmente soggetto a fluttuazioni maggiori con campioni di piccole dimensioni. Va inoltre notato che questi cambiamenti non devono essere interpretati come effetti causali, poiché non possono essere osservati e quindi non possono essere controllati altri fattori potenzialmente rilevanti che potrebbero influenzare il comportamento di acquisto. Ad esempio, non si può escludere che i cambiamenti nel comportamento di acquisto siano stati influenzati anche dalle circostanze speciali della pandemia di COVID-19 nel 2020 e nel 2021. Tuttavia, queste cifre forniscono indicazioni iniziali sul fatto che l'intensità di acquisto delle persone che iniziano a utilizzare l'e-lending tende a diminuire.

Indice

Sommario	I
1 Introduzione.....	1
2 Base dati.....	3
2.1 Set di dati title-specific con cifre di prestito, volume delle vendite ed informazioni sul windowing	3
2.2 Dati sul background socio-demografico e sul comportamento d'acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending.....	3
3 Confronto dell'intensità di prestito tra e-lending e p-lending	5
4 Analisi degli effetti causali dell'e-lending e del windowing nel mercato librario dei consumatori	12
4.1 Analisi descrittiva.....	12
4.1.1 Windowing	12
4.1.2 Volume delle vendite, ricavo e prezzi.....	14
4.1.2.1 Mercato del libro stampato.....	14
4.1.2.2 Mercato dell'e-book.....	16
4.2 Analisi causale.....	18
4.2.1 Sfide metodologiche	18
4.2.2 Stima a effetti fissi	19
4.2.3 Metodo di controllo sintetico	23
4.2.4 Risultato: combinazione dei metodi di stima per identificare l'effetto causale del windowing	26
5 Gli effetti economici dell'e-lending sui partecipanti al mercato nel settore librario	28
5.1 Metodologia	28
5.2 Risultati.....	29
5.2.1 Scenario corrente (2022)	29
5.2.2 Scenari futuri (2027)	31
5.2.3 Impatto sul mercato degli abbonamenti di e-book	32
6 Il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending	34
7 Il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending	42
7.1 Comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending.....	42
7.2 Comportamento di acquisto degli utenti del p-lending	43

8	Cambiamento nel comportamento d'acquisto con l'inizio dell'utilizzo dell'e-lending	45
9	Conclusione.....	47
10	Bibliografia	51
11	Appendice: Dati e metodologia	53
11.1	Set di dati title-specific con cifre di prestito, vendite e informazioni sul windowing	53
11.1.1	Estrazione del campione.....	53
11.1.2	Informazioni sul volume delle vendite title-specific e sul windowing	54
11.1.3	Dati sul prestito title-specific, scorte e durata del prestito	55
11.2	Dati GfK sul background socio-demografico e sul comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending.....	58
11.2.1	Definizione di utente dell'e-lending e di utente del p-lending	59

Lista delle figure

Figura 3-1	Confronto dell'intensità di prestito nei primi tre anni dopo la pubblicazione	5
Figura 3-2	Andamento dell'intensità di prestito negli anni.....	6
Figura 3-3	Confronto dell'intensità di prestito tra e-lending e p-lending per genere	7
Figura 3-4	Intensità di prestito del p-lending per bestseller e non bestseller e con e senza windowing	8
Figura 3-5	Intensità di prestito dell'e-lending per bestseller e non bestseller, con e senza windowing.	9
Figura 3-6	Confronto dei periodi medi di prestito per e-lending e p-lending per anno di pubblicazione	10
Figura 4-1	Sviluppo del windowing nel mercato librario dei consumatori	13
Figura 4-2	Distribuzione del windowing per genere.....	13
Figura 4-3	Sviluppo della durata del windowing	14
Figura 4-4	Panorama dell'andamento del volume delle vendite, reddito e prezzi nel mercato dei libri stampati.....	15
Figura 4-5	Panoramica dell'andamento dei volumi di vendita, ricavo e prezzi nel mercato degli e-book.....	17
Figura 4-6	Rappresentazione grafica del metodo di controllo sintetico.....	24
Figura 6-1	Dati socio-demografici – Genere	35
Figura 6-2	Dati socio-demografici – Età	36
Figura 6-3	Dati socio-demografici – Reddito familiare netto	37
Figura 6-4	Dati socio-demografici – Livello di istruzione	38
Figura 6-5	Dati socio-demografici – Dimensione della famiglia	39
Figura 6-6	Dati socio-demografici – Regioni.....	40
Figura 6-7	Dati socio-demografici – Luogo di residenza	41

Lista delle tabelle

Tabella 3-1	Adeguamento dell'intensità di prestito dalle differenze nei periodi di prestito	11
Tabella 4-1	Risultati della stima a effetti fissi del windowing sul ricavo dalle vendite di e-book	21
Tabella 4-2	Risultati della stima a effetti fissi del windowing sul ricavo dalle vendite di libri stampati.....	22
Tabella 4-3	Risultati della stima alternativa a effetti fissi del windowing sul volume delle vendite	23
Tabella 4-4	Risultati della stima degli effetti del windowing su e-book e libri stampati	27
Tabella 5-1	Risultati della stima degli effetti del windowing su e-book e libri stampati	29
Tabella 5-2	Impatto economico: scenario attuale (2022).....	30
Tabella 5-3	Impatti economici: scenari futuri 2027.....	32
Tabella 7-1	Panoramica della spesa annuale per acquirente nel mercato librario.....	44
Tabella 8-1	Cambiamento nel comportamento d'acquisto con l'inizio dell'utilizzo dell'e-lending.....	46
Tabella 11-1	Panoramica sul campione di nuove uscite.....	54
Tabella 11-2	Estrapolazione dell'intensità dei prestiti per classi dimensionali	58

1 Introduzione

Negli ultimi anni, il prestito di e-book nelle biblioteche pubbliche (di seguito, e-lending) è diventato sempre più il centro del dibattito pubblico. Editori, autori e altri partecipanti al mercato temono che l'utilizzo crescente del prestito di e-book nelle biblioteche pubbliche porterà al calo del volume delle vendite nel mercato librario e quindi metterà ulteriormente a repentaglio la loro già provata situazione finanziaria (Associazione tedesca degli editori e dei librai, 2021). Per mitigare questo effetto nel mercato dei libri, molti editori utilizzano i cosiddetti periodi di windowing, in modo che le nuove pubblicazioni sono rese disponibili alle biblioteche pubbliche per l'e-lending solo dopo un periodo di attesa da 2 a 12 mesi dalla pubblicazione. Le biblioteche pubbliche, a loro volta, lamentano che il windowing restringe l'offerta delle biblioteche a tal punto che non sono più aggiornate e contemporanee e che le biblioteche non sono in grado di svolgere il loro ruolo nell'infrastruttura educativa locale (Associazione tedesca delle biblioteche, 2021).

In questo contesto, l'attuale governo federale ha stabilito l'obiettivo nel suo accordo di coalizione di creare "condizioni quadro eque per l'e-lending nelle biblioteche" (SPD, Bündnis 90/Die Grünen & FDP, 2021). I precedenti tentativi per raggiungere un accordo sul prestito elettronico sono falliti a causa di dati insufficienti. Su invito del Commissario del Governo Federale per la Cultura e i Media (BKM), l'Associazione degli Editori e dei Librai tedeschi, l'Associazione delle Biblioteche tedesche, l'Associazione dei Bibliotecari tedeschi, l'Associazione degli Scrittori tedeschi, la Rete per i diritti degli autori, l'Associazione dei Traduttori di lingua tedesca di opere letterarie e scientifiche, i rappresentanti dell'editoria, il Ministero Federale della Giustizia e il Ministero Federale per gli Affari Economici e la Protezione del Clima si sono incontrati per una "tavola rotonda sull'e-lending" e hanno definito domande congiunte di ricerca per uno studio. DIW Econ GmbH è stata incaricata di svolgere questo studio.

Il presente studio affronta le seguenti quattro domande di ricerca.

1. C'è differenza nell'intensità di prestito title-specific tra prestito elettronico e prestito stampato (di seguito, p-lending)?
2. In che modo il prestito elettronico influisce sul mercato dei consumatori di e-book e libri stampati? Qual è l'effetto del windowing?
3. Quali sono gli effetti economici del prestito elettronico e del windowing nel mercato del settore librario?

4. Analisi comparativa dei dati socio-demografici e del comportamento nell'acquisto degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending:
 - a. In che modo il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?
 - b. In che modo il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?
 - c. Come cambia il comportamento di acquisto dei lettori quando iniziano a utilizzare il prestito elettronico?

Il secondo capitolo inizia con una breve panoramica dei dati. Come parte di questo studio, è stato raccolto e compilato un set di dati completo con volume di vendite title-specific, dati di prestito e informazioni di windowing per poter esaminare l'impatto economico dell'e-lending nel mercato librario dei consumatori nel modo più valido possibile. I risultati per ciascuna delle domande di ricerca vengono quindi presentati e discussi. L'ultimo capitolo presenta le conclusioni. I dati e la metodologia sono descritti più dettagliatamente nell'appendice.

2 Base dati

2.1 Set di dati title-specific con cifre di prestito, volume delle vendite ed informazioni sul windowing

Per analizzare validamente le domande di ricerca riguardanti l'impatto economico del prestito elettronico e del windowing sul mercato librario dei consumatori, è necessario un database completa con informazioni title-specific, su volume di vendite, cifre di prestito e informazioni sul windowing per un numero sufficientemente elevato di titoli. Poiché nessun singolo database fornisce attualmente queste informazioni a livello di titolo, un tale set di dati è stato raccolto e compilato da varie fonti specificamente per questo progetto di ricerca.¹

È stato estratto un campione casuale di 14.347 titoli con 30.026 ISBN. Il campione include nuove uscite tra il 2017 e il 2021 e copre i generi di narrativa, libri per bambini e ragazzi, viaggi, guide pratiche e saggistica.² Sebbene il campione sia stato estratto a livello di ISBN, è stato garantito che per ogni ISBN estratto venissero estratti anche tutti gli altri ISBN (sia libri stampati che e-book) del titolo corrispondente. Ciò è importante quando si esamina l'effetto dell'e-lending o del windowing sia sul mercato degli e-book che su quello dei libri stampati nell'analisi empirica.

Per l'intero campione, sono stati ottenuti il volume delle vendite mensili e i prezzi per i primi 36 mesi dopo la pubblicazione, sia per gli e-book che per i libri stampati. Inoltre, sono stati raccolti dati sui prestiti mensili e dati sulle scorte sia per gli e-book che per i libri stampati per gli stessi titoli e lo stesso periodo. Sono state inoltre raccolte informazioni su se, e per quanto tempo, un titolo è stato sottoposto a windowing.

Il set di dati title-specific, comprendente volume di vendite, cifre di prestito e informazioni sul windowing, è stato utilizzato per riflettere sulle prime tre domande di ricerca: confronto dell'intensità di prestito, analisi degli effetti causali del prestito elettronico e del windowing sul mercato librario dei consumatori e impatto economico nel settore librario.

2.2 Dati sul background socio-demografico e sul comportamento d'acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending

La quarta domanda di ricerca sulla socio-demografia e sul comportamento di acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending è analizzata sulla base del GfK Consumer Panel

¹ Una descrizione dettagliata dei dati e della metodologia è fornita nell'Appendice A: Dati e metodologia.

² I generi si basano sul sistema dei gruppi di prodotti del commercio librario tedesco: 1 - narrativa, 2 - bambini e ragazzi, 3 - viaggi, 4 - consigli e 5 - saggistica.

Media*Scope. Come parte del GfK Consumer Panel Media*Scope, vengono raccolti dati panel sul comportamento di acquisto nel mercato librario e sul comportamento di prestito di 20.000 individui. Si tratta di un campione rappresentativo della popolazione tedesca totale di età dai 10 anni in su. I dati GfK forniscono quindi una base valida per esaminare il comportamento di acquisto e il background socio-demografico degli utenti delle biblioteche.

I dati del panel di consumatori vengono raccolti usando un diario multimediale nel quale i partecipanti al panel registrano continuamente i loro acquisti nel mercato librario. Il vantaggio chiave dei dati del GfK Consumer Panel, per esaminare il comportamento di acquisto dell'e-lending e degli utenti del p-lending, è che i dati riflettono il *comportamento di acquisto effettivo* nel tempo. La registrazione continua del comportamento di acquisto aumenta l'affidabilità dei dati e riduce al minimo gli effetti di distorsione rispetto alle usuali indagini retrospettive, in cui vi è un periodo di tempo più lungo tra l'indagine e il comportamento di acquisto.

I dati del panel vengono inoltre uniti ai dati di sondaggi ad hoc in cui agli stessi individui dell'indagine del panel viene chiesto del loro uso delle biblioteche pubbliche. Ciò rende possibile identificare quali persone hanno utilizzato l'e-lending o il p-lending nelle biblioteche pubbliche. Sia il sondaggio ad hoc che i dati del Media*Scope consumer panel si riferiscono al 2022, così che i dati sul comportamento di acquisto e di prestito possano essere uniti per lo stesso periodo.

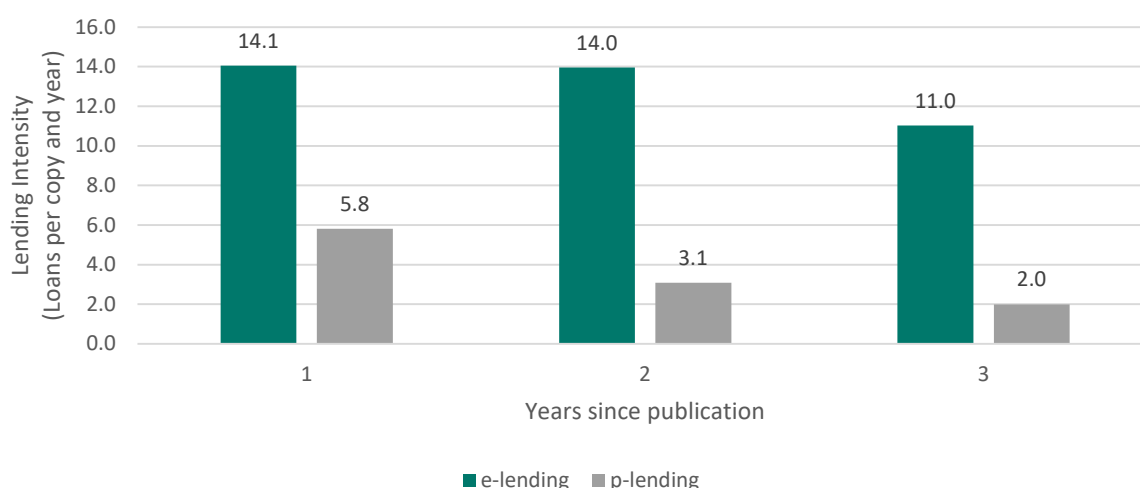
3 Confronto dell'intensità di prestito tra e-lending e p-lending

Domanda di ricerca n.1: C'è differenza nell'intensità di prestito title-specific tra e-lending e p-lending?

L'intensità di prestito indica quante volte una particolare copia è stata prestata all'anno. Per i libri stampati, una copia corrisponde a una copia fisica presente nello stock della biblioteca. Per gli e-book, il numero di copie disponibili per il prestito elettronico viene calcolato in base alle licenze acquistate. Mentre i modelli di licenza differiscono (soprattutto in termini di durata), con la maggior parte delle licenze - come per i libri stampati - è possibile prestare solo una copia alla volta. Le differenze tra le licenze vengono prese in considerazione quando si calcola il numero di copie per il prestito elettronico. Una descrizione dettagliata della metodologia per il calcolo dell'intensità di prestito è fornita nell'appendice.

Figura 3-1

Confronto dell'intensità di prestito nei primi tre anni dopo la pubblicazione



Nota: N= 11.751 titoli.

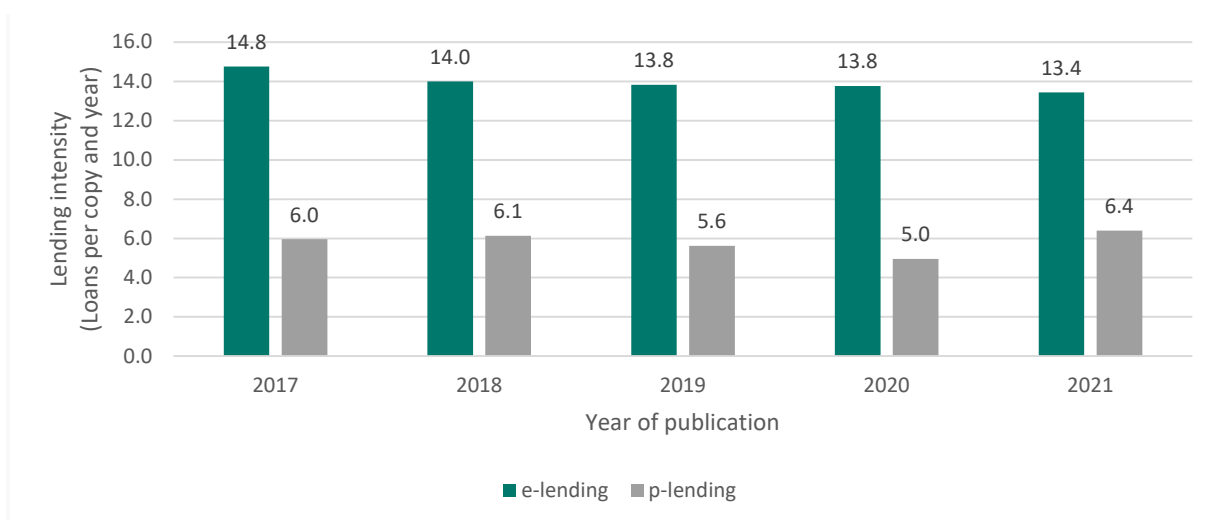
Fonte: DIW Econ.

La Figura 3-1 confronta l'intensità di prestito di e-lending e p-lending nei primi tre anni dopo la pubblicazione dei titoli. Gli e-book vengono prestati in modo significativamente più intensivo rispetto ai libri stampati. Nel primo anno dopo la pubblicazione, un e-book viene prestato in media 14,1 volte, mentre un libro stampato viene prestato in media 5,8 volte. Negli anni successivi, la differenza è ancora maggiore. Mentre l'intensità di prestito dei libri stampati cala significativamente nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione a 3,1 e 2,0 prestiti per copia, l'intensità di prestito degli e-book scende solo leggermente a rispettivamente 14,0 e 11,0

prestiti per copia. Nei primi tre anni dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito media degli e-book è di 13,0 prestiti, rispetto a 3,6 prestiti per i libri stampati.

Queste differenze nell'intensità di prestito non hanno subito rilevanti variazioni negli ultimi anni. La Figura 3-2 mostra lo sviluppo dell'intensità di prestito di e-lending e p-lending nel primo anno dopo la pubblicazione nel corso degli anni in cui i titoli sono stati appena pubblicati. Ad esempio, se un titolo è stato pubblicato a settembre 2019, l'intensità di prestito viene calcolata per i primi 12 mesi da settembre 2019 in poi. Pertanto, l'intensità di prestito per le pubblicazioni negli ultimi mesi del 2019 potrebbe essere significativamente influenzata dalla pandemia di COVID-19 iniziata nel 2020. Ciò è particolarmente evidente per il p-lending. Rispetto all'intensità di prestito di 6,1 prestiti per le pubblicazioni del 2018, l'intensità di prestito per le pubblicazioni nel 2019 e nel 2020 scende rispettivamente a 5,6 e 5,0 prestiti nei primi 12 mesi dopo la pubblicazione. Per le pubblicazioni dal 2021, l'intensità di prestito di 6,4 prestiti per copia è di nuovo leggermente superiore al valore pre-pandemia (2018: 6,1 prestiti). L'intensità di prestito degli e-book, al contrario, è rimasta invariata durante la pandemia, attestandosi intorno a 14 prestiti per copia. Le nuove pubblicazioni del 2021 sono state prestate leggermente con meno frequenza nel primo anno dopo la pubblicazione, con 13,4 prestiti, rispetto alle nuove pubblicazioni del 2017, con 14,8 prestiti.

