

Allegato 2

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE

La raccolta dei dati avverrà nel rispetto della disciplina a tutela del mercato e della concorrenza e secondo le norme deontologiche proprie delle indagini statistiche. I dati di vendita saranno diffusi solo in forma aggregata. I livelli di aggregazione saranno tali da non consentire di risalire, nemmeno indirettamente, ai dati individuali.

I dati saranno trattati unicamente da Pepe Research, società di ricerca che collabora con AIE. Solo il responsabile dell'Ufficio studi AIE potrà avere accesso ai dati primari, su richiesta dei ricercatori di Pepe Research, nella misura necessaria dettata da esigenze di chiarimento (incongruenze, ecc.). Pepe Research e l'Ufficio Studi AIE sono vincolati all'obbligo di massima riservatezza, nei confronti di chiunque, sul collegamento tra dati forniti e editori rispondenti.

I dati, una volta raccolti, saranno diffusi **esclusivamente in forma aggregata**.

Analogamente, i dati personali dei referenti aziendali preposti a ricevere e compilare il questionario verranno trattati nel rispetto della normativa a loro tutela, in conformità all'informativa privacy fornita con il questionario.

Gli editori che parteciperanno alla ricerca:

- 1) Riceveranno il Report completo della ricerca
- 2) Saranno invitati a partecipare a un workshop di presentazione e discussione del Report.

COME È COMPOSTO IL QUESTIONARIO: I DATI CHE CHIEDIAMO

Parte prima - IL MERCATO

La prima parte del questionario è relativa al mercato. Chiede di fornire i dati sul suo valore, nelle aree disciplinari e nei canali attraverso i quali è stato realizzato.

Valore delle vendite

In questa parte il questionario chiede di fornire le seguenti informazioni:

- I **marchi editoriali** e le case editrici a cui si riferiranno i dati successivamente indicati;
- Il **valore del venduto in euro, a prezzo di copertina, Iva compresa e al netto delle rese dei libri a stampa** usati nei corsi universitari per **l'anno solare 2025**;
- Qualora la sua casa editrice realizzasse **libri usati nei corsi universitari in bundle con risorse digitali, il dato va attribuito al prodotto a stampa**;
- Le **vendite di materiali digitali**: e-book stand-alone, versioni e-book diverse da quelle stand-alone, licenze (individuali e/o collettive) su piattaforme, **per i corsi universitari**;
- Vanno **esclusi** i servizi professionali, le riviste e le monografie di ricerca.

Aree disciplinari

Le chiediamo di fare riferimento alle **quattro Aree disciplinari** in cui sono suddivise le classi di laurea, secondo lo schema che trovate **nei fogli Excel dell'Allegato 1 - Questionario e Aree disciplinari del MUR**.

Siamo consapevoli del fatto che talvolta – specie per le materie umanistiche o quando i testi di studio hanno anche un mercato professionale o di lettori «generici» – gli stessi titoli hanno più sbocchi di mercato e possono venire attribuiti ad Aree disciplinari diverse. Tuttavia, siamo anche certi che ciascun editore è la fonte migliore per fornire una stima del valore del proprio mercato.

Per questo le chiediamo, in caso di assenza di dati analitici, di fornire la sua migliore stima delle vendite dei manuali universitari e dei libri cartacei per lo studio universitario escludendo quindi quelli di varia, professionali o destinati a un pubblico di ricercatori.

Canali di vendita

I dati delle vendite dei libri a stampa utilizzati nei corsi universitari vanno suddivisi per questi canali:

- **Librerie:** librerie indipendenti, di catena, interne alle università.
- **E-commerce:** vendite di libri a stampa venduti attraverso piattaforme di e-commerce o dal sito della casa editrice.
- **Altri canali:** libri a stampa venduti in canali diversi dai precedenti.

Parte seconda - L'OFFERTA DI TITOLI IN LINGUA STRANIERA E DI CONTENUTI DIGITALI PER I CORSI UNIVERSITARI

La seconda parte del questionario è relativa all'offerta di titoli in lingua straniera e di contenuti digitali per i corsi universitari e chiede di indicare il **numero di titoli** che hanno generato il valore del venduto nel 2025.

Di questi titoli:

- **Quanti sono testi non italiani e non tradotti, ovvero sia pubblicati direttamente in lingua originale (diversa dall'italiano) con ISBN italiano (978-88 o 979-12):** titoli che l'editore pubblica con ISBN italiano ma direttamente in lingua straniera, senza tradurli, compresi titoli scritti da autori italiani ma in una lingua diversa dall'italiano.
- **Quanti hanno ANCHE la versione digitale:** titoli stampati con codice di accesso alla versione digitale; titoli con versione e-book stand-alone; titoli con versione e-book diversa da quella stand-alone; ecc..
- **Quanti hanno SOLTANTO la versione digitale:** titoli che non hanno una versione a stampa.
- **Quanti hanno ANCHE ALTRE INTEGRAZIONI** con contenuti e/o materiali disponibili online: contenuti e/o materiali in vendita separatamente; contenuti e/o materiali compresi nel prezzo del libro; ecc..

Nel caso in cui un titolo soddisfi contemporaneamente più condizioni (ad esempio un titolo è una versione digitale di un libro a stampa e ha anche altre integrazioni), **va conteggiato per ciascuna riga relativa.**

Modalità di distribuzione dell'offerta di contenuti digitali

Nella terza parte del questionario le chiediamo di indicare le modalità di distribuzione dell'offerta digitale a cui ricorrete. Modalità di distribuzione che può avvenire:

Attraverso:

- Attività di **e-commerce** da uno store on-line o dal sito dell'editore;
- **Piattaforma online proprietaria** tramite cui l'editore vende capitoli di libri, altri servizi digitali, licenze (resta esclusa la vendita di e-book tramite e-commerce);
- **Piattaforma online di terzi:** es. Pandoracampus, Torrossa, ecc.

Attraverso:

- **la vendita di LICENZE INDIVIDUALI:** a studenti o ad altri utenti singoli (esclusi i servizi professionali, le riviste e le monografie di ricerca);
- **la vendita di LICENZE COLLETTIVE:** a biblioteche o ad altri enti/istituzioni (esclusi i servizi professionali, le riviste e le monografie di ricerca).

Spesso per i contenuti digitali – rispetto alle edizioni a stampa – può essere più difficile attribuire i dati alle Aree disciplinari. Per questa ragione in questa parte non è più necessario considerare la precedente suddivisione per Aree. È sufficiente rispondere indicando il numero di titoli che

rispondono alle caratteristiche indicate nelle domande, e l'utilizzo o meno delle differenti modalità di offerta dei prodotti digitali.

Per ogni chiarimento relativo vi invitiamo a contattare **Pepe Research** all'indirizzo mail **info@peperesearch.it** o telefonicamente allo **02 36634633 (dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 o dalle 14 alle 18)**

Milano, 9 febbraio 2026