Figura 3-2
Andamento dell'intensità di prestito negli anni

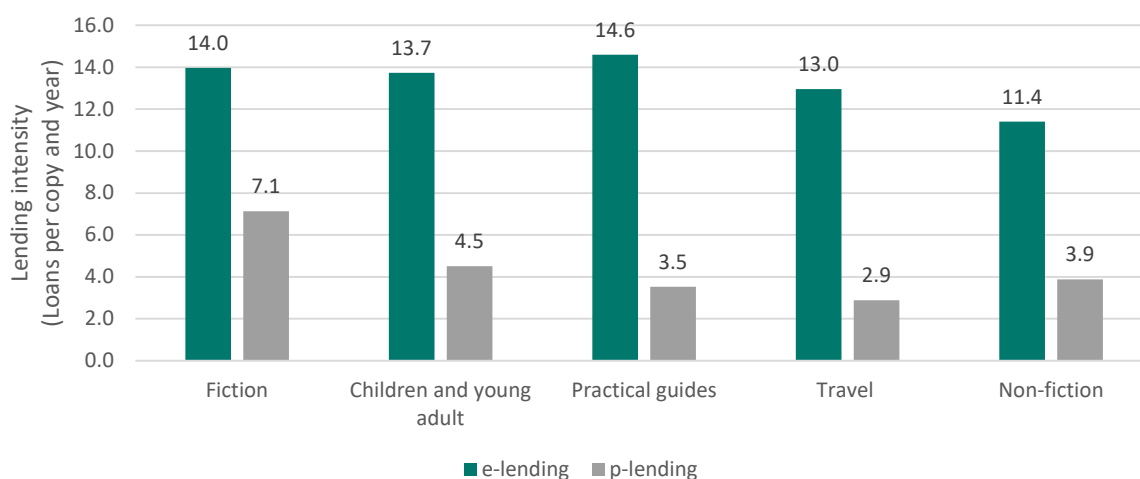


Nota: Il grafico mostra l'intensità di prestito nel primo anno dopo la pubblicazione negli anni in cui i titoli sono stati pubblicati. Ad esempio, se un titolo è stato pubblicato a settembre 2018, l'intensità di prestito viene calcolata per i primi 12 mesi da settembre 2018 in poi ed è inclusa nell'intensità di prestito media per il 2018. N= 11.751 titoli.

Fonte: DIW Econ.

La Figura 3-3 mostra l'intensità di prestito nel primo anno dopo la pubblicazione per genere. In tutti i generi, l'intensità di prestito per l'e-lending è significativamente più alta rispetto al p-lending. L'intensità di prestito dell'e-lending mostra poche variazioni tra i generi. Solo per il genere saggistica, con 11,4 prestiti per copia nell'anno di pubblicazione, l'intensità di prestito è significativamente inferiore all'intensità di prestito per gli altri generi, che è compresa tra 13,0 e 14,6 prestiti per copia. Per il p-lending, l'intensità di prestito nel genere di narrativa è di gran lunga la più alta con 7,1 prestiti per copia. L'intensità di prestito più bassa è misurata nel genere di viaggio con 2,9 prestiti, seguito dalle guide pratiche con 3,5 e dalla saggistica con 3,9 prestiti per copia.

Figura 3-3
Confronto dell'intensità di prestito tra e-lending e p-lending per genere



Nota: Il grafico mostra l'intensità dei prestiti nel primo anno dopo la pubblicazione. N= 11.751 titoli.

Fonte: DIW Econ.

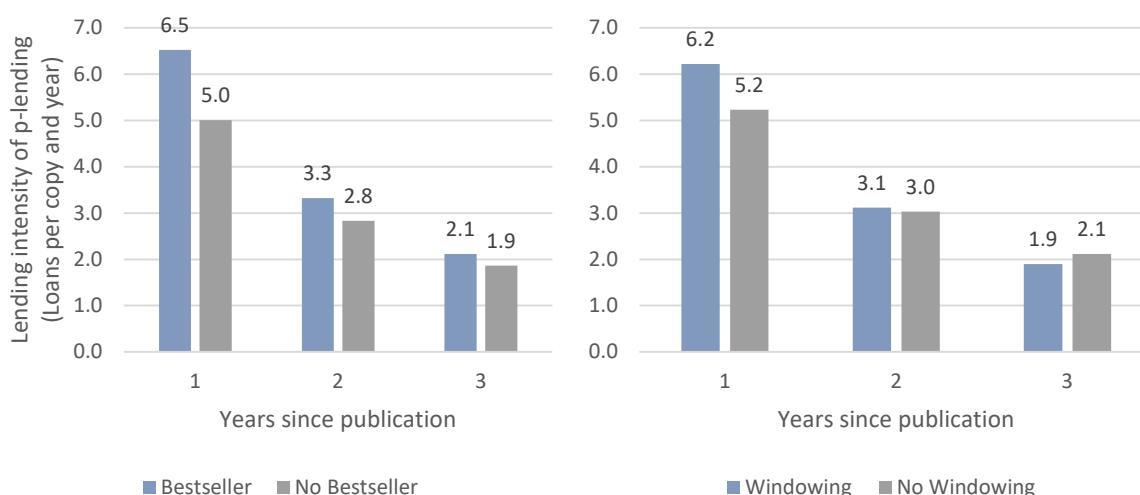
Inoltre, la domanda che ci si pone è come l'intensità di prestito differisca tra bestseller e non bestseller, così come tra titoli con e senza windowing. La Figura 3-4 mostra che, per il p-lending, l'intensità di prestito per i bestseller è leggermente superiore, con 6,5 prestiti nel primo anno dopo la pubblicazione, rispetto ai non bestseller, con 5,0 prestiti per copia. Negli anni successivi, l'intensità di prestito è leggermente superiore anche per i bestseller (3,3 contro 2,8 prestiti e 2,1 contro 1,9 prestiti). Un quadro simile emerge quando si confrontano l'intensità di prestito del p-lending tra titoli il cui e-book associato è stato pubblicato con windowing per l'e-lending e titoli senza windowing.³ Le copie stampate di titoli con windowing vengono prestate

³ La distinzione tra titoli con e senza windowing si riferisce sempre al fatto che l'e-book di un titolo specifico sia pubblicato con windowing o meno, mentre l'intensità del prestito può essere misurata sia per gli e-book che per i libri stampati del titolo corrispondente.

in media 6,2 volte per copia nel p-lending nel primo anno dopo la pubblicazione, rispetto a 5,2 prestiti per i titoli senza windowing. La maggiore intensità di prestito per i titoli con windowing è probabilmente dovuta almeno in parte al fatto che i bestseller sono particolarmente spesso windowed (vedi sezione 4.1.1). Nel secondo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito per i titoli con windowing è solo di poco superiore a quella dei titoli senza windowing (3,1 prestiti contro 3,0), mentre nel terzo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito per i titoli senza windowing è ancora maggiore (1,9 prestiti contro 2,1).

Figura 3-4

Intensità di prestito del p-lending per bestseller e non bestseller e con e senza windowing



Nota: L'intensità di prestito del p-lending è confrontata tra titoli il cui e-book associato era stato windowed per e-lending e titoli senza windowing. N= 11.751 titoli.

Fonte: DIW Econ.

Per l'e-lending, la situazione è leggermente diversa. Nel primo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito, sia per i bestseller che per i non bestseller, è di 13,9 prestiti per copia. Tuttavia, nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione, i bestseller sono prestati significativamente più spesso rispetto ai non bestseller. Questo perché i bestseller sono spesso particolarmente soggetti a un periodo di windowing. Visto che i titoli con windowing non possono essere prestati durante il periodo di windowing (di solito i primi 6 o 9 mesi dopo la pubblicazione), l'intensità di prestito per gli e-book di titoli con windowing è significativamente inferiore nel primo anno dopo la pubblicazione, con 11,6 prestiti, rispetto ai titoli senza windowing, con 16,9 prestiti. Nel secondo anno, la posizione relativa tra bestseller e non

bestseller si inverte. I titoli con windowing sono prestati 16,2 volte nel secondo anno, rispetto ai 10,7 prestiti dei titoli senza windowing (12,5 contro 8,8 nel terzo anno).

Figura 3-5

Intensità di prestito dell'e-lending per bestseller e non bestseller, con e senza windowing.



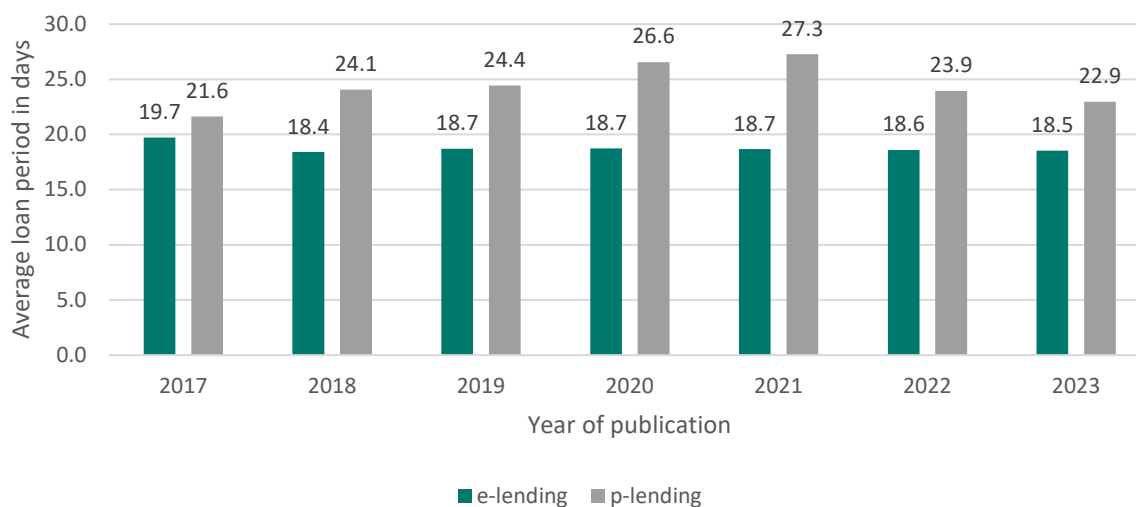
Nota: N= 11.751 titoli.

Fonte: DIW Econ.

Una ragione per l'intensità di prestito significativamente più elevata dell'e-lending potrebbe essere che la durata del prestito per l'e-lending è più breve rispetto al p-lending. La durata media del prestito per il p-lending è di 24,4 giorni, ovvero 7 giorni in più rispetto all'e-lending, con una durata media del prestito di 17,4 giorni. Questa differenza di 7 giorni si riflette anche nella durata standard del prestito, che di solito è di 28 giorni per il p-lending e 21 giorni per l'e-lending. La Figura 3-6 mostra anche l'andamento della durata media del prestito nel corso degli anni di pubblicazione. Mentre la durata del prestito per l'e-lending è rimasta pressoché costante nel corso degli anni,⁴ la durata del prestito per il p-lending è aumentata leggermente durante gli anni della pandemia, raggiungendo circa 27 giorni. Dopo la pandemia, la durata del prestito è tornata ai livelli pre-pandemici.

⁴ I valori relativi alla durata del prestito per l'e-lending riportati nella Figura sono leggermente superiori al valore medio di 17,4 giorni. Questo perché solo uno dei fornitori di dati è stato in grado di fornire i dati title-specific sulla durata del prestito, mentre l'altro fornitore è stato in grado di fornire dati aggregati sulla durata del prestito. I dati di entrambi i fornitori sono stati utilizzati per la media complessiva, ma solo i dati title-specific possono essere utilizzati per l'andamento nel tempo. Ecco perché ci sono lievi scostamenti.

Figura 3-6
Confronto dei periodi medi di prestito per e-lending e p-lending per anno di pubblicazione



Nota: N= 11.751 titoli.

Fonte: DIW Econ.

Per esaminare fino a che punto la maggiore intensità dell'e-lending può essere spiegata da una durata di prestito più breve, l'intensità di prestito viene adattata in base alle differenze nella durata del prestito. Per fare ciò, l'intensità di prestito dell'e-lending viene divisa per il rapporto tra le durate di prestito del p-lending e dell'e-lending. Viene utilizzato il rapporto tra la durata di prestito effettiva e il rapporto tra le durate di prestito standard. I risultati della Tabella 3-1 mostrano che la maggiore intensità di prestito dell'e-lending non può essere spiegata solo da una durata di prestito più breve. Anche dopo l'adeguamento per differenti durate di prestito, l'intensità di prestito risulta significativamente maggiore per l'e-lending. Ciò vale quando l'intensità di prestito è adattata secondo le durate di prestito sia effettive, che standard. Nel primo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito corretta dell'e-lending è di 10,0 prestiti per copia e quindi più del 70% superiore rispetto all'intensità di prestito del p-lending (5,8 prestiti). Negli anni successivi, la differenza nell'intensità di prestito diventa ancora più pronunciata. Nel secondo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito rettificata dell'e-lending è ancora pari a 9,9 prestiti, rispetto ai 3,1 prestiti per il p-lending. L'intensità di prestito rettificata è quindi superiore di oltre il 220% per l'e-lending rispetto al p-lending. La differenza relativa aumenta a quasi il 300% nel terzo anno.

Tabella 3-1

Adeguamento dell'intensità di prestito dalle differenze nei periodi di prestito

	p-lending	e-lending (adjusted by actual loan periods)	e-lending (adjusted by standard loan periods)
1st year after publication	5.8	10.0	10.5
2nd year after publication	3.1	9.9	10.5
3rd year after publication	2.0	7.9	8.3

Fonte: DIW Econ.

4 Analisi degli effetti causali dell'e-lending e del windowing nel mercato librario dei consumatori

Domanda di ricerca 2: In che modo l'e-lending influisce sul mercato degli e-book e dei libri stampati? Qual è l'effetto windowing?

Come punto di partenza per l'analisi causale, viene fornita una panoramica descrittiva dei dati. Sono esaminate la distribuzione e la durata dei periodi di windowing, seguite da una panoramica dell'andamento dei volumi in vendita, dei ricavi e dei prezzi. Viene quindi analizzato l'effetto causale dell'e-lending o del windowing sui ricavi delle vendite e sui volumi in vendita nel mercato dei libri di consumo utilizzando metodi econometrici.⁵

4.1 Analisi descrittiva

4.1.1 Windowing

Negli ultimi anni, le nuove pubblicazioni sono state sempre più soggette a un periodo di windowing (vedi Figura 4-1). La proporzione di nuove pubblicazioni con windowing è aumentata costantemente dal 49,4% al 62,1% tra il 2017 e il 2021. Nel periodo osservato dal 2017 al 2021, il 57,2% delle nuove edizioni è stato pubblicato con un periodo di windowing. La quota di windowing è significativamente più alta per i bestseller, al 67,3%, rispetto ai non bestseller, al 52,9%.

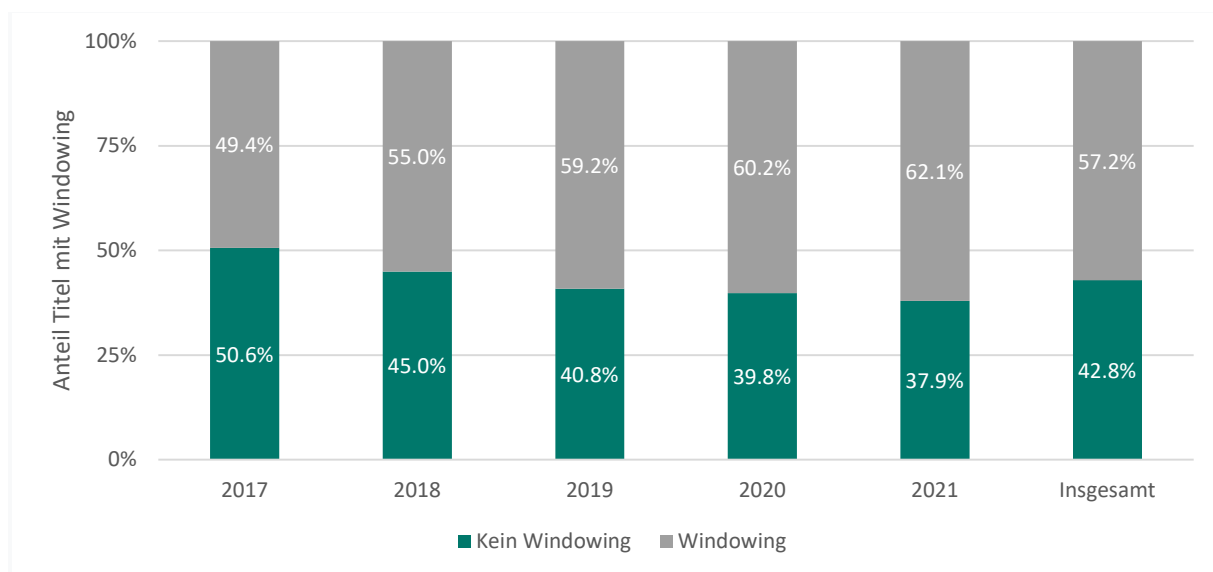
La prevalenza del windowing varia anche tra i generi (vedi Figura 4-2). La quota di windowing è più alta nel genere narrativa, al 63,3%, seguito da quello per ragazzi e giovani, al 56,8%. La quota di windowing è più bassa nel genere viaggi, al 40,2%.

Oltre il 90% dei titoli con windowing ha un periodo di windowing di 6 o 9 mesi. La percentuale di nuove uscite con un periodo di windowing di 9 mesi è aumentata dal 44,9% del 2017 al 55,0% del 2021. Allo stesso tempo, la percentuale con un periodo di windowing di 6 mesi è scesa dal 46,4% al 37,6%. Nell'intero periodo, il 50,1% dei titoli con windowing è stato pubblicato con un periodo di windowing di 9 mesi, il 42,5% con un periodo di 6 mesi e il 7,4% con un periodo di 2 mesi.

⁵ Il volume delle vendite si riferisce al numero di e-book (o libri stampati) venduti per titolo, mentre il fatturato delle vendite si calcola moltiplicando il numero di e-book (o libri stampati) venduti ai prezzi corrispondenti.

Figura 4-1

Sviluppo del windowing nel mercato librario dei consumatori

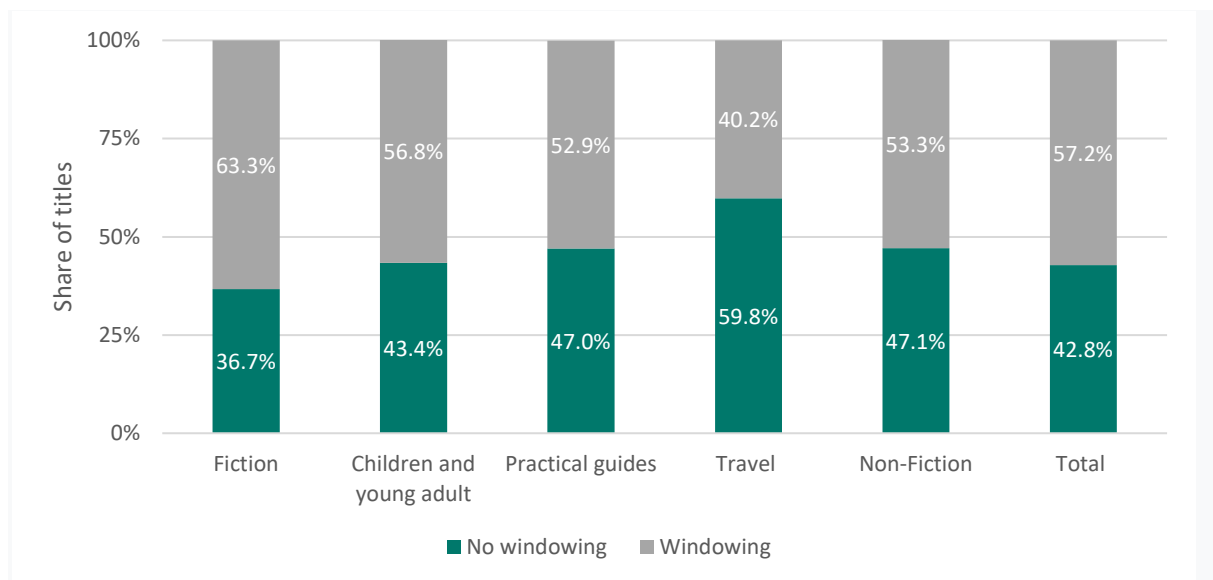


Nota: N=14.347 titoli.

Fonte: DIW Econ.

Figura 4-2

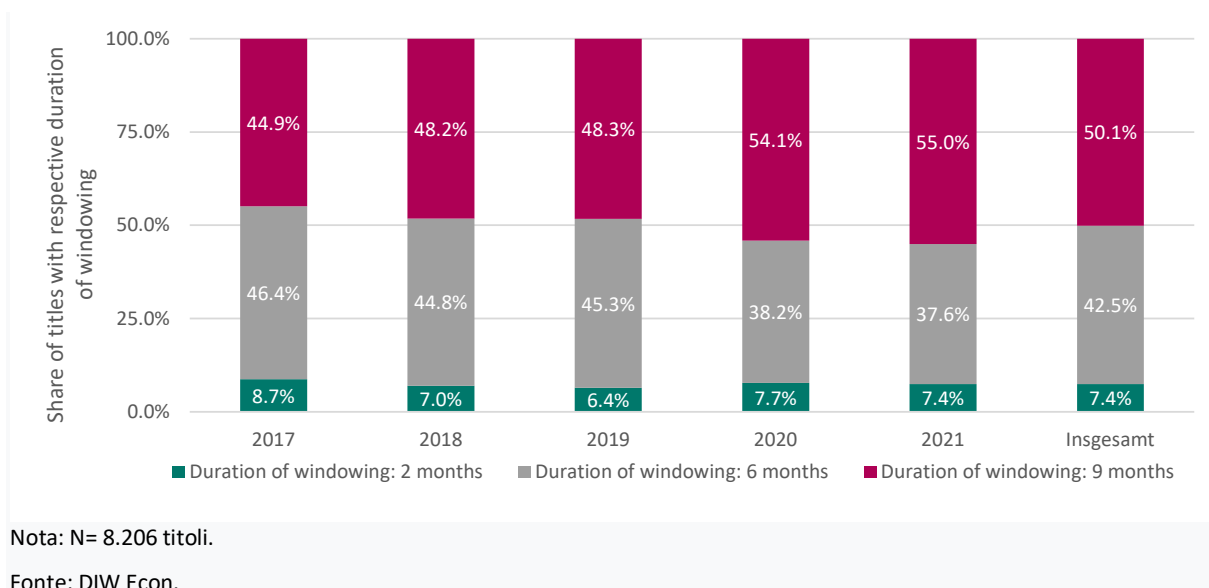
Distribuzione del windowing per genere



Nota: N=14,347 titoli.

Fonte: DIW Econ.

Figura 4-3

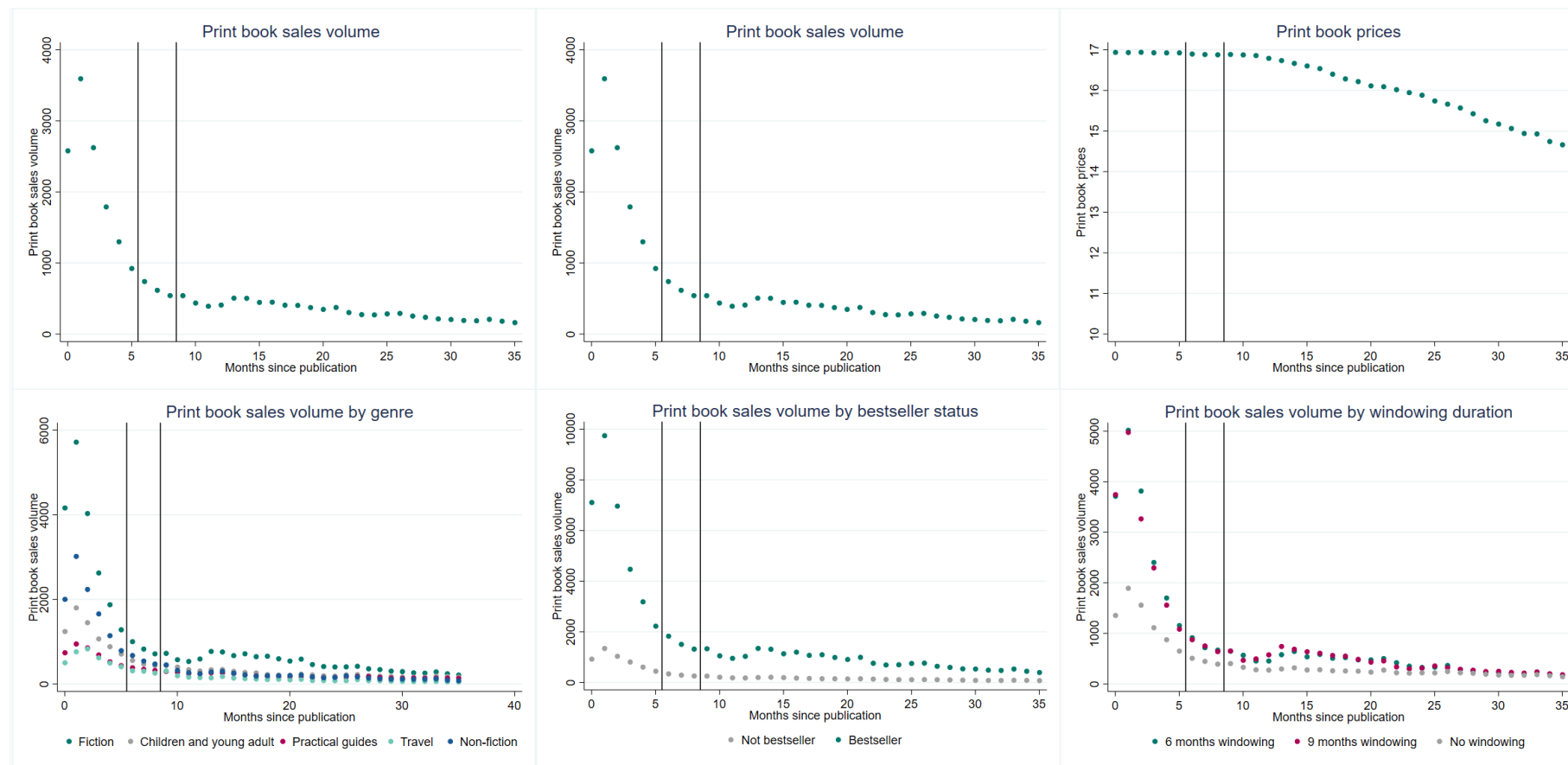
Sviluppo della durata del windowing**4.1.2 Volume delle vendite, ricavo e prezzi****4.1.2.1 Mercato del libro stampato**

La Figura 4-4 presenta una visione d'insieme dell'andamento del volume medio delle vendite, del ricavo e dei prezzi per titolo nel mercato stampato. Le linee rosse verticali indicano i due periodi di windowing più comuni di 6 e 9 mesi. È degno di nota che il volume delle vendite durante il periodo di windowing di 6 o 9 mesi sia significativamente superiore che nei mesi successivi. Il volume delle vendite, inizialmente aumenta nei primi due mesi dopo la pubblicazione, e poi diminuisce rapidamente mese dopo mese. Dopo 9 mesi, il calo del volume delle vendite rallenta nuovamente. Nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione, il volume delle vendite diminuisce leggermente e costantemente. Nei primi 6 mesi viene venduto il 56% di tutte le copie vendute nei primi 36 mesi, e nei primi 9 mesi il 66%.

Un andamento molto simile può essere riscontrato nel ricavo dalle vendite per titolo, che è calcolato moltiplicando il volume delle vendite mensili per il prezzo medio mensile delle vendite. Anche il ricavo medio per titolo raggiunge il picco nel secondo mese dopo l'uscita, e poi diminuisce drasticamente ogni mese, prima di rallentare dopo il primo anno. I primi 6 mesi rappresentano il 57% del ricavo generato nei primi tre anni dopo l'uscita, mentre i primi 9 mesi il 66%.

Figura 4-4

Panorama dell'andamento del volume delle vendite, reddito e prezzi nel mercato dei libri stampati



Fonte: DIW Econ.

4.1.2.2 Mercato dell'e-book

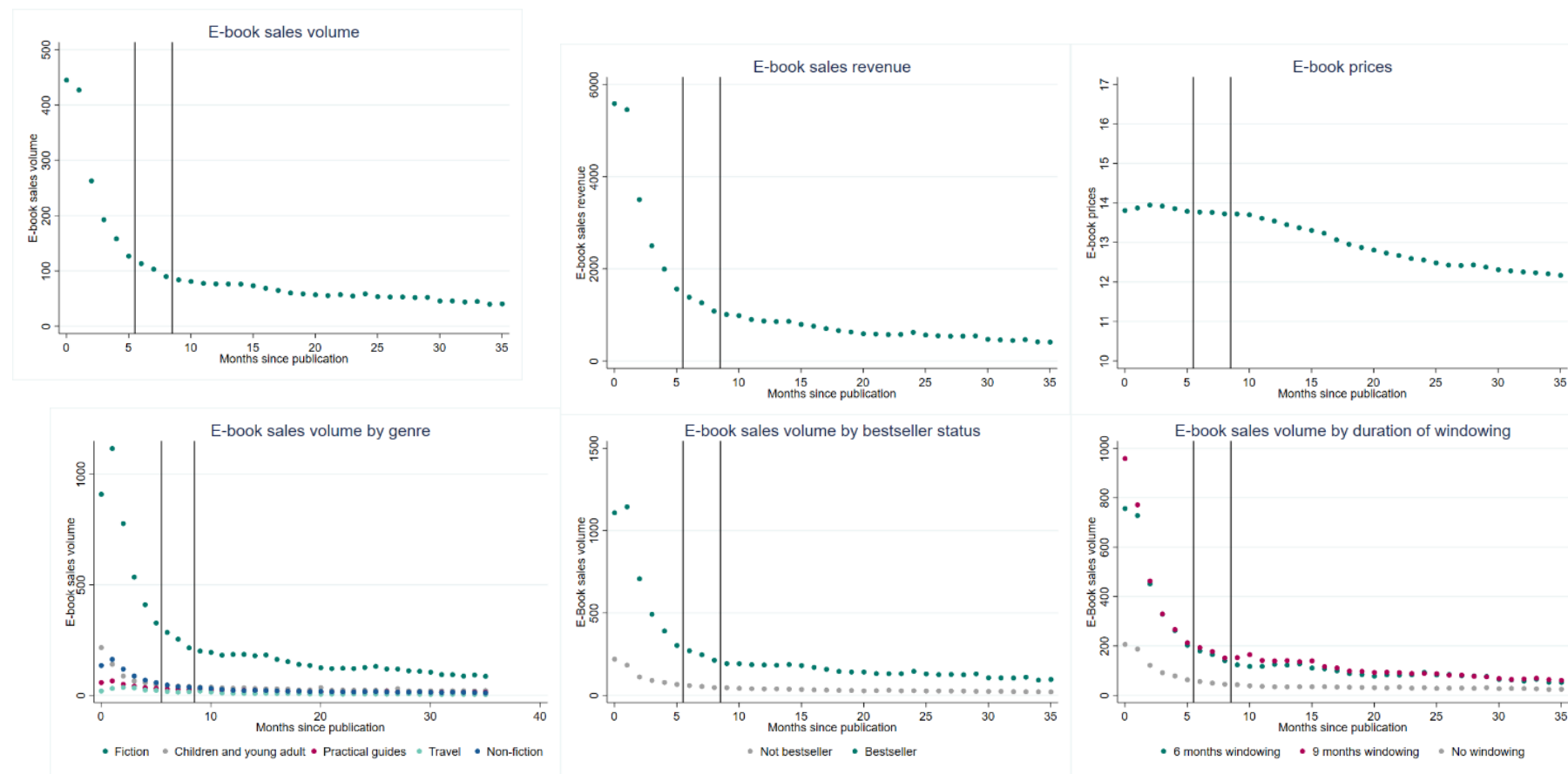
Il mercato degli e-book mostra sviluppi simili in termini di volume medio delle vendite, reddito e prezzi (vedi Figura 4-5). Ancora una volta, il volume delle vendite è significativamente più elevato nel periodo di 6 o 9 mesi rispetto ai mesi successivi. Mentre il volume delle vendite si mantiene a un livello analogo nei primi due mesi dopo l'uscita, diminuisce drasticamente ogni mese a partire dal terzo mese in poi. Dopo 6 o 9 mesi, il calo del volume delle vendite rallenta significativamente. Nel secondo e terzo anno dopo l'uscita, il volume delle vendite continua a diminuire, ma a un ritmo più lento. Il 40% delle copie totali vendute nei primi 36 mesi viene venduto nei primi 6 mesi e il 51% nei primi 9 mesi.

In generale, il volume delle vendite degli e-book è significativamente inferiore a quello delle copie stampate. Mentre un libro stampato viene venduto in media 16.097 volte nel primo anno, un e-book viene venduto in media 2.164 volte.

Analogamente al mercato stampato, l'andamento del ricavo per titolo riflette l'andamento del volume delle vendite nel mercato degli e-book. Anche in questo caso, il ricavo raggiunge il picco nei primi due mesi dopo la pubblicazione, per poi calare bruscamente ogni mese, prima di rallentare, ma continua costantemente dopo il primo anno. Il 41% del reddito dei primi tre anni dopo la pubblicazione è generato nei primi 6 mesi e il 52% nei primi 9 mesi.

Figura 4-5

Panoramica dell'andamento dei volumi di vendita, ricavo e prezzi nel mercato degli e-book



Fonte: DIW Econ.

4.2 Analisi causale

Questa sezione esamina l'effetto causale dell'e-lending relativamente al windowing nel mercato librario dei consumatori. Vengono presi in considerazione sia il mercato degli e-book che quello dei libri stampati.

4.2.1 Sfide metodologiche

Per misurare l'effetto causale del windowing nel mercato dei consumatori di e-book e libri stampati, bisogna affrontare la sfida metodologica secondo cui un elevato volume di vendite per un particolare titolo è solitamente accompagnato da elevati dati di prestito. Questo perché sia il volume delle vendite che i dati di prestito dipendono dalla popolarità del titolo. Una semplice correlazione o regressione del volume delle vendite di un titolo e dei dati di e-lending misurerebbe perciò una relazione positiva tra volume delle vendite e dati del prestito elettronico. Tuttavia, sarebbe errato interpretare questa correlazione positiva come un effetto causale dell'e-lending sul volume delle vendite. L'"effetto" positivo misurato è piuttosto l'espressione di un bias positivo derivante dal fatto che una variabile rilevante, la popolarità di un titolo, viene omessa dalla regressione (Wooldridge, 2010).

In econometria, sono stati sviluppati diversi metodi per minimizzare o eliminare tali distorsioni nella stima degli effetti causali. Questi metodi mirano a misurare l'effetto di una certa variabile (qui: e-lending) solo in base alla parte di cambiamento di tale variabile che non dipende dalle variabili rilevanti non osservate (in questo caso: la popolarità di un titolo). Questo cambiamento viene quindi definito "esogeno". In questo studio, il windowing è un cambiamento potenzialmente esogeno nei dati relativi all'e-lending. Tutti i titoli con un periodo di windowing non possono essere prestati via e-lending durante il periodo di windowing. Comparando il volume delle vendite tra titoli con windowing e titoli senza windowing, si può misurare l'effetto del windowing sul volume delle vendite. Inoltre, questo effetto windowing può anche essere visto come un effetto (inverso) dell'e-lending, poiché la differenza tra i titoli con e senza windowing è che alcuni titoli non possono essere prestati via e-lending durante il periodo di windowing, mentre altri titoli sono disponibili per l'e-lending subito dopo la pubblicazione. L'effetto windowing può quindi essere interpretato anche al contrario, come un effetto dell'e-lending.

Tuttavia, quando si misura l'effetto windowing, la sfida metodologica risiede nel fatto che il windowing non viene assegnato in modo casuale tra titoli. La Sezione 4.1.1 ha dimostrato che i bestseller sono più spesso soggetti a un periodo windowing rispetto ai non bestseller. Questo suggerisce che gli editori sono più propensi a imporre un periodo windowing ai titoli per

i quali si prevede una domanda relativamente elevata prima della pubblicazione rispetto ai titoli per i quali si prevede una domanda inferiore. La semplice regressione del volume delle vendite rispetto a una variabile windowing porterebbe quindi anche a una sovrastima dell'effetto del windowing sul volume delle vendite, poiché la variabile windowing è correlata alla popolarità prevista del titolo.

Nella seguente analisi empirica, vengono utilizzate due tecniche econometriche per eliminare ampiamente questo bias nella stima dell'effetto windowing sul volume delle vendite nel mercato librario. In primo luogo, viene stimato un modello a effetti fissi. In secondo luogo, viene implementato un metodo di controllo sintetico.

4.2.2 Stima a effetti fissi

Prima di tutto, l'effetto windowing nel mercato librario dei consumatori viene esaminato utilizzando una stima a effetti fissi. Viene stimata la seguente regressione:

$$\ln(\text{Sales Revenue}_i) = \alpha + \beta \cdot \text{Windowing}_i + X \cdot \text{Control Variables}_i + Y \cdot \text{Author Fixed Effects}_i + \varepsilon_i$$

La variabile *windowing_i* indica se un particolare titolo *i* è stato soggetto o meno a un periodo di windowing. La variabile di risultato *Sales Revenue_i*⁶ rappresenta il fatturato totale generato da un titolo nei primi 36 mesi dalla pubblicazione. Gli effetti sui ricavi del mercato degli e-book e dei print-book vengono esaminati separatamente. Le *Control variables_i* tengono conto di fattori aggiuntivi, inclusi genere, editore, anno di pubblicazione e prezzo medio nell'anno di pubblicazione.

Per stimare in modo valido gli effetti causali del windowing, è fondamentale che siano inclusi come variabili di controllo anche i cosiddetti effetti fissi per gli autori dei titoli. Questi effetti fissi per l'autore controllano tutti i fattori non osservati che differiscono tra gli autori e che possono influenzare il volume delle vendite. Includendo gli effetti fissi per autore, vengono confrontati tra loro solo i libri degli stessi autori per stimare l'effetto windowing. Per ciascun autore, esaminiamo quindi in che misura i titoli con windowing raggiungono volumi di vendita maggiori rispetto ai titoli senza windowing. Questo riduce significativamente la potenziale distorsione dell'effetto windowing misurato, poiché i titoli degli stessi autori sono più simili nella loro prevista popolarità, rendendo difficile per gli editori prevedere quale titolo genererà una domanda maggiore prima della pubblicazione. Pertanto, il fatto che un certo titolo dello stesso

⁶ La variabile di risultato *Sales Revenue_i* è logaritmicizzata per due motivi. In primo luogo, i dati di vendita sono asimmetrici e mostrano eteroschedasticità, cioè la variabilità delle vendite aumenta alla crescita del livello delle vendite. L'applicazione di una trasformazione logaritmica stabilizza la varianza e rende più lineare la relazione con le altre variabili. In secondo luogo, questa trasformazione consente di interpretare i coefficienti come variazioni percentuali.

autore sia soggetto a windowing e un altro no è probabilmente dovuto in misura minore alla popolarità prevista del libro. Il rischio di una distorsione positiva dell'effetto windowing può quindi essere notevolmente ridotto dal metodo degli effetti fissi.

Effetto windowing nel mercato degli e-book

In primo luogo, viene esaminato l'effetto windowing sui ricavi di vendita title-specific nel mercato degli e-book. E' mostrato che i titoli con windowing raggiungono ricavi di vendita significativamente più elevati nei primi 36 mesi dalla pubblicazione. Il windowing aumenta i ricavi delle vendite di un titolo nel mercato degli e-book di circa il 26,7% (Tabella 4-1). Questo effetto è statisticamente rilevante ad un livello di significatività dell'1%⁷.

In che misura gli effetti del windowing differiscono tra i generi? L'effetto più significativo è misurato per il genere narrativa. Il windowing aumenta i ricavi delle vendite dei titoli del genere narrativa di circa il 26,1%. Nel genere ragazzi e giovani, tuttavia, non si è rilevato alcun effetto significativo del windowing sui ricavi delle vendite. Queste differenze tra i generi sono prevedibili, poiché il genere narrativa è di gran lunga il genere più popolare per gli e-book, mentre i libri per ragazzi e giovani vengono acquistati meno frequentemente in formato e-book. Non può essere identificato alcun effetto significativo del windowing, neanche per gli altri generi. Tuttavia, ciò potrebbe anche essere dovuto al fatto che i coefficienti possono essere misurati solo in modo impreciso a causa di un campione più piccolo. Ciò può essere osservato, ad esempio, nel genere delle guide pratiche, dove si misura un effetto significativo del 23,2%. Tuttavia, a causa dell'incertezza con cui viene misurato l'effetto, espresso in un ampio intervallo di confidenza, l'effetto non è statisticamente significativo. Per il genere delle guide pratiche, l'intervallo di confidenza per l'effetto del windowing sul reddito varia dal -7,2% al 53,6%. Ciò significa che l'effetto reale si colloca in questo intervallo con una probabilità del 95%. A causa dei campioni più piccoli nei generi di viaggio e saggistica, gli effetti sono misurati in modo così impreciso che i risultati non sono significativi. Per questo motivo, i risultati per questi generi non sono riportati nella Tabella 4-1.

L'effetto windowing è particolarmente significativo tra i bestseller: il windowing aumenta il fatturato delle vendite dei bestseller di circa il 30,9%. Per i non bestseller, l'effetto windowing

⁷ Qualsiasi stima degli effetti causali è soggetta a incertezza statistica dovuta alla natura casuale del campione. Il livello di significatività indica la probabilità che gli effetti misurati siano il prodotto della natura casuale del campione e che l'effetto reale sia zero. Un livello di significatività dell'1% significa che l'effetto windowing reale non è zero o è positivo con una probabilità del 99%.

è stimato al 12,8%. L'effetto misurato è statisticamente significativo sia per i bestseller che per i non bestseller.

Tabella 4-1

Risultati della stima a effetti fissi del windowing sul ricavo dalle vendite di e-book

Outcome variable: sales revenue of e-books						
	Total sample	Bestseller	Non-Bestseller	Fiction	Children and young adult	Practical guides
Windowing effect	26.7%***	30.9%***	12.8%**	26.1%***	-4.60%	23.20%
Confidence interval (95%)	17.0% to 36.5%	9.1% to 52.7%	2.3% to 23.2%	11.4% to 40.9%	-20.6% to 11.4%	-7.2% to 53.6%
Number of observations	4,970	1,274	3,109	2,182	1,440	654

Nota: *** significant at significance level 1% ** significant at significance level 5% * significant at significance level 10%.

Fonte: DIW Econ.

Effetti windowing sul mercato dei libri stampati

In questa sezione, studiamo ulteriormente l'effetto windowing nel mercato dei libri stampati, cioè misuriamo l'effetto windowing (nell'e-lending) sul fatturato delle vendite dei libri stampati associati ai titoli in windowing (vedi Tabella 4-2). Troviamo un effetto positivo significativo del windowing sul fatturato delle vendite nel mercato dei libri stampati. Il windowing aumenta il fatturato delle vendite nel mercato dei libri stampati di circa il 9,6%. L'effetto percentuale è quindi significativamente inferiore rispetto al mercato degli e-book (26,7%). Ciò era prevedibile, poiché la presa in prestito di e-book è un sostituto più efficace dell'acquisto di un e-book rispetto all'acquisto di un libro stampato. In altre parole: le persone che acquisterebbero un e-book senza l'opzione di e-lending sono più propense a utilizzare l'e-lending se il libro è disponibile per l'e-lending rispetto a coloro che acquisterebbero un libro stampato senza l'e-lending.

Il confronto dell'effetto windowing tra i generi mostra un quadro simile a quello del mercato degli e-book. Anche in questo caso, l'effetto più significativo (aumento dell'8,9% del ricavo delle vendite dovuto al windowing) è misurato nel genere narrativa. Nel genere ragazzi e giovani, tuttavia, non è identificato alcun effetto significativo del windowing. Inoltre, sono misurati effetti diversi per bestseller e non bestseller nel mercato stampato. Si stima che il windowing aumenti il fatturato delle vendite dei bestseller del 4,3%, mentre riduce il fatturato dei non bestseller del -2,1%. Tuttavia, gli effetti non sono statisticamente significativi. Pertanto, l'effetto negativo misurato per i non bestseller può essere dovuto anche all'incertezza statistica della stima.

Tabella 4-2

Risultati della stima a effetti fissi del windowing sul ricavo dalle vendite di libri stampati

Outcome variable: sales revenue of print books						
	Total sample	Bestseller	Non-bestseller	Fiction	Children and young adult	Practical guides
Windowing effect	9.6%***	4.30%	• - 2.10%	8.9%*	-0.30%	4.70%
Confidence interval (95%)	3.1% to 16.0%	-7.5 to 16.1%	-8.1% to 3.9%	-0.6% to 18.5%	-11.0% to 10.4%	-15.3 to 24.7%
Number of observations	6,143	1,489	3,952	2,768	1,597	941

Nota: *** significant at significance level 1% ** significant at significance level 5% * significant at significance level 10%.

Fonte: DIW Econ.

Conclusioni della stima a effetti fissi

Sulla base delle stime a effetti fissi, si identificano effetti significativi del windowing sui ricavi delle vendite sia nel mercato degli e-book che in quello dei libri stampati. L'effetto è significativamente maggiore nel mercato degli e-book al 26,7%, rispetto al mercato dei libri stampati al 9,6%. Gli effetti più forti si misurano nel genere narrativo e tra i bestseller.

In una stima alternativa, il volume delle vendite, cioè il numero di copie vendute per titolo, viene utilizzato come variabile di risultato (invece del ricavo dalle vendite). I risultati sono molto simili. Nel mercato degli e-book, il windowing ha aumentato i volumi delle vendite di circa il 21,6% nei primi 36 mesi, rispetto all'effetto dell'8,8% nel mercato dei libri stampati (vedi Tabella 4-3). Gli effetti più forti sul volume delle vendite si misurano nel genere narrativa e tra i bestseller, sia nel mercato degli e-book che in quello dei libri stampati.

Sono, inoltre, esaminati gli effetti del windowing sui prezzi di vendita. Qui, non si trova alcun effetto significativo del windowing sui prezzi di vendita. Non sorprende quindi che gli effetti sul ricavo e sul volume delle vendite siano così simili. Poiché il ricavo dalle vendite è ottenuto moltiplicando il volume delle vendite e i prezzi, e poiché il windowing non ha alcun effetto sui prezzi, l'effetto sul ricavo dalle vendite è determinato esclusivamente dall'effetto sul volume delle vendite.

Tabella 4-3

Risultati della stima alternativa a effetti fissi del windowing sul volume delle vendite

Outcome variable: sales volume of e-books						
	Total sample	Bestseller	Non-Bestseller	Fiction	Children and young adult	Practical guides
Windowing effect	21.6%***	19.8%*	9.2%*	24.0%***	-7.60%	-4.60%
Confidence interval (95%)	12.0% to 31.2%	-0.7 to 40.2%	-1.2% to 19.6%	9.2% to 38.7%	-23.6% to 8.3%	-30.6 to 21.3%
Number of observations	5,183	1,308	3,269	2,182	1,440	837

Outcome variable: sales volume of print books						
	Total sample	Bestseller	Non-Bestseller	Fiction	Children and young adult	Practical guides
Windowing effect	8.8%***	4.10%	-2.70%	8.8%*	-0.80%	3.50%
Confidence interval (95%)	2.4% to 15.2%	-7.7 to 15.9%	-8.7% to 3.3%	-0.8% to 18.3%	-11.5% to 9.9%	-16.2 to 23.2%
Number of observations	6,143	1,489	3,952	2,768	1,597	941

Nota: *** significant at significance level 1% ** significant at significance level 5% * significant at significance level 10%.

Fonte: DIW Econ.

Includendo gli effetti fissi dell'autore, è possibile ridurre notevolmente un potenziale bias positivo negli effetti stimati, poiché sono confrontati solo titoli degli stessi autori. Tuttavia, un bias non può essere completamente escluso nemmeno nel modello a effetti fissi. In particolare, un bias potrebbe sorgere se un editore prevede che un determinato titolo raggiungerà un volume di vendite elevato e quindi impone un periodo di windowing a questo titolo, mentre un altro titolo dello stesso autore non viene sottoposto a windowing perché si prevede che questo titolo sarà meno popolare. Nella sezione seguente, viene quindi utilizzato un altro metodo di stima che è in grado di identificare gli effetti causali del windowing in modo ancora più rigoroso e conservativo, eliminando ampiamente ogni potenziale bias.

4.2.3 Metodo di controllo sintetico

Il metodo di controllo sintetico è un metodo statistico per stimare gli effetti causali (Abadie, Diamond e Hainmueller, 2010). È simile a un approccio basato sulla differenza-nelle-differenze in quanto confronta l'andamento di una variabile di risultato (qui: il ricavo dalle vendite) nel

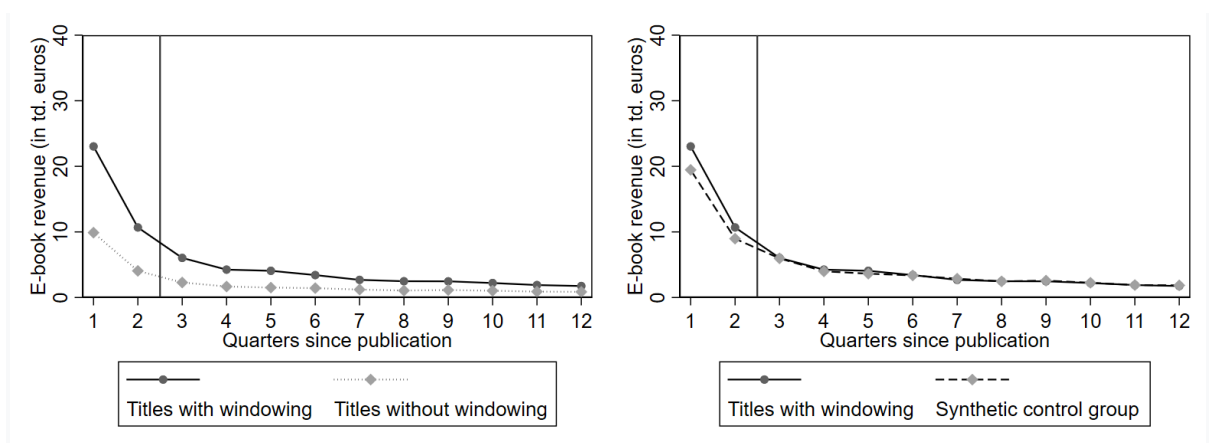
tempo in un gruppo di trattamento (qui: titoli con windowing) con un gruppo di controllo (qui: titoli senza windowing) al fine di stimare l'effetto causale.⁸

Il metodo si basa sulla costruzione di una versione sintetica dei titoli soggetti a windowing, selezionando una media ponderata specifica dei titoli non-windowing che sia più simile ai titoli con windowing in termini di sviluppo del volume di vendita o del ricavo dalle vendite dopo il periodo di windowing e in termini di altre variabili (covariate). Il gruppo di controllo sintetico fornisce poi il percorso controfattuale senza windowing per i titoli con windowing durante il periodo di windowing, e la differenza tra lo sviluppo effettivo e quello controfattuale del ricavo delle vendite può essere considerata come l'effetto del windowing.

La Figura 4-6 presenta una rappresentazione grafica del metodo di controllo sintetico.⁹ Il grafico a sinistra (a) mostra l'andamento effettivo del ricavo dalle vendite dei titoli con windowing e dei titoli senza windowing. La differenza tra le due linee non può essere interpretata come un effetto causale di windowing, poiché i libri senza windowing vengono anche venduti meno spesso nel periodo successivo al periodo di windowing, quando i libri di entrambi i gruppi sono disponibili per l'e-lending. Anche un semplice confronto basato sulla differenza-nelle-differenze sarebbe problematico, poiché i due gruppi di libri mostrano chiaramente andamenti diversi.

Figura 4-6

Rappresentazione grafica del metodo di controllo sintetico



Nota: il grafico di sinistra mostra l'andamento effettivo del ricavo dalle vendite medio per gli e-book con e senza windowing. Il grafico di destra mostra l'andamento effettivo del ricavo dalle vendite per gli e-book con windowing rispetto allo sviluppo controfattuale del gruppo di controllo sintetico.

⁸ Poiché il gruppo di controllo è costruito in modo da collegarsi all'andamento delle unità trattate, il metodo di controllo sintetico è particolarmente adatto alle situazioni in cui gli andamenti non sarebbero altrimenti paralleli.

⁹ Per stimare il metodo di controllo sintetico, il ricavo viene aggregato trimestralmente. Questo riduce la variazione casuale dei ricavi di vendita tra i mesi e migliora la selezione di titoli senza windowing con un andamento delle vendite simile a quello dei titoli con windowing nel periodo successivo al periodo di windowing.

Fonte: DIW Econ.

Il grafico di destra mostra il metodo di controllo sintetico, che affronta il problema delle diverse tendenze nella stima degli effetti causali, selezionando solo quei titoli che sono simili ai titoli con windowing in termini di vendite nel periodo di non-windowing e delle covariate specificate.¹⁰ Questa selezione significa che il gruppo di controllo sintetico ha un volume di vendite simile dopo il periodo di windowing a quello dei titoli con windowing (a destra della linea verticale). Il gruppo di controllo sintetico e i titoli windowed sono simili anche in termini di altre caratteristiche rilevanti come il numero di pagine, il prezzo iniziale dell'e-book e il volume medio delle vendite dopo il windowing. Una costruzione di successo di un gruppo di controllo sintetico significa che la differenza tra il ricavo dalle vendite dei titoli con windowing e del gruppo di controllo sintetico durante il periodo di windowing può essere interpretata come un effetto causale del windowing.

Il metodo di controllo sintetico è eseguito separatamente per gli e-book con un periodo di windowing di 6 mesi e per gli e-book con un periodo di windowing di 9 mesi. Si stima che gli e-book con un periodo di windowing di 6 mesi generino un ricavo dalle vendite superiore del 7,5% rispetto allo scenario controfattuale senza windowing (gruppo di controllo sintetico). Si stima che gli e-book con un periodo di windowing di 9 mesi realizzino un ricavo superiore dell'11,7% rispetto allo scenario controfattuale senza windowing. L'effetto causale totale del windowing è calcolato come la media di questi due effetti e ammonta a circa il 9,9%.¹¹ In una stima alternativa, il volume delle vendite viene utilizzato come variabile di risultato, con gli effetti misurati del windowing molto simili al 10,3%. Questa robustezza dei risultati in diverse specificazioni rafforza la validità degli effetti identificati.

L'effetto del windowing del 9,9% misurato con il metodo di controllo sintetico è quindi significativamente inferiore all'effetto del 26,7% stimato con il metodo a effetti fissi. Ciò supporta l'ipotesi che il metodo a effetti fissi non possa eliminare completamente il bias positivo derivante dal fatto che gli editori talvolta basano la loro decisione di pubblicare titoli degli stessi autori con o senza windowing sulla domanda prevista per quei titoli. Il metodo degli effetti fissi, quindi, probabilmente sovrastima l'effetto causale del windowing sul ricavo dalle vendite.

¹⁰ Per il gruppo di controllo sintetico vengono selezionati 285 titoli da un totale di 2.836 titoli senza windowing. I 2.836 titoli senza windowing da cui viene effettuata la selezione sono tutti titoli senza windowing per i quali sono disponibili tutte le informazioni necessarie (dati sul volume di vendita mensile e su covariate, ad esempio numero di pagine, prezzo nel primo mese di pubblicazione).

¹¹ La media è ponderata secondo i ricavi medi delle vendite di e-book con 6 mesi di windowing (60.594 euro) e di 9 mesi di windowing (77.422 euro).

Il metodo a effetti fissi ha il vantaggio, rispetto al metodo di controllo sintetico, di poter calcolare gli effetti anche per singoli generi, così come per bestseller e non bestseller. Il gruppo di controllo sintetico pone requisiti maggiori sulla dimensione del campione e la natura dei dati, pertanto questo metodo non può essere validamente applicato a campioni più piccoli. Questo vale anche per il ricavo dalle vendite nel mercato del libro stampato, dove non è possibile formare un valido gruppo di controllo sintetico.

4.2.4 Risultato: combinazione dei metodi di stima per identificare l'effetto causale del windowing

Le stime del metodo a effetti fissi e del metodo del controllo sintetico vengono combinate per eliminare al meglio le potenziali distorsioni e identificare l'effetto causale del windowing. In particolare, il rapporto tra gli effetti del metodo a effetti fissi e del metodo del controllo sintetico, ovvero $26,7\% / 9,9\% = 2,7$, viene utilizzato come misura della distorsione della stima a effetti fissi. Gli effetti misurati con il metodo a effetti fissi sul mercato degli e-book e del libro stampato vengono quindi corretti per questo fattore di distorsione dividendo i coefficienti e gli intervalli di confidenza per il fattore (Oster, 2019).

La Tabella 4-4 mostra i risultati di questa correzione di distorsione. Nel mercato degli e-book, il windowing aumenta il ricavo di un titolo di circa il 9,9%. Tuttavia, poiché la stima degli effetti causali è fondamentalmente soggetta a incertezza statistica, vengono presentati anche i limiti dell'intervallo di confidenza al 95% per ciascun effetto. Questo intervallo di confidenza è costituito da un limite inferiore e da un limite superiore, con l'effetto reale del windowing compreso tra questi due limiti con una probabilità del 95%. L'effetto del windowing sui ricavi delle vendite nel mercato degli e-book è quindi compreso tra il 6,3% e il 13,5% con una probabilità del 95%. L'effetto è particolarmente forte per i bestseller sul mercato degli e-book. Qui, si stima un effetto dell'11,4%, con un limite superiore del 19,5% e un limite inferiore del 3,4%. Tra i generi, l'effetto più forte è misurato al 9,7% (statisticamente rilevante a un livello di significatività dell'1%) nel genere narrativa.

Un quadro simile emerge nel mercato dei libri stampati. Tuttavia, gli effetti percentuali sono significativamente inferiori. Nel complesso, il windowing aumenta i ricavi delle vendite nel mercato stampato di circa il 3,5%, mentre l'effetto reale si attesta tra l'1,2% e il 5,9%, con una probabilità del 95%. Nel genere narrativa, aumenta i ricavi delle vendite di circa il 3,3%, mentre non si può misurare alcun effetto significativo negli altri generi.

Tabella 4-4

Risultati della stima degli effetti del windowing su e-book e libri stampati

	Total sample	Bestseller	Non-Bestseller	Fiction	Children and young adult	Practical guides
Outcome variable: sales revenue of e-books						
Estimated effect	9.9%***	11.4%***	4.7%**	9.7%***	-1.7%	8.6%
Upper limit	13.5%	19.5%	8.6%	15.1%	4.2%	19.8%
Lower limit	6.3%	3.4%	0.9%	4.2%	-7.6%	-8.0%
Outcome variable: sales revenue of print books						
Estimated effect	3.5%***	1.6%	-0.8%	3.3%*	-0.1%	1.7%
Upper limit	5.9%	6.0%	1.4%	6.8%	3.9%	9.1%
Lower limit	1.2%	-2.8%	-3.0%	-0.2%	-4.1%	-5.6%

Nota: *** significant at significance level 1% ** significant at significance level 5% * significant at significance level 10%.

Fonte DIW Econ.

5 **Gli effetti economici dell'e-lending sui partecipanti al mercato nel settore librario**

Domanda di ricerca 3: Quali sono gli effetti economici del prestito elettronico e del windowing sui partecipanti al mercato nel settore librario?

Questo capitolo analizza l'impatto economico dell'e-lending e del windowing sui diversi partecipanti al mercato librario dei consumatori. Sulla base degli effetti causali del windowing stimati in precedenza, vengono stimati gli effetti su autori, editori, rivenditori di libri e aggregatori.

5.1 **Metodologia**

L'impatto economico dell'e-lending è misurato utilizzando l'effetto causale del windowing sopra identificato. In particolare, analizziamo l'effetto della completa rimozione del windowing sull'e-lending. In primo luogo, viene analizzato uno scenario basato sui dati attuali dal 2022. Inoltre, vengono sviluppati due scenari futuri fino al 2027.

La valutazione dell'impatto in tutti gli scenari si basa su due fasi.

1. Fase: Effetto della rimozione del windowing sul mercato librario dei consumatori

Nella prima fase, l'effetto della rimozione del windowing nel mercato librario dei consumatori viene stimato separatamente per il mercato degli e-book e quello dei libri stampati.

Per il mercato degli e-book, l'effetto percentuale della rimozione del windowing sul ricavo di un e-book viene moltiplicato per il ricavo totale degli e-book attualmente soggetti a un periodo di windowing. Per il mercato dei libri stampati, l'effetto viene stimato in modo analogo. Come trattato nel capitolo precedente, la stima degli effetti causali è fondamentalmente soggetta a incertezza statistica. Tale incertezza dovrebbe essere presa in considerazione anche nell'analisi dell'impatto economico. Pertanto, in ogni scenario, viene calcolato un limite inferiore e uno superiore dell'impatto economico in base all'intervallo di confidenza del 95% degli effetti causali stimati.

2. Fase: Effetto sui partecipanti al mercato nel settore librario

Nella seconda fase, calcoliamo in che modo gli effetti nel mercato librario dei consumatori (e-book e libri stampati) influenzano i diversi partecipanti al mercato.

Da un lato, l'eliminazione del windowing comporta una perdita di ricavo per i partecipanti al mercato librario dovuta all'effetto negativo sul volume delle vendite di e-book e di libri stampati. L'entità della perdita per autori, editori e rivenditori di libri è proporzionale

alla loro rispettiva quota di prezzo di vendita di un libro stampato o del ricavo da un e-book. La seguente distribuzione viene utilizzata come base:

Tabella 5-1
Risultati della stima degli effetti del windowing su e-book e libri stampati

	Print books	E-Books
	Share of sales price	Share of sales revenue
Authors	9%	9%
Publishers	51%	40%
Booksellers	33%	44%
VAT	7%	7%

Fonte: Kurt Wolff Foundation (2023), DIW Econ (2024).

D'altra parte, la rimozione del windowing aumenterebbe la vendita di licenze di e-lending. Questo ricavo aggiuntivo viene stimato calcolando innanzitutto la remunerazione implicita per e-lending, dividendo il prezzo medio della licenza per il numero medio di prestiti per licenza. La remunerazione per prestito viene poi moltiplicata per l'aumento stimato in e-lending come risultato della rimozione del windowing, al fine di calcolare l'aumento del ricavo dalle vendite delle licenze di e-book.¹² Infine, questo incremento totale del ricavo delle vendite viene distribuito tra i partecipanti al mercato in base alla rispettiva quota di prezzo di vendita delle licenze di e-book. Si presume che gli aggregatori acquistino le licenze dagli editori a un prezzo medio pari a 1,5 volte il prezzo di vendita degli e-book e le vendano alle biblioteche con un sovrapprezzo del 30%. Gli editori, a loro volta, versano agli autori un importo pari al 25% della loro quota di ricavi netti (DIW Econ, 2024; Netzwerk Autorenrechte, 2021).

5.2 Risultati

5.2.1 Scenario corrente (2022)

In primo luogo, gli effetti della rimozione del windowing vengono calcolati in uno scenario corrente basato sui dati del 2022. Si è riscontrato che la rimozione del windowing riduce le vendite di e-book di un valore compreso tra il -4,6% e il -9,2%, che equivale a un calo del ricavo dalle vendite annuo compreso tra -11,1 e -22,5 milioni di euro. Nel mercato dei libri stampati, si stima che il ricavo delle vendite diminuirà tra lo -0,7% e il -3,5%, oppure tra -27,0 e -131,3 milioni di euro all'anno. Mentre l'effetto percentuale sul mercato dei libri stampati è inferiore rispetto

¹² L'aumento dei prestiti elettronici viene calcolato in due fasi. In primo luogo, si utilizza il metodo di controllo sintetico per stimare l'aumento percentuale dei prestiti elettronici per i titoli con windowing nello scenario controfattuale in cui tali titoli vengono pubblicati senza windowing. In secondo luogo, l'effetto percentuale viene moltiplicato per il numero attuale di prestiti elettronici per i titoli windowing per calcolare l'aumento assoluto dei prestiti elettronici.

al mercato degli e-book, l'effetto assoluto è maggiore nel mercato dei libri stampati. Questo perché il mercato dei libri stampati, con un ricavo totale di 3.705 milioni di euro nel 2022, è più di 10 volte maggiore del mercato degli e-book, che ammonta a 245 milioni di euro. Pertanto, anche un effetto percentuale relativamente piccolo sul mercato dei libri stampati ha effetti assoluti maggiori. Tuttavia, ciò significa anche che l'incertezza statistica nella stima degli effetti percentuali determina un intervallo più ampio (da -27,0 a -131,1 milioni di euro) dell'impatto economico.

Gli impatti della rimozione del windowing sui partecipanti al mercato degli e-book e dei libri stampati sono illustrati nella Tabella 5-2. Gli autori subirebbero perdite stimate di ricavo tra -1,0 e -2,0 milioni di euro nel mercato degli e-book e tra -2,4 e -11,8 milioni di euro nel mercato dei libri stampati. Gli editori perderebbero un ricavo tra -4,5 e -9,5 milioni di euro nel mercato degli e-book e tra -13,8 e -67,0 milioni di euro nel mercato dei libri stampati. I librai registrerebbero perdite tra -4,9 e -9,9 milioni di euro nel mercato degli e-book e tra -8,9 e -43,4 milioni di euro nel mercato dei libri stampati.

I partecipanti al mercato beneficiano ulteriormente dei ricavi derivanti dalla vendita aggiuntiva di licenze per e-book. Gli autori ricevono circa 0,2 milioni di euro, gli editori 0,6 milioni di euro e gli aggregatori 0,3 milioni di euro. Tuttavia, la perdita di vendite nel mercato degli e-book e dei libri stampati supera di gran lunga i ricavi aggiuntivi derivanti dalle licenze degli e-book.

Tabella 5-2

Impatto economico: scenario attuale (2022)

	Revenue loss in e-book market	Revenue loss in print market	Revenue from additional e-book licenses	Total (etn) effect
Authors	-1.0 to -2.0 million €	-2.4 to -11.8 million €	+0.2 million €	-3.2 to -13.6 million €
Publishers	-4.5 to -9.0 million €	-13.8 to -67.0 million €	+0.6 million €	-17.7 to -75.4 million €
Booksellers	-4.9 to -9.9 million €	-8.9 to -43.4 million €	-	-13.8 to -53.3 million €
Aggregators	-	-	+0.3 million €	+0.3 million €
VAT	-0.8 to -1.6 million €	-1.9 to -9.2 million €	+0.1 million €	-2.6 to -10.7 million €
Consumer book market in total	-11.1 to -22.5 million euros	-27.0 to -131.3 million €	+1.1 million €	-37.0 to -152.7 million €

Fonte DIW Econ.

Nel complesso, la rimozione del windowing comporterebbe per gli autori perdite di ricavo comprese tra -3,2 e -13,6 milioni di euro. Le perdite di ricavo per gli editori sono stimate tra -17,7 e -75,4 milioni di euro, mentre le librerie subiscono perdite comprese tra -13,8 e -53,3

milioni di euro. Gli aggregatori conseguirebbero vendite aggiuntive di 0,3 milioni di euro con le licenze aggiuntive di e-book vendute. Per il mercato librario dei consumatori, in totale, le perdite di fatturato si attesterebbero tra -37,0 e -152,7 milioni di euro.

5.2.2 Scenari futuri (2027)

Inoltre, vengono analizzati due scenari futuri per i prossimi 5 anni, fino al 2027 (sulla base dello scenario attuale del 2022). In primo luogo, entrambi gli scenari presuppongono che la spesa per e-book e libri stampati continuerà a crescere in linea con la crescita degli ultimi anni. Sulla base dei dati GfK sulla spesa annuale per e-book e libri stampati dal 2018 al 2022, viene utilizzata una proiezione lineare per stimare che la spesa per e-book aumenterà dell'1,5% annuo fino al 2027 e la spesa per libri stampati dello 0,9%. Vengono analizzati due diversi scenari per lo sviluppo dell'e-lending: uno scenario con e-lending costante e uno scenario con e-lending in aumento (in base alla crescita media delle transazioni di prestito elettronico nella Statistica Bibliotecaria Tedesca (DBS) negli anni dal 2019 al 2022, si ipotizza un tasso di crescita annuo del 3,2%).

La Tabella 5-3 mostra i risultati dei due scenari. In entrambi gli scenari futuri, le perdite di ricavo aumentano rispetto allo scenario attuale. Nel primo scenario (e-lending costante), la rimozione del windowing comporterebbe una caduta del ricavo nel mercato degli e-book stimato tra -11,8 e -23,8 milioni di euro e nel mercato dei libri stampati stimato tra -28,7 e -139,3 milioni di euro. Ciò corrisponde a un aumento delle perdite di ricavo rispetto al 2022 di circa il 6%. La maggiore perdita di ricavo deriva dalla crescita prevista sia nel mercato degli e-book che in quello dei libri stampati. In un mercato più ampio, la rimozione del windowing comporta perdite maggiori perché c'è più da perdere. Anche le perdite dei partecipanti al mercato aumentano in proporzione alla perdita di fatturato nel mercato complessivo. Gli autori registrerebbero una perdita totale (netta) compresa tra -3,5 e -14,4 milioni di euro, gli editori una perdita compresa tra -18,7 e -80,0 milioni di euro e i librai una perdita compresa tra -14,7 e -56,5 milioni di euro.

Nel secondo scenario (aumento dell'e-lending), le perdite di ricavo aumentano anche ulteriormente, poiché si presume anche che l'e-lending sarà utilizzato con più frequenza. Il maggiore utilizzo dell'e-lending aumenterebbe l'effetto della rimozione del windowing, poiché un numero maggiore di persone utilizzerebbe l'e-lending in caso di rimozione del windowing. Le perdite di ricavo nel mercato degli e-book aumenterebbero di una stima compresa tra -13,7 e -27,4 milioni di euro e nel mercato dei libri stampati a una stima compresa tra -33,6 e -161,7 milioni di euro, il che corrisponde a un aumento di circa il 23% rispetto allo scenario attuale nel 2022. Questo aumento delle perdite di ricavo interesserebbe anche i partecipanti al mercato: gli

autori subirebbero perdite di ricavo comprese tra -4,0 e -16,9 milioni di euro, gli editori tra -21,9 e -92,7 milioni di euro e i librai tra -17,1 e -65,4 milioni di euro.

Tabella 5-3

Impatti economici: scenari futuri 2027

	Revenue loss in the e-book market	Revenue loss in the print book market	Revenue from e-book licenses	Total (net) effect
Authors				
Scenario I	-1.1 to -2.1 million €	-2.6 to -12.5 million €	0.2 million €	-3.5 to -14.4 million €
Scenario II	-1.2 to -2.5 million €	-3.0 to -14.6 million €	0.2 million €	-4.0 to -16.9 million €
Publishers				
Scenario I	-4.7 to -9.5 million €	-14.6 to -71.1 million €	0.6 million €	-18.7 to -80.0 million €
Scenario II	-5.5 to -10.9 million €	-17.1 to -82.5 million €	0.7 million €	-21.9 to -92.7 million €
Booksellers				
Scenario I	-5.2 to -10.5 million €	-9.5 to -46.0 million €	-	-14.7 to -56.5 million €
Scenario II	-6.0 to -12.0 million €	-11.1 to -53.4 million €	-	-17.1 to -65.4 million €
Aggregators				
Scenario I	-	-	0.3 million €	0.3 million €
Scenario II	-	-	0.3 million €	0.3 million €
VAT				
Scenario I	-0.8 to -1.7 million €	-2.0 to -9.8 million €	0.1 million €	-2.7 million to -11.4 million €
Scenario II	-1.0 to -1.9 million €	-2.4 to -11.3 million €	0.1 million €	-3.3 million to -13.1 million €
Consumer book market in total				
Scenario I	-11.8 to -23.8 million euros	-28.7 to -139.3 million €	1.2 million €	-39.3 to -161.9 million €
Scenario II	-13.7 to -27.4 million €	-33.6 to -161.7 million €	1.3 million €	-46.0 to -187.8 million €

Nota: Scenario I: la spesa per e-book e libri stampati aumenta annualmente al tasso di crescita medio degli ultimi anni. Il prestito elettronico è costante. Scenario II: la spesa per e-book e libri stampati aumenta annualmente al tasso di crescita medio degli ultimi anni. Anche il prestito elettronico aumenta al tasso di crescita medio degli ultimi anni.

Fonte: DIW Econ.

5.2.3 Impatto sul mercato degli abbonamenti di e-book

Oltre al mercato degli acquisti di e-book, il mercato degli abbonamenti agli e-book (tariffe fisse) è cresciuto significativamente negli ultimi anni. I dati di GfK mostrano che la spesa per gli abbonamenti agli e-book è aumentata da 161 milioni di euro nel 2018 a 191 milioni di euro nel

2022. Questo solleva la domanda di come la rimozione del windowing influenzerebbe il mercato degli abbonamenti agli e-book.

Uno studio dell'impatto economico nel mercato degli abbonamenti deve tenere conto delle strutture eterogenee del mercato degli abbonamenti. Le condizioni in base alle quali i singoli titoli sono inclusi o meno negli abbonamenti vengono solitamente negoziate tra editori e fornitori di abbonamenti. Di conseguenza, le condizioni e le strutture di remunerazione differiscono significativamente a seconda dei titoli, degli editori e dei fornitori di abbonamenti. Inoltre, alcuni titoli, analogamente all'e-lending nelle biblioteche pubbliche, vengono offerti in abbonamento solo dopo un periodo di windowing. Secondo gli esperti del settore, le condizioni di windowing specifiche per titolo applicate agli abbonamenti e all'e-lending nelle biblioteche pubbliche sono spesso simili, quindi è probabile che un titolo che è soggetto a windowing o all'e-lending nelle biblioteche sia soggetto anche a un periodo di windowing simile per gli abbonamenti. Inoltre, la gamma di e-book disponibili in abbonamento è generalmente inferiore a quella disponibile nelle biblioteche pubbliche e include più titoli arretrati¹³ e autopubblicati.

Uno studio valido dell'impatto economico nel mercato degli abbonamenti che tenga conto di queste diverse strutture richiede quindi un set di dati title-specific che mostri quali titoli sono inclusi nei vari abbonamenti, a quali condizioni (inclusi windowing e remunerazione) e con quale frequenza questi titoli vengono utilizzati all'interno degli abbonamenti. Poiché non è stato possibile raccogliere un tale set di dati nell'ambito di questo studio, l'impatto economico nel mercato degli abbonamenti non può essere quantificato.

Tuttavia, si può presumere che la rimozione del windowing per l'e-lending nelle biblioteche pubbliche, pur mantenendo la possibilità di utilizzare il windowing negli abbonamenti, renderebbe gli abbonamenti meno attraenti rispetto al prestito elettronico nelle biblioteche e porterebbe quindi a una perdita di reddito nel mercato degli abbonamenti di e-book.

¹³ Il catalogo arretrato si riferisce a tutti i libri disponibili di un editore che non sono stati pubblicati di recente.

6 Il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending

Domanda di ricerca 4a: In che modo il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione generale e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?

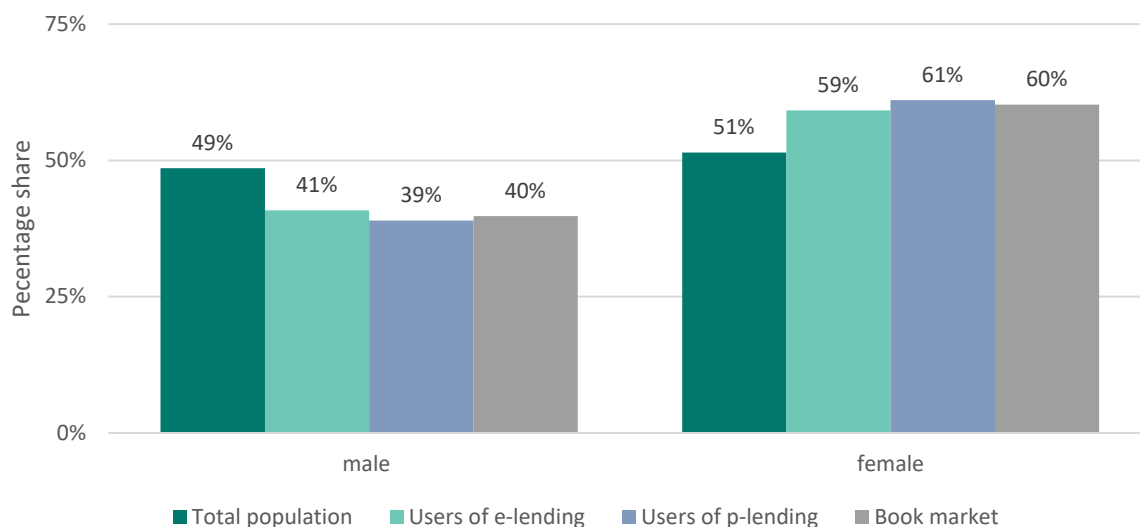
Sulla base dei dati del GfK Consumer Panel Media*Scope, il background socio-demografico degli utenti del prestito elettronico viene analizzato di seguito e confrontato con la popolazione tedesca totale nonché con gli utenti del prestito stampato e gli acquirenti nel mercato librario dei consumatori.

Nel 2022, 3 milioni di persone hanno utilizzato il p-lending. Il prestito stampato, d'altra parte, è stato utilizzato da un numero significativamente maggiore di persone, con 8,4 milioni di utenti nel 2022. Il numero di utenti dell'e-lending nel 2022 e nel 2021 è diminuito rispetto al 2020. Nel 2020, 4,4 milioni di persone hanno utilizzato l'e-lending, rispetto ai 3,1 milioni del 2021 e ai 3,0 milioni del 2022. Tuttavia, è necessario notare che il numero di utenti dell'e-lending è aumentato rapidamente da 2,6 milioni a 4,4 milioni di utenti dal 2019 al 2020 con lo scoppio della pandemia di COVID-19. Il numero di utenti dell'e-lending nel 2021 (3,1 milioni) e nel 2022 (3,0 milioni) si è quindi mantenuto al di sopra del livello pre-pandemico (2,6 milioni). Inoltre è aumentata, l'intensità della presa in prestito da parte degli utenti dell'e-lending. Mentre nel 2020 sono stati presi in prestito in media 7,1 e-book a persona, il numero di e-book presi in prestito per utente è salito a 16,5 nel 2021 e a 19,3 nel 2022.

Genere:

Gli utenti delle biblioteche, come gli acquirenti nel mercato librario, sono prevalentemente donne. La quota di donne tra gli utenti dell'e-lending, gli utenti del p-lending e gli acquirenti di libri è di circa il 60% ciascuno, rispetto al 51% della popolazione tedesca complessiva.

Figura 6-1

Dati socio-demografici – Genere

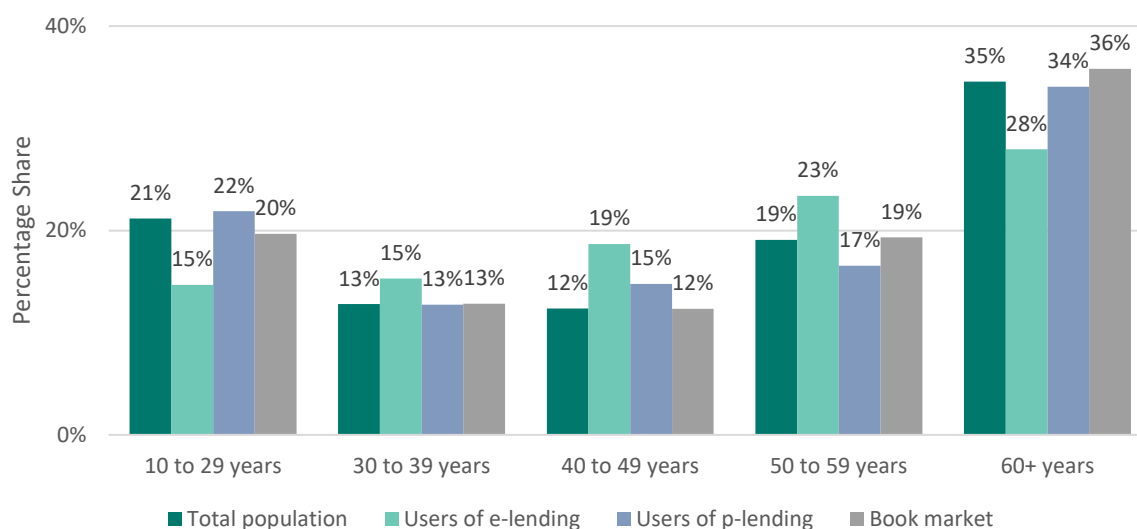
Esempio di interpretazione: il 41% degli utenti del prestito elettronico è di sesso maschile e il 59% di sesso femminile. Nella popolazione totale, il 49% è di sesso maschile e il 51% di sesso femminile. Le donne sono quindi sovrarappresentate tra gli utenti del prestito elettronico.

Fonte: DIW Econ based on GfK (2023).

Età:

La struttura per età degli utilizzatori dell'e-lending differisce significativamente da quella della popolazione tedesca complessiva e da quella degli acquirenti nel mercato librario. I giovani (fino a 29 anni) sono sottorappresentati tra gli utenti dell'e-lending e rappresentano solo il 15% degli utenti dell'e-lending, rispetto a una quota del 21% della popolazione. Le persone nella fascia di età media, dai 30 ai 59 anni, d'altra parte, sono significativamente sovrarappresentate. Le persone di età compresa tra 30 e 59 anni rappresentano il 57% degli utenti dell'e-lending, rispetto a una quota del 44% della popolazione totale. Le persone anziane da 60 anni in su sono sottorappresentate, con una quota del 28% tra gli utenti dell'e-lending e del 35% nella popolazione. La struttura per età degli utenti del p-lending è complessivamente più vicina a quella della popolazione totale e del mercato librario. I giovani (fino a 29 anni) e le persone tra i 40 e i 49 anni sono leggermente sovrarappresentati, mentre le persone tra i 50 e i 59 anni sono leggermente sottorappresentate.

Figura 6-2

Dati socio-demografici – Età

Esempio di interpretazione: il 19% degli utenti di prestiti elettronici ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni. Nella popolazione totale, il 12% delle persone ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni. Pertanto, le persone di età compresa tra i 40 e i 49 anni sono sovrarappresentate tra gli utenti di prestiti elettronici.

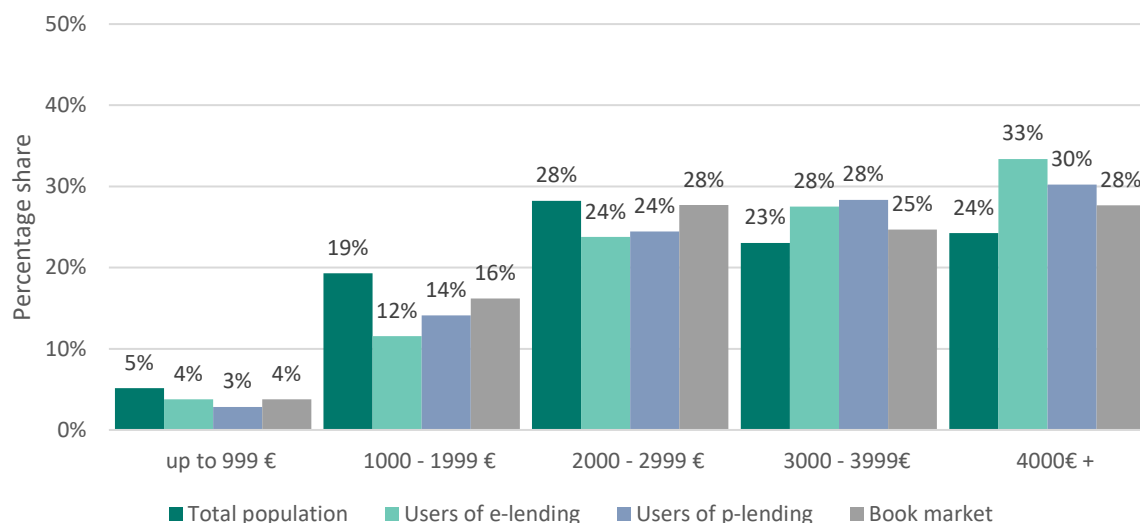
Fonte: DIW Econ based on GfK (2023).

Reddito:

La distribuzione del reddito degli utenti dell'e-lending e del p-lending differisce da quella della popolazione tedesca complessiva: le fasce di reddito più elevate sono sovrarappresentate tra gli utenti dell'e-lending e gli utenti del p-lending. Il 28% degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending ha un reddito familiare netto compreso tra 3.000 e 3.999 euro, rispetto al 23% della popolazione totale. Nel gruppo più numeroso, composto da persone con un reddito netto pari o superiore a 4.000 euro, la differenza è ancora più marcata: il 33% degli utenti dell'e-lending e il 30% degli utenti del p-lending hanno un reddito familiare netto pari o superiore a 4.000 euro, rispetto al 24% della popolazione totale. Le persone con un reddito inferiore sono, al contrario, sottorappresentate tra gli utenti delle biblioteche. Il 16% degli utenti dell'e-lending e il 17% degli utenti del p-lending hanno un reddito familiare fino a 2.000 euro, rispetto al 24% della popolazione complessiva.

Ciò significa che le persone con redditi più elevati prendono in prestito e-book o libri stampati, nelle biblioteche pubbliche più spesso rispetto alle persone con redditi bassi. Le fasce di reddito più elevate sono anche sovrarappresentate tra gli acquirenti nel mercato librario, sebbene non in modo così forte come tra gli utenti del l'e-lending e quelli del p-lending. Ad esempio, la percentuale di persone con un reddito familiare netto superiore a 3.000 euro tra gli acquirenti nel mercato librario è del 53%, rispetto al 61% tra gli utenti dell'e-lending.

Figura 6-3

Dati socio-demografici – Reddito familiare netto

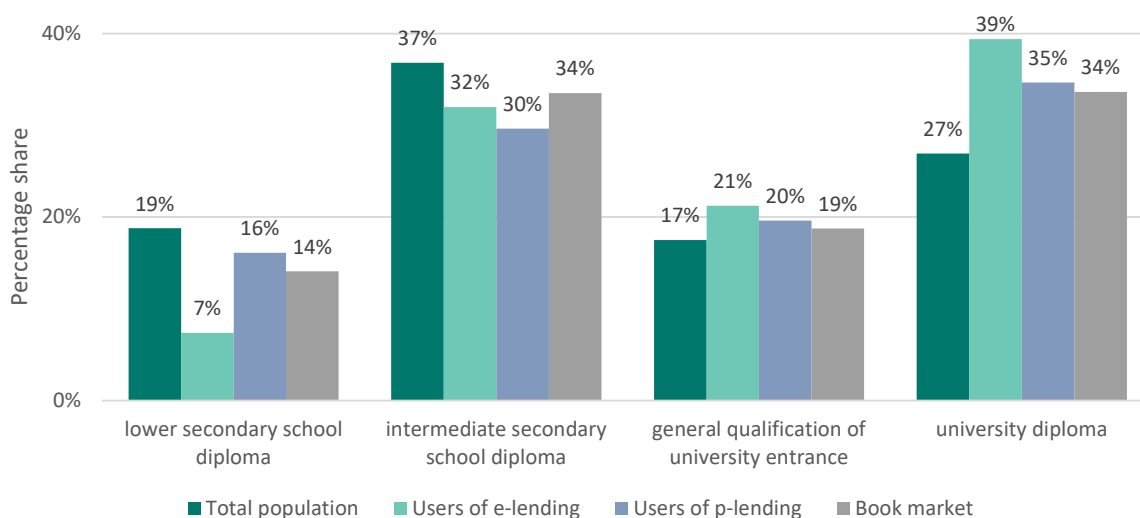
Esempio di interpretazione: il 33% degli utenti di prestiti elettronici ha un reddito familiare netto di almeno 4.000 euro. Nella popolazione tedesca totale, il 24% ha un reddito familiare netto di 4.000 euro o superiore. Pertanto, le persone con un reddito elevato sono sovrarappresentate tra gli utenti di prestiti elettronici.

Fonte: DIW Econ basata su GfK (2023).

Istruzione:

Gli utenti dell'e-lending tendono ad avere un livello di istruzione più elevato. Tra gli utenti del prestito elettronico, la quota di persone con un titolo di studio generale per l'ammissione all'università (21%) e una laurea (39%) è significativamente più alta rispetto alla popolazione generale, rispettivamente del 17% e del 27%. Le persone con un diploma di scuola secondaria di primo o secondo grado, d'altra parte, sono sottorappresentate. Tra gli utenti del prestito elettronico, solo il 7% possiede un diploma di scuola secondaria di primo grado, rispetto al 19% della popolazione. Un quadro simile emerge per gli utenti del p-lending. Anche in questo caso, le persone con un livello di istruzione più elevato sono sovrarappresentate, sebbene questo effetto sia più pronunciato tra gli utenti del prestito elettronico. Analogamente al reddito, la distribuzione dei titoli di studio tra gli utenti delle biblioteche riflette in parte la distribuzione dei titoli di studio degli acquirenti nel mercato librario. Tuttavia, anche in questo caso, la tendenza a sovrarappresentare le persone con un livello di istruzione più elevato è più pronunciata tra gli utenti delle biblioteche che nel mercato librario. Mentre la quota di persone con un titolo di studio generale per l'ammissione all'università o una laurea tra gli utenti del prestito elettronico è del 60% e tra gli utenti del p-lending del 55%, la quota tra gli acquirenti di libri è del 53%.

Figura 6-4

Dati socio-demografici – Livello di istruzione

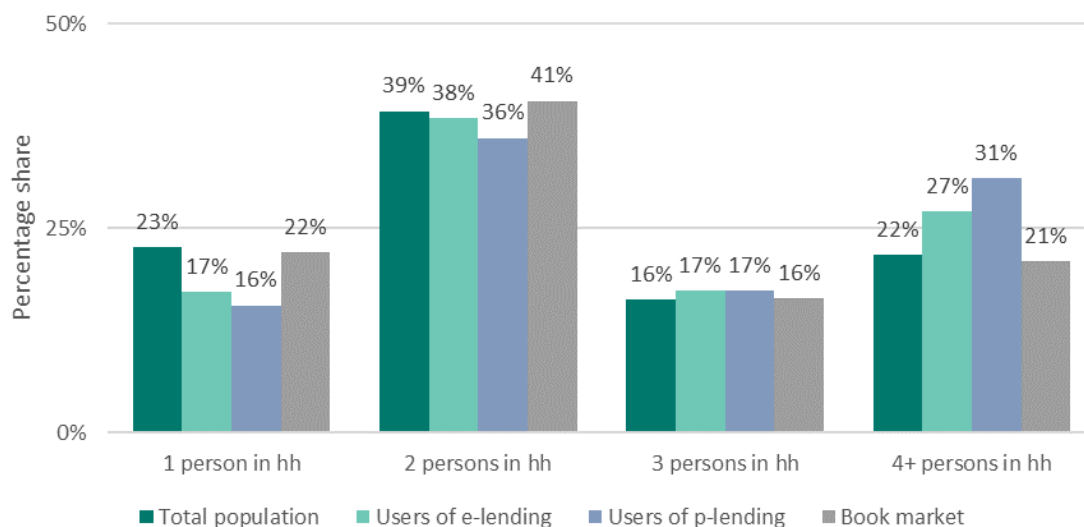
Esempio di interpretazione: il 39% degli utenti di prestiti online ha una laurea. Nella popolazione generale, il 27% ha una laurea. Ciò significa che le persone con una laurea sono sovrarappresentate tra gli utenti di e-lending.

Fonte: DIW Econ basata su GfK (2023).

Dimensione del nucleo familiare:

Gli utenti delle biblioteche provengono sempre più spesso da nuclei familiari composti da più persone. In particolare, i nuclei familiari con almeno quattro persone sono sovrarappresentati tra gli utenti delle biblioteche, con una quota del 27% tra gli utenti dell'e-lending e del 31% tra gli utenti del p-lending, rispetto a una quota di popolazione del 22%. I nuclei familiari composti da una sola persona sono sottorappresentati, con una quota del 17% tra gli utenti dell'e-lending e del 16% tra gli utenti del p-lending, rispetto a una quota di popolazione del 23%.

Figura 6-5

Dati socio-demografici – Dimensione della famiglia

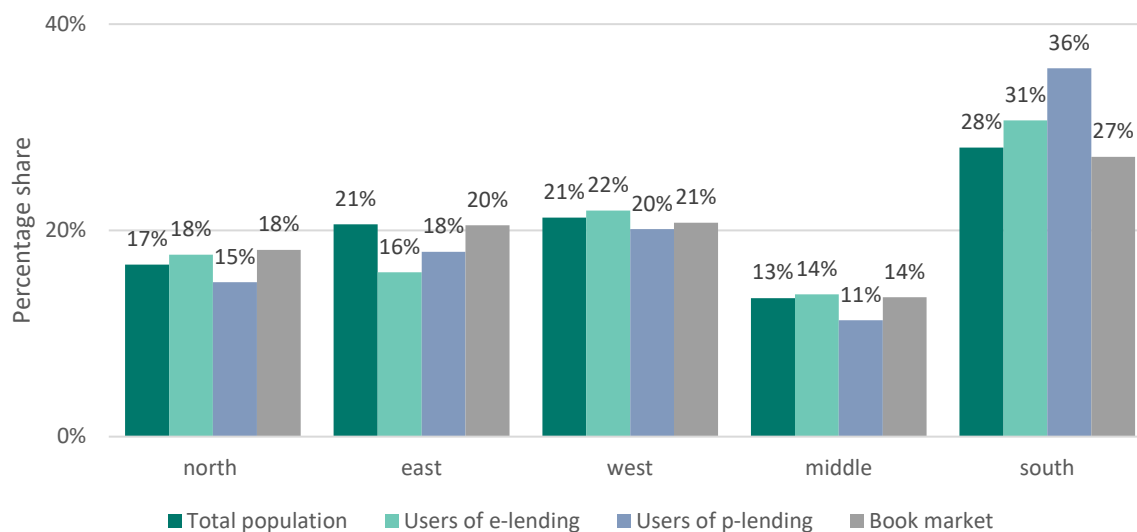
Esempio di interpretazione: Tra gli utenti dell'e-lending, il 27% viene da famiglie con almeno 4 persone. Nel totale della popolazione, il 22% viene da famiglie con almeno 4 persone. Pertanto, le persone da famiglie con almeno 4 persone sono sovrarappresentate tra gli utenti dell'e-lending.

Fonte: DIW Econ basata su GfK (2023).

Regione:

La Figura 6-6 mostra la distribuzione regionale degli utenti delle biblioteche rispetto alla popolazione. Gli utenti delle biblioteche nella Germania meridionale sono sovrarappresentati. Il 31% degli utenti dell'e-lending e il 36% degli utenti del p-lending provengono dalla Germania meridionale, a fronte di una quota di popolazione del 28%. La quota di utenti delle biblioteche nella Germania orientale, con il 16% per l'e-lending e il 18% per il p-lending, è inferiore alla corrispondente quota di popolazione del 21%

Figura 6-6

Dati socio-demografici – Regioni

Esempio di interpretazione: il 31% degli utenti di prestiti elettronici proviene dalla Germania meridionale. La percentuale di popolazione nella Germania meridionale è del 28%. Ciò significa che le persone provenienti dalla Germania meridionale sono sovrarappresentate tra gli utenti di prestiti elettronici.

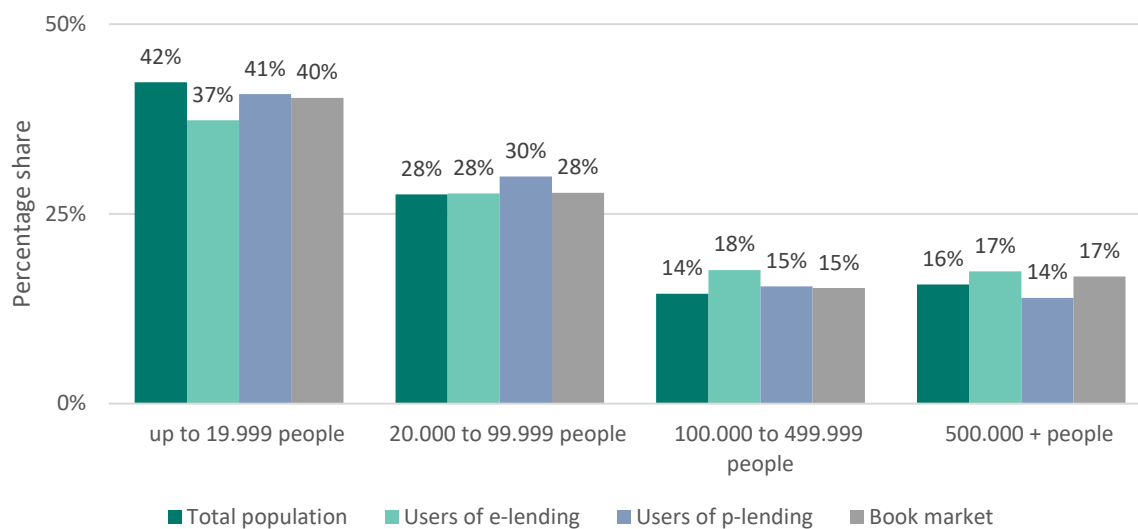
Fonte: DIW Econ based on GfK (2023).

Residenza:

La distribuzione degli utenti delle biblioteche in base alle dimensioni del loro luogo di residenza mostra solo lievi differenze rispetto alla popolazione complessiva. Gli utenti dell'e-lending in piccoli comuni con meno di 20.000 abitanti sono leggermente sottorappresentati, con il 37% rispetto a una quota di popolazione del 42%, mentre gli utenti del p-lending in comuni con più di 100.000 abitanti sono sovrarappresentati, con il 35% rispetto a una quota di popolazione del 30%.

Figura 6-7

Dati socio-demografici – Luogo di residenza



Esempio di interpretazione: tra gli utenti di prestiti elettronici, il 37% vive in luoghi con fino a 19.999 abitanti. Nella popolazione complessiva della Germania, il 42% vive in luoghi con fino a 19.999 abitanti. Ciò significa che gli utenti di prestiti elettronici sono sottorappresentati tra le persone che vivono in luoghi con fino a 19.999 abitanti.

Fonte: DIW Econ basata on GfK (2023).

7 Il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending

Domanda di ricerca 4b: In che modo il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione generale e da quello degli acquirenti del mercato librario dei consumatori?

La seguente analisi del comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e del p-lending rispetto alla popolazione tedesca generale e agli acquirenti del mercato librario dei consumatori si basa sui dati del GfK Consumer Panel Media*Scope. I dati del panel vengono raccolti utilizzando un diario multimediale in cui i partecipanti all'indagine registrano costantemente i propri acquisti nel mercato librario. Il vantaggio chiave dei dati del GfK Consumer Panel nel rispondere alla domanda di ricerca attuale è che i dati riflettono l'effettivo comportamento d'acquisto nel tempo. La registrazione continua del comportamento d'acquisto aumenta l'affidabilità dei dati e riduce al minimo gli effetti distorsivi rispetto alle consuete indagini retrospettive, in cui intercorre un periodo di tempo più lungo tra la rilevazione e il comportamento d'acquisto.

7.1 Comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending

La maggior parte degli utenti dell'e-lending era attiva nel mercato librario nel 2022: il 67% degli utenti dell'e-lending ha acquistato almeno un libro. Nella popolazione complessiva, quasi il 40% delle persone in Germania ha acquistato almeno un libro nel 2022. Gli utenti delle biblioteche sono quindi più attivi della media nel mercato librario. Il 46% degli utenti dell'e-lending ha acquistato libri stampati, il 14% e-book e il 27% e-book a tariffa fissa.

In totale, gli utenti dell'e-lending hanno speso 373 milioni di euro nel mercato librario dei consumatori nel 2022. Questo corrisponde a circa l'8,4% del fatturato totale del mercato librario dei consumatori, pari a 4.434 milioni di euro. Nel 2022, gli utenti dell'e-lending hanno speso in media 186 euro per acquirente nel mercato librario, il 10% in più rispetto all'acquirente medio del mercato librario, che si attesta sui 169 euro. Ciò vale anche per gli anni 2020 e 2021, in cui gli utenti dell'e-lending hanno speso circa il 10% in più nel mercato librario rispetto agli acquirenti medi.

Un quadro simile emerge nel mercato dello stampato. Anche in questo caso, gli utenti dell'e-lending hanno speso di più nel 2022, attestandosi a 166 euro a persona, rispetto agli acquirenti medi nel mercato dei libri stampati, che si attestano a 154 euro. La quota di spesa più elevata degli utenti dell'e-lending nel mercato dei libri stampati è stata spesa nel genere narrativa, con il 36%, con gli acquirenti medi nel mercato librario che hanno speso una quota

ancora maggiore nel genere narrativa, pari al 47%. Gli utenti dell'e-lending, d'altra parte, hanno una quota maggiore nel genere libri per bambini e ragazzi, pari al 24%, rispetto agli acquirenti medi, pari al 17%.

Per quanto riguarda la spesa per gli e-book, tuttavia, si osserva il fenomeno contrario: la spesa media degli utenti dell'e-lending è di 68 euro nel 2022, inferiore alla media di circa 80 euro per acquirente di e-book. Questo è dovuto principalmente al fatto che gli utenti dell'e-lending acquistano e-book più economici. Gli utenti dell'e-lending hanno speso in media 5,50 euro per e-book nel 2022, rispetto ai 6,60 euro del mercato complessivo degli e-book. La quota maggiore della spesa per gli e-book, circa il 90%, è nel genere narrativa, sia per gli utenti dell'e-lending che per gli acquirenti di e-book in generale.

7.2 Comportamento di acquisto degli utenti del p-lending

Anche gli utenti del p-lending sono più attivi della media nel mercato librario. Il 56% degli utenti del p-lending ha effettuato almeno un acquisto nel mercato librario nel 2022, rispetto al 40% dell'intera popolazione tedesca. Il 53% degli utenti del p-lending ha acquistato libri stampati, il 5% e-book e l'8% e-book a tariffa fissa.

Gli utenti del p-lending hanno speso complessivamente 921 milioni di euro nel mercato librario nel 2022. Ciò corrisponde approssimativamente a circa il 20,8% del ricavo totale del mercato librario, pari a 4.434 milioni di euro. Gli utenti del p-lending hanno speso in media per acquirente 195 euro nel mercato librario, il 13% in più rispetto all'acquirente medio nel mercato librario con 169 euro.

Nel mercato dei libri stampati gli utenti del p-lending hanno speso 174 euro per acquirente, rispetto ai 154 euro dell'acquirente medio nel mercato dei libri stampati. Gli utenti del p-lending hanno speso una analoga quota alta della loro spesa totale per il genere narrativa (44%) rispetto agli acquirenti medi (47%). La quota di spesa per libri per bambini e ragazzi è significativamente più alta tra gli utenti del p-lending (27%) rispetto agli acquirenti medi (17%).

Gli utenti del p-lending hanno speso in media 80 euro per gli e-book, la stessa cifra dell'acquirente medio di e-book. Analogamente agli utenti del p-lending, circa il 90% degli acquisti di e-book degli utenti del p-lending rientrava nel genere narrativa.

Tabella 7-1

Panoramica della spesa annuale per acquirente nel mercato librario

	Users of e-lending	Users of p-lending	Buyers in the book market
Total consumer book market	186 €	195 €	169 €
Print Books	166 €	174 €	154 €
E-Books	68 €	80 €	80 €

Nota: la spesa media per persona è calcolata per le persone che hanno acquistato almeno un libro stampato (o e-book). La spesa media nel mercato librario totale non corrisponde alla somma della spesa per libri stampati ed e-book, poiché, ad esempio, la media per i libri stampati include solo le persone che hanno acquistato almeno un libro stampato, mentre il mercato librario totale include tutte le persone che hanno acquistato almeno un libro stampato o e-book.

Fonte: Basata su GfK (2023).

8 Cambiamento nel comportamento d'acquisto con l'inizio dell'utilizzo dell'e-lending

Domanda di ricerca 4c: Come cambia il comportamento d'acquisto dei lettori quando iniziano ad utilizzare l'e-lending?

L'analisi precedente del comportamento d'acquisto ha dimostrato che gli utenti dell'e-lending sono più attivi nel mercato librario rispetto alla popolazione tedesca complessiva e spendono più a persona rispetto alla media degli acquirenti di libri (ad eccezione degli e-book). Nonostante ciò, sorge spontanea la domanda: in che misura il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending cambia quando iniziano a utilizzarlo. La struttura del panel del GfK Consumer Panel Media*Scope può essere utilizzata per indagare questo aspetto. I dati GfK registrano costantemente l'effettivo comportamento d'acquisto nel mercato librario di un campione rappresentativo di partecipanti alla rilevazione. Il cambiamento nel comportamento d'acquisto con l'inizio dell'utilizzo dell'e-lending può quindi essere misurato confrontando il comportamento d'acquisto delle persone che hanno utilizzato l'e-lending a partire da un certo momento, prima e dopo che hanno iniziato ad usarlo.

In particolare, vengono considerati due gruppi di persone. Prima le persone che hanno utilizzato l'e-lending nel 2021 e non ancora nel 2020. Poi, le persone che hanno utilizzato l'e-lending nel 2022 e non ancora nel 2021. La Tabella 8-1 mostra la misura nella quale è cambiato il comportamento d'acquisto nel primo anno di utilizzo, rispetto all'anno precedente. Le persone che hanno iniziato a utilizzare l'e-lending nel 2021 hanno speso il 13% in meno nel mercato librario e acquistato il 10% in meno di libri rispetto all'anno precedente 2020, quando non avevano ancora utilizzato l'e-lending. Le persone che hanno iniziato a utilizzare l'e-lending nel 2022 hanno speso il 5% in meno nel mercato librario e acquistato il 20% in meno di libri rispetto all'anno precedente 2021, quando non avevano ancora utilizzato l'e-lending.

È importante notare che questi risultati si basano su un campione di 74 persone per il periodo dal 2021 al 2020 e di 81 persone per il periodo dal 2022 al 2021. A causa delle piccole dimensioni del campione, i risultati dovrebbero essere interpretati con cautela, poiché le analisi statistiche basate su campioni di piccole dimensioni sono generalmente soggette a maggiori fluttuazioni. Si dovrebbe inoltre notare che questi cambiamenti non possono essere interpretati come effetti causali, poiché altri fattori potenzialmente rilevanti, che potrebbero influenzare il comportamento di acquisto, non possono essere osservati e pertanto non possono essere controllati. Ad esempio, non si può escludere che i cambiamenti nel comportamento di acquisto siano stati influenzati anche dalle circostanze particolari della pandemia di COVID-19 nel 2020

e nel 2021. Tuttavia, questi dati forniscono le prime indicazioni che l'intensità di acquisto delle persone che iniziano a utilizzare l'e-lending tende a diminuire.

Tabella 8-1

Cambiamento nel comportamento d'acquisto con l'inizio dell'utilizzo dell'e-lending

	Expenditure in million €	Quantity in million books	Average intensity in books per buyer
People who used e-lending in 2021 and not in 2020.			
Buying behavior in 2020	117.5	10.6	16.5
Buying behavior in 2021	101.9	9.5	14.8
Rate of change	-13%	-10%	-10%
People who used e-lending in 2022 and not yet in 2021.			
Buying behavior in 2021	96.2	7.7	12.6
Buying behavior in 2022	91.3	6.2	10.1
Rate of change	-5%	-20%	-20%

Nota: Il campione è composto da 74 persone per il cambiamento tra il 2021 e il 2020 e da 81 persone per il cambiamento tra il 2022 e il 2021. A causa della dimensione limitata del campione, i risultati dovrebbero essere interpretati con cautela, poiché le analisi statistiche basate su campioni di piccole dimensioni sono generalmente soggette a maggiori fluttuazioni. Bisogna inoltre notare che questi cambiamenti non devono essere interpretati come effetti causali, visto che altri fattori potenzialmente rilevanti, che potrebbero influenzare il comportamento di acquisto, non possono essere osservati e, pertanto non possono essere controllati. I dati forniscono solo indicazioni iniziali sul fatto che l'intensità di acquisto delle persone che cominciano a utilizzare il prestito elettronico tende a diminuire.

Fonte: basata su GfK (2023).

9 Conclusione

I risultati dello studio relativi ai quattro quesiti di ricerca sono riassunti come segue.

1. *C'è differenza nell'intensità di prestito title-specific tra e-lending e p-lending?*

Gli e-book vengono prestati in modo molto più intensivo per copia rispetto ai libri stampati. Mentre i libri stampati vengono dati in prestito 5,8 volte per copia nell'anno di pubblicazione, gli e-book vengono dati in prestito 14,1 volte. Nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione, la differenza nell'intensità del prestito è ancora più pronunciata. Mentre l'intensità del prestito dei libri stampati diminuisce significativamente nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione, rispettivamente a 3,1 e 2,0 prestiti per copia, l'intensità del prestito degli e-book scende solo di poco, rispettivamente a 14,0 e 11,0 prestiti per copia.

La maggiore intensità di prestito per l'e-lending non può essere attribuita esclusivamente a una durata del prestito più breve. Il periodo medio del prestito è di 24 giorni per p-lending e di 17 giorni per l'e-lending. Considerando le diverse durate del prestito, gli e-book vengono prestati 10 volte nell'anno di pubblicazione, cioè circa il 70% in più rispetto ai libri stampati. Nel secondo anno dopo la pubblicazione, l'intensità di prestito corretta per l'e-lending è ancora di 9,9 prestiti, rispetto ai 3,1 prestiti per il p-lending. L'intensità di prestito è quindi superiore di oltre il 220% per l'e-lending rispetto al p-lending. La differenza relativa aumenta a quasi il 300% nel terzo anno.

Nel caso degli e-book, i titoli con windowing vengono prestati più intensivamente dopo la scadenza del periodo windowing rispetto ai titoli senza windowing. Per i libri stampati, le controparti dei titoli con windowing vengono prestate più intensivamente nel primo anno dopo la pubblicazione rispetto ai titoli senza windowing e analogamente ai titoli senza windowing nel secondo e terzo anno dopo la pubblicazione.

2. *In che modo l'e-lending influisce sul mercato degli e-book e dei p-book? Qual è l'effetto del windowing?*

L'analisi econometrica ha dimostrato che il windowing ha un effetto positivo significativo sul volume delle vendite e sul fatturato delle vendite nel mercato dei libri, sia nel mercato degli e-book che in quello stampato. Combinando diversi approcci econometrici, potrebbe essere ampiamente eliminato il rischio di una distorsione positiva degli effetti.

Si stima che il windowing aumenti il fatturato degli e-book del 9,9% e quello dei libri stampati del 3,5%. Gli effetti sono particolarmente significativi per i bestseller e per la narrativa. Sebbene gli effetti misurati siano soggetti a incertezza statistica, tale incertezza può essere

limitata nella misura in cui gli effetti reali si attestino tra il 6,3% e il 13,5% per gli e-book e tra l'1,2% e il 5,9% per i libri stampati, con una probabilità del 95%.

3. Quali sono gli effetti economici dell'e-lending e del windowing nel mercato del settore librario?

Sulla base degli effetti causali identificati del windowing nel mercato librario, lo studio ha esaminato l'impatto economico dell'eliminazione del windowing sui diversi partecipanti al mercato del settore librario. Nella situazione attuale (al 2022), l'eliminazione del windowing ridurrebbe le vendite di e-book di una percentuale stimata tra il -4,6% e il -9,2%, ovvero tra -11,1 e -22,5 milioni di euro, mentre le vendite di libri stampati diminuirebbero di una percentuale stimata tra lo -0,7% e il 3,5%, ovvero tra -27,0 e -131,3 milioni di euro. Pertanto, l'eliminazione del windowing comporterebbe le seguenti perdite o guadagni nelle vendite per i partecipanti al mercato:

- Autori: da -3,2 a -13,6 milioni di euro
- Editori: da -17,6 a -76,2 milioni di euro
- Librai: da -13,8 a -53,2 milioni di euro
- Aggregatori: +0,3 milioni di euro

Mentre autori, editori e librai registrerebbero perdite significative, gli aggregatori trarrebbero vantaggio dal fatto che, a seguito della rimozione del windowing, verrebbero vendute più licenze di e-book. Tuttavia, i ricavi aggiuntivi derivanti dalla vendita di licenze di e-book aggiuntive non compenserebbero le perdite complessive nel mercato degli e-book e dei libri stampati. Di conseguenza, la rimozione del windowing si tradurrebbe in una perdita complessiva di ricavi dalle vendite valutata tra -37,0 milioni e -152,7 milioni di euro all'anno per l'intero mercato librario tedesco.

Inoltre, sono stati stimati due scenari per descrivere gli sviluppi futuri fino all'anno 2027. In entrambi gli scenari, si presume che la spesa per e-book e libri stampati aumenti in linea con la loro crescita negli ultimi anni. Per quanto riguarda lo sviluppo dell'e-lending, sono stati analizzati due scenari diversi: il primo scenario presuppone numeri costanti di e-lending nelle biblioteche pubbliche e il secondo scenario presuppone un numero crescente di e-lending nelle biblioteche pubbliche all'anno. In entrambi gli scenari, le perdite di vendita aumentano rispetto allo scenario iniziale. Nel primo scenario (e-lending costante), la rimozione del windowing porterebbe a una riduzione delle vendite nel mercato degli e-book per un valore stimato tra -11,8 e -23,8 milioni di euro all'anno e tra -28,7 e -139,3 milioni di euro all'anno nel mercato dei libri stampati. Ciò corrisponde a un aumento delle perdite di vendita di poco più del 6% rispetto al

2022. Gli autori registrano una perdita complessiva (netta) da -3,5 a -14,4 milioni di euro, gli editori una perdita da -18,7 a -80,0 milioni di euro e il commercio librario tra -14,7 e -56,5 milioni di euro.

Nel secondo scenario (e-lending crescente), le perdite di fatturato nel mercato degli e-book aumentano ulteriormente di una stima dai -13,7 ai -27,4 milioni di euro e nel mercato dei libri stampati dai -33,6 ai -161,7 milioni di euro, il che corrisponde a un aumento delle perdite di circa il 23% rispetto allo scenario iniziale nel 2022. Questo aumento delle perdite di incassi influenzerebbe i partecipanti al mercato come segue: gli autori subirebbero perdite di incassi da -4,0 a -16,9 milioni di euro, gli editori subirebbero perdite di incassi da -21,9 a -92,7 milioni di euro e i librai da -17,1 a -65,4 milioni di euro. Gli aggregatori, al contrario, aumenterebbero i loro ricavi di 0,3 milioni di euro.

4. *Analisi comparativa dei dati socio-demografici e del comportamento nell'acquisto degli utenti di e-lending e degli utenti di p-lending:*

a. *In che modo il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato librario dei consumatori?*

L'analisi socio-demografica mostra che gli utenti delle biblioteche hanno spesso un reddito superiore alla media e un livello di istruzione più elevato rispetto alla popolazione tedesca complessiva. Mentre questo vale anche per gli acquirenti nel mercato librario, gli utenti del p-lending e in particolare gli utenti dell'e-lending hanno ancora più frequentemente un reddito superiore alla media e un livello di istruzione elevato rispetto agli acquirenti nel mercato librario. Inoltre, le persone di mezza età, di età compresa tra 30 e 59 anni, sono sovrarappresentate tra gli utenti del prestito elettronico, mentre i giovani (sotto i 30 anni) e le persone anziane (da 60 anni in su) sono sottorappresentate.

b. *In che modo il comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e quello degli utenti del p-lending differiscono da quello della popolazione complessiva e da quello degli acquirenti nel mercato di consumatori dei libri?*

Sia gli utenti di e-lending (67%) che gli utenti di p-lending (56%) sono più frequentemente attivi nel mercato dei libri rispetto alla popolazione complessiva in Germania (40%). Le spese degli utenti di e-lending ammontano a circa l'8% e quelle degli utenti di p-lending al 20% delle entrate

totali nel mercato librario dei consumatori. Gli utenti di e-lending (186 euro) e gli utenti di p-lending (195 euro) hanno complessivamente speso, per acquirente, di più nel mercato librario dei consumatori nel 2022, rispetto all'acquirente medio di libri (169 euro). Si osserva un andamento simile se si considera separatamente il mercato dei libri stampati: gli utenti di e-lending hanno speso 166 euro e gli utenti di p-lending 174 euro per acquirente nel mercato dei libri stampati, rispetto ai 154 euro degli acquirenti medi. Nel mercato degli e-book, tuttavia, gli utenti dell'e-lending hanno speso meno (68 euro) rispetto agli acquirenti medi (80 euro), il che è dovuto alla tendenza degli utenti dell'e-lending ad acquistare e-book più economici. Gli utenti del p-lending hanno speso la stessa cifra nel mercato degli e-book rispetto agli acquirenti medi (80 euro ad acquirente).

c. Come cambia il comportamento di acquisto dei lettori quando iniziano a utilizzare l'e-lending?

Le persone che hanno iniziato a utilizzare il prestito elettronico nelle biblioteche pubbliche nel 2021 hanno speso il 13% in meno nel mercato librario dei consumatori e hanno acquistato il 10% in meno di libri rispetto all'anno precedente, il 2020, quando non avevano ancora utilizzato il prestito elettronico. Le persone che hanno iniziato a utilizzare il prestito elettronico nel 2022 hanno speso il 5% in meno nel mercato librario dei consumatori e hanno acquistato il 20% in meno di libri rispetto al 2021, quando non avevano ancora utilizzato il prestito elettronico.

Va notato che i risultati per la domanda di ricerca 4c si basano su un campione di 74 persone per quanto riguarda lo sviluppo dal 2021 al 2020 e 81 persone per lo sviluppo dal 2022 al 2021. A causa delle dimensioni ridotte del campione, i risultati dovrebbero essere interpretati con cautela, poiché il calcolo dei numeri chiave statistici è generalmente soggetto a fluttuazioni maggiori con campioni di piccole dimensioni. Va inoltre notato che questi cambiamenti non devono essere interpretati come effetti causali, poiché non possono essere osservati e quindi non possono essere controllati altri fattori potenzialmente rilevanti che potrebbero influenzare il comportamento di acquisto. Ad esempio, non si può escludere che i cambiamenti nel comportamento di acquisto siano stati influenzati anche dalle circostanze speciali della pandemia di COVID-19 nel 2020 e nel 2021. Tuttavia, queste cifre forniscono indicazioni iniziali sul fatto che l'intensità di acquisto delle persone che iniziano a utilizzare l'e-lending tende a diminuire.

10 Bibliografia

- Abadie, A., Diamond, A., & Hainmueller, J. (2010). Synthetic control methods for comparative case studies: Estimating the effect of California's tobacco control program. *Journal of the American Statistical Association*, 105(490), S. 493-505.
- DIW Econ. (2024). *Expert:inneninterviews zum Thema E-Lending und E-Book-Flatrateangeboten (Expert interviews on the topic of e-lending and e-book flat rates)*. Berlin.
- German Library Association. (2021). *E-Lending in Öffentlichen Bibliotheken: Antworten auf häufige Fragen (E-lending in public libraries: answers to frequently asked questions)*. Berlin. Abgerufen am 2. Mai 2024 von https://www.bibliotheksverband.de/sites/default/files/2021-10/FAQs%20zu%20E-lending%20Bibliotheken_20211018_0.pdf
- German Publishers and Booksellers Association. (7. April 2021). Von <https://www.boersenverein.de/politik-recht/positionen/e-book-leihe/> abgerufen
- GfK. (2019). *Wer leiht was in Bibliotheken und insbesondere online? Ein 360°-Blick auf die Onleihe – die digitale Ausleihe der Bibliotheken (Who borrows what from libraries and especially online? A 360° view of the Onleihe - the digital lending service of libraries)*.
- GfK. (2023). *Die Nutzer*innen der E-Leihe und von Bibliotheken sowie deren Kaufverhalten im Buchmarkt - Auswertung des GfK Consumer Panel Media*Scope (Users of e-lending and libraries and their buying behaviour in the book market)*.
- Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen. (2023). *Auswertungen - Bibliotheksstatistik*. Abgerufen am 30. April 2024 von <https://www.hbz-nrw.de/produkte/bibliotheksstatistik/auswertungen>
- Kurt Wolff Stiftung. (2023). *Wer bekommt was vom Buch? (Who gets what from a book?)*.
- Netzwerk Autorenrechte. (2021). *E-Lending und analoge Leihe: Fragen und Antworten (E-lending and analogue lending: questions and answers)*. Abgerufen am 15. Januar 2024 von <https://www.netzwerk-autorenrechte.de/e-lending-FAQ.html>
- Oster, E. (2019). Unobservable selection and coefficient stability: Theory and evidence. *Journal of Business & Economic Statistics*, S. 187-204.

SPD, Bündnis 90/Die Grünen & FDP. (2021). *Koalitionsvertrag 2021: Mehr Fortschritt wagen - Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit (Coalition agreement 2021: Daring to make more progress - Alliance for freedom, justice and sustainability)*. Berlin.

Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data*. MIT Press.

11 Appendice: Dati e metodologia

La prima parte dell'appendice metodologica descrive il database. Sono stati raccolti e compilati due set di dati per indagare specifici quesiti di ricerca.

I primi tre quesiti di ricerca (confronto tra intensità di prestito, effetti causali dell'e-lending e del windowing nel mercato dei libri ed effetti economici sui partecipanti al mercato) vengono esaminati utilizzando un set di dati title-specific con cifre sul prestito, informazioni sul windowing e dati di vendita nel mercato dei libri stampati e degli e-book. Il quarto quesito di ricerca, relativo ai dati socio-demografici e al comportamento nell'acquisto da parte degli utenti dell'e-lending e di quelli del p-lending, viene analizzato sulla base del GfK Consumer Panel Media*Scope.

11.1 Set di dati title-specific con cifre di prestito, vendite e informazioni sul windowing

Per studiare in modo valido gli effetti dell'e-lending e del windowing nel mercato librario, era necessario un set di dati completo title-specific sul volume delle vendite, dati sui prestiti e sul windowing. Poiché nessuna fonte di dati offre un set di dati di questo tipo, sono stati raccolti dati da fonti diverse e sono stati combinati specificamente per questo progetto di ricerca.

11.1.1 Estrazione del campione

La base per l'estrazione del campione di nuove pubblicazioni, per le quali sono stati successivamente ottenuti i rispettivi dati di vendita e di prestito, è stata un elenco ISBN completo delle nuove pubblicazioni nel mercato del libro nei generi 1 - narrativa, 2 - ragazzi e adolescenti, 3 - viaggi, 4 - guide pratiche - 5 saggistica, pubblicate tra il 2017 e il 2021. Questo elenco è stato fornito da Media Control. Da un lato, i dati di Media Control contengono le stesse meta-informazioni sulle nuove pubblicazioni come l'Elenco dei libri disponibili (Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB)), ma forniscono anche informazioni sul volume delle vendite ISBN-specific e sui prezzi pagati nel tempo. Ciò ha il vantaggio di consentire che il campionamento casuale fosse limitato a quegli ISBN o titoli che avessero raggiunto un certo turnover minimo. I titoli con vendite molto basse potrebbero quindi essere esclusi dal campionamento. Poiché questi titoli sono spesso autopubblicati e sono molto meno frequentemente interessati dal windowing, non sono il focus di questo studio. Più precisamente, la rilevazione si è limitata ai titoli con il più alto volume di vendite, che insieme ammontano all'80% delle vendite totali delle nuove uscite sul mercato librario, per anno di pubblicazione.

Per ottenere un campione rappresentativo di titoli appartenenti a diversi generi e anni di pubblicazione, nonché di bestseller e non bestseller, il campione casuale è stato stratificato per genere, anno di pubblicazione e stato di bestseller. Ciò significa che è stato estratto un certo numero di titoli o di codici ISBN dai vari generi, anni di pubblicazione e un certo numero di bestseller e non bestseller. Il numero dei titoli estratti per genere si è basato sulla quota di fatturato dei singoli generi. Ciò significa

che sono stati estratti molti più titoli dal genere di narrativa rispetto ai generi di viaggio e guide pratiche.

Sebbene il campione sia stato estratto a livello di ISBN, si è fatto in modo che per ogni ISBN estratto venissero estratti anche tutti gli altri ISBN (sia stampati che e-book) del titolo corrispondente. Questo è importante quando si esamina nell'analisi empirica l'effetto dell'e-lending o del windowing sia sul mercato degli e-book che su quello dei libri stampati.

La Tabella 11-1 mostra una panoramica della rilevazione. Sono stati estratti 14.347 titoli. Per questi titoli sono stati estratti 30.026 codici ISBN, di cui 14.329 relativi ad e-book e 16.498 relativi a libri stampati. La maggior parte dei titoli e dei codici ISBN è stata estratta nel genere di narrativa, con 4.863 titoli e 11.325 ISBN. 11.751 titoli sono stati pubblicati con almeno un e-book e un libro stampato. 1.167 titoli sono stati pubblicati solo in formato e-book e 1.364 solo in formato libro stampato.

Tabella 11-1

Panoramica sul campione di nuove uscite

	Title	ISBN	E-ISBN	Print ISBN
Total sample	14,347	30,827	14,329	16,498
Fiction	4,863	11,325	4,874	6,451
Children and young adult	2,884	5,722	2,355	3,367
Practical guides	3,066	6,794	3,458	3,336
Travel	771	1,579	649	930
Non-fiction	1,962	4,606	2,192	2,414
Bestseller	3,229	7,664	3,188	4,468
Non-Bestseller	9,951	21,996	9,974	12,022

Nota: Per gli 801 titoli pubblicati solo come e-book, non sono disponibili informazioni sul genere. Pertanto, il numero totale del campione non corrisponde alla somma dei generi.

Fonte: DIW Econ.

Successivamente, sono stati ottenuti e combinati per l'ISBN del campione estratto, il volume delle vendite (e-book e libro stampato), i dati sui prestiti (e-lending e p-lending) e le informazioni sul windowing.

11.1.2 Informazioni sul volume delle vendite title-specific e sul windowing*Volume delle vendite di e-book e informazioni sul windowing*

In primo luogo, le informazioni relative al windowing e al volume delle vendite per l'ISBN degli e-book nel campione sono state ottenute dagli editori. I dati sono stati forniti da Bastei-Lübbe, DTV, Hanser, Holtzbrinck, Penguin Random House e dal fornitore di servizi editoriali Bookwire. In totale, questi editori e gruppi editoriali coprono circa l'80-90% delle vendite di e-book nel mercato librario tedesco, e ciò costituisce una base completa per l'analisi dei quesiti di ricerca.

Volume delle vendite dello stampato

In secondo luogo, il volume delle vendite dell'ISBN stampato è stato fornito da Media Control. Per ciascun ISBN, è stato registrato mensilmente il volume delle vendite per i primi 36 mesi dopo la pubblicazione. Inoltre, sono stati forniti mensilmente da Media Control e dagli editori i prezzi medi dell'ISBN. In più, sono state ricavate da Media Control tutte le meta-informazioni sui titoli o sugli ISBN (ad esempio, autore, titolo, genere, editore, numero di pagine, data di pubblicazione, ecc.). Anche lo stato di bestseller di un titolo è stato determinato in base al volume delle vendite fornito da Media Control. Un determinato titolo è definito bestseller se rientra tra i 100 titoli più venduti del rispettivo genere nel corso di almeno un mese. L'eccezione è il genere viaggi, in cui solo i primi 50 sono considerati bestseller.

11.1.3 Dati sul prestito title-specific, scorte e durata del prestito*P-lending*

Attualmente in Germania non c'è un database che registri informazioni title-specific sulle disponibilità e sui prestiti dalle biblioteche pubbliche. La DBS (Deutsche Bibliotheksstatistik - DBS) contiene dati completi per un gran numero di biblioteche pubbliche. Tuttavia, questi dati sono disponibili solo in forma aggregata e non sono title-specific (Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, 2023).¹⁴ Per rispondere ai quesiti di ricerca con un'analisi title-specific, abbiamo ottenuto dati sui prestiti title-specific da due fornitori di sistemi di gestione bibliotecaria, aStec e datronicsoft, come parte di questo studio.

Entrambi i fornitori di software hanno fornito dati dei prestiti title-specific per le biblioteche da loro gestite. Ciò ha reso possibile ottenere dati di prestito da un totale di 178 biblioteche pubbliche. Inoltre, sono state incluse tutte e tre le classi dimensionali (1, 2 e 3 secondo la classificazione dell'Associazione Bibliotecaria Tedesca).¹⁵ I dati sono stati ottenuti da 5 biblioteche nella Sezione 1, da 12 biblioteche nella Sezione 2 e da 161 biblioteche nella Sezione 3. Questa è la prima volta che i dati di prestito title-specific per titolo sono stati raccolti da un numero completo di biblioteche di tutte le dimensioni, il che ha aumentato significativamente la validità dei dati. A titolo di confronto: le indagini utilizzate per calcolare le royalty delle biblioteche si basano su un numero di sole 5-12 biblioteche.

I dati di p-lending sono stati ottenuti da ciascuna delle 178 biblioteche per il campione di nuove pubblicazioni tra il 2017 e il 2021. In particolare, sono stati raccolti dati sul numero di prestiti mensili (primari) per ISBN e sul numero di copie per ISBN presenti nell'inventario delle biblioteche in un dato

¹⁴ Mentre lo studio si concentra sul mercato librario dei consumatori (narrativa, libri per bambini e ragazzi, guide pratiche, libri di viaggio e saggistica) e analizza le nuove uscite, il DBS copre tutti i supporti stampati (saggistica, narrativa, letteratura per bambini e ragazzi, riviste in formato stampato, ecc.) delle biblioteche.

¹⁵ Per la definizione delle sezioni, vedere la sezione sull'estrapolazione delle cifre relative ai prestiti stampati.

mezzo. I dati relativi al prestito per le nuove pubblicazioni sono stati registrati dalla data di pubblicazione fino al 2023. Tuttavia, poiché i due provider coprono solo una parte delle biblioteche in Germania, i dati relativi al prestito pubblico sono stati estrapolati per ottenere i dati relativi al prestito per tutte le biblioteche pubbliche tedesche, in modo da poterli confrontare con i dati relativi al prestito elettronico. La metodologia per l'estrapolazione dei dati relativi al prestito e all'intensità di prestito per il prestito pubblico è descritta più dettagliatamente di seguito.

Estrapolazione dei dati relativi al p-lending

L'estrapolazione dei dati title-specific relativi al prestito pubblico, raccolti nelle 178 biblioteche, al totale di tutte le biblioteche pubbliche in Germania si basa sulle classi dimensionali dell'Associazione Bibliotecaria Tedesca, suddivise in tre sezioni:

- Sezione 1: Aree di servizio con oltre 400.000 abitanti
- Sezione 2: Aree di servizio tra 100.000 e 400.000 abitanti
- Sezione 3: Aree di servizio fino a 100.000 abitanti

Su un totale di 5.878 biblioteche, 5.283 biblioteche rientrano nella sezione 3, 406 nella sezione 2 e 189 nella sezione 1.

Nella prima fase, il numero medio di prestiti per ISBN per sezione viene calcolato sommando il numero di prestiti per ISBN nel campione di tutte le biblioteche di una sezione e dividendolo per il numero di biblioteche di una sezione nel campione. Nella seconda fase, il numero medio di prestiti per sezione viene moltiplicato per il numero totale di biblioteche per sezione in Germania per calcolare il numero totale di prestiti per ISBN e per sezione. Nella terza fase, i dati estrapolati sui prestiti per sezione vengono sommati tra le sezioni per calcolare il numero totale di prestiti mensili per titolo in Germania.

Estrapolazione delle intensità di prestito

Le intensità di prestito title-specific si calcolano dividendo il numero di prestiti all'anno e per titolo per il numero di copie per titolo. Oltre ai dati mensili sui prestiti, sono richiesti anche i dati sul numero di copie in stock. Mentre i dati sui prestiti sono disponibili per tutte le 178 biblioteche osservate, i dati sullo stock sono stati registrati per 162 biblioteche. Questo perché solo uno dei due fornitori di software è stato in grado di fornire i dati sullo stock. Delle 162 biblioteche per cui sono disponibili i dati sullo stock, 161 appartengono alla sezione 3 e una alla sezione 2.

Ciò solleva la questione se l'intensità di prestito sia maggiore nelle biblioteche più grandi rispetto a quelle più piccole. Poiché le 162 biblioteche osservate sono quasi esclusivamente biblioteche di piccole dimensioni (sezione 3), c'è il rischio che l'intensità di prestito sarà sottostimata nel nostro

campione di biblioteche. Per contrastare questa potenziale distorsione, sono stati utilizzati i dati della DBS per stimare l'intensità di prestito per le biblioteche delle sezioni 2 e 1 non osservate, per poi essere estrapolati per ottenere un quadro valido dell'intensità di prestito title-specific in tutte le biblioteche pubbliche in Germania.

La DBS raccoglie dati aggregati sul numero di prestiti all'anno e sul numero di copie presenti nella collezione all'anno. Questi dati vengono utilizzati per calcolare l'intensità di prestito aggregata per sezione, dividendo il numero di prestiti per il numero di copie. L'intensità di prestito aggregata aumenta con le dimensioni della biblioteca. Mentre l'intensità di prestito aggregata nella sezione 3 è pari a 1,61 prestiti per copia all'anno, questo valore aumenta a 2,18 per le biblioteche della sezione 2 e a 3,51 per le biblioteche della sezione 1.

Queste intensità di prestito aggregate per sezione vengono utilizzate per estrapolare le intensità di prestito title-specific osservate, che si basano principalmente sulle biblioteche della sezione 3, a tutte le sezioni. Ad esempio, per calcolare l'intensità di prestito title-specific per la sezione 1, l'intensità di prestito title-specific osservata di 4,5 (che si basa principalmente sulle biblioteche della sezione 3) viene divisa per il rapporto tra l'intensità di prestito aggregata della sezione 3 e quella della sezione 1 (1,61 / 3,51). Infine, l'intensità di prestito complessiva viene stimata calcolando una media ponderata delle intensità di prestito stimate per le sezioni 1 e 2 e dell'intensità di prestito osservata per la sezione 3, dove i pesi sono dati dalla quota delle sezioni sullo stock totale di tutte le biblioteche. Le intensità di prestito aggregate e le quote sullo stock totale vengono ricalcolate annualmente per il periodo di riferimento dal 2017 al 2023, utilizzando il numero di prestiti e il numero di copie per sezione del rispettivo anno. L'estrapolazione viene quindi effettuata secondo la seguente formula:

$$Lending\ intensity = title\ specific\ intensity_{Sec\ 3}^{Sample} \times \left(\sum_{i=1}^3 \frac{\frac{stock\ section_{Sec\ i}^{DBS}}{Total\ stock^{DBS}}}{\frac{Aggr.\ intensity_{Sec\ 3}^{DBS}}{Aggr.\ intensity_{Sec\ i}^{DBS}}} \right)$$

La Tabella 11-2 mostra un esempio di estrapolazione dell'intensità di prestito per l'anno 2021. L'intensità di prestito osservata per le biblioteche della sezione 3 nel 2021 è di 5,20 prestiti per copia. L'intensità di prestito estrapolata per tutte le biblioteche è di 6,39 prestiti per copia.

Tabella 11-2

Estrapolazione dell'intensità dei prestiti per classi dimensionali

Section	Number of copies in stock (DBS)	Share of total stock – DBS	Aggregated lending intensity – DBS	Ratio of lending intensity of section 3 to the respective section
Section 1	9,381,503	0.1456	3.51	0.4585
Section 2	10,099,393	0.1567	2.18	0.7370
Section 3	44,950,561	0.6976	1.61	1

$$\text{Extrapolation factor 2021} = \frac{0,1456}{0,4585} + \frac{0,1567}{0,7370} + \frac{0,6976}{1} = 1,2282$$

$$\text{Overall (extrapolated) lending intensity 2021} = 5,20 \times 1,2282 = 6,39$$

Nota: I dati chiave del DBS si basano su una valutazione del database DBS.

Fonte: DIW Econ.

E-lending

I dati title-specific sul prestito elettronico per l'e-ISBN nel campione sono stati ottenuti dai due aggregatori Divibib e Overdrive. In ciascun caso, sono stati forniti dati title-specific su prestiti mensili (primari), stock mensile e durata del prestito. Divibib e Overdrive sono attualmente i due fornitori di licenze e-book più rilevanti per le biblioteche in Germania, pertanto i dati sull'e-lending forniscono una copertura completa del prestito elettronico in Germania. Pertanto, non è necessaria alcuna estrapolazione dei dati relativi all'e-lending.

L'intensità di prestito viene calcolata allo stesso modo nel p-lending, dividendo il numero di prestiti all'anno e per titolo per il numero di copie per titolo. Vengono considerate le differenze tra i vari modelli di licenza. Inoltre, la comparabilità tra e-lending e p-lending è facilitata dal fatto che per oltre il 90% delle licenze elettroniche vendute - proprio come nel p-lending - è possibile prendere in prestito una sola copia alla volta.

11.2 Dati GfK sul background socio-demografico e sul comportamento d'acquisto degli utenti dell'e-lending e degli utenti del p-lending

Per studiare il quesito di ricerca su come il comportamento d'acquisto e il background socio-demografico degli utenti dell'e-lending e di quello del p-lending differiscano dalla popolazione tedesca complessiva e da quella degli acquirenti medi del mercato librario, vengono utilizzati i dati dell'istituto di ricerche di mercato GfK.

Il GfK Consumer Panel Media*Scope raccoglie dati del panel sul comportamento d'acquisto nel mercato del consumatore del libro e sul comportamento di prestito di 20.000 individui. Ciò significa che le stesse persone vengono intervistate più volte nel corso degli anni. Si tratta di un campione rappresentativo della popolazione tedesca totale di età dai 10 anni in su. I dati GfK forniscono quindi una base valida per esaminare il comportamento d'acquisto e il background socio-demografico degli utenti delle biblioteche.

I dati del panel di consumatori sono raccolti utilizzando un diario multimediale in cui le persone intervistate registrano costantemente i propri acquisti nel mercato librario. Il vantaggio chiave dei dati del GfK Consumer Panel per esaminare il comportamento d'acquisto dell'e-lending e gli utenti del p-lending è che i dati riflettono il comportamento d'acquisto effettivo nel tempo. La registrazione continua del comportamento d'acquisto aumenta l'affidabilità dei dati e riduce al minimo gli effetti di distorsione rispetto alle consuete indagini retrospettive, in cui intercorre un periodo di tempo più lungo tra l'indagine e il comportamento d'acquisto.

I dati del panel vengono inoltre integrati con i dati dalle indagini ad hoc in cui alle stesse persone dell'indagine del panel viene chiesto di descrivere il loro utilizzo delle biblioteche pubbliche. Ciò consente di identificare quali persone hanno utilizzato l'e-lending o il p-lending nelle biblioteche pubbliche. Sia l'indagine ad hoc che i dati sul comportamento d'acquisto del panel di consumatori di Media*Scope si riferiscono al 2022, in modo che i dati sul comportamento d'acquisto e sul comportamento di prestito possano essere integrati per lo stesso periodo.

11.2.1 Definizione di utente dell'e-lending e di utente del p-lending

Come parte dell'indagine ad hoc, è stato chiesto alle persone se avessero preso in prestito supporti fisici (ad esempio, libri stampati, CD di audiolibri, quotidiani/riviste stampati, CD musicali o DVD) da una biblioteca pubblica negli ultimi 12 mesi. Per semplificare le cose, in questo studio queste persone sono indicate come utenti del p-lending. Ciò è giustificato dal fatto che oltre il 90% delle persone che hanno preso in prestito supporti fisici ha preso in prestito almeno un libro stampato (GfK, 2019). Pertanto, i gruppi di persone che utilizzano il prestito fisico e il p-lending sono pressoché identici.

Gli utenti dell'e-lending sono stati identificati tramite un'indagine ad hoc trimestrale all'interno del panel di Media*Scope. È stato chiesto alle persone se avessero preso in prestito contenuti multimediali digitali (ad esempio e-book, audiolibri digitali, giornali/riviste elettroniche) tramite il portale online della biblioteca pubblica negli ultimi 12 mesi. Nello studio, queste persone sono indicate come utenti del prestito elettronico. Anche in questo caso, l'uso sinonimo è giustificato dal fatto che la maggior parte (72%) delle persone che utilizzano il prestito digitale prende in prestito almeno un e-book negli ultimi 12 mesi (GfK, 2019).

Gli utenti del p-lending e gli utenti dell'e-lending possono essere confrontati con la popolazione tedesca complessiva e con gli acquirenti medi nel mercato librario. Gli acquirenti nel mercato librario si riferiscono alle persone che hanno acquistato almeno un libro stampato, un e-book o un audiolibro in un dato anno.