

Electa per i bookshop alla Biennale Arte 2022

le scelte del pubblico in numeri

Si è conclusa domenica 27 novembre 2022 la 59. Esposizione Internazionale d'Arte. Una edizione di successo di pubblico (oltre 800.000 i visitatori) e di riconoscimenti straordinari, in occasione della quale **Electa** ha presentato le **librerie rinnovate de La Biennale di Venezia alle Corderie dell'Arsenale, ai Giardini e nella sede di Ca' Giustinian**.

Il rinnovamento ha previsto un **riallestimento dei bookshop di Ca' Giustinian e delle Corderie, a cura di Migliore + Servetto**, studio di progettazione, un **intervento grafico di Leonardo Sonnoli nelle librerie dei Giardini e di Corderie, nuove linee di merchandising disegnate da studi internazionali** (deValence, A Practice for Everyday Life) e soprattutto una **accurata proposta editoriale** studiata attorno ai temi e ai protagonisti della Biennale Arte 2022.

Il continuo flusso di presenze nelle librerie della Biennale ha dimostrato di apprezzare l'esperienza di visita nei nuovi spazi, - a Ca' Giustinian è stata estesa la superficie espositiva, all'Arsenale sono stati ampliati gli arredi -, insieme alla grafica e ai visual che, tramite parole chiave e temi, hanno orientato e guidato il lettore attraverso un'offerta di **oltre 2.000 titoli e di oltre 650 articoli di oggettistica, di cui 200 della linea a doppio marchio Electa – La Biennale di Venezia**.

Lo confermano i risultati delle attività degli ultimi 7 mesi, che vedono **i ricavi dei bookshop dell'edizione 2022 aumentati del 50% rispetto al 2019**. Di questi ricavi, il **59% è legato alla editoria** e il **41% al merchandising**. Lo **scontrino di un acquisto medio è stato di 25 euro**.

Oltre **80.000 i libri venduti**, tra cui, **al primo posto** il catalogo ufficiale della 59. Esposizione (6.000 copie di cui circa il 78% in lingua inglese) e la guida (circa 50.000 copie, di cui il 73% in lingua inglese). Nella classifica degli altri titoli più richiesti: *Il latte dei sogni* di Leonora Carrington con 3.000 copie complessive vendute tra le edizioni italiana (Adelphi), inglese (New York Review Children's Collection) e francese (Ypsilon Editeur); la nuova edizione della *Guida ai padiglioni della Biennale di Venezia dal 1877* di Marco Mulazzani (Electa), long seller che continua a interessare i visitatori, seguita dalla monografia *Francis Alÿs, The Nature Of The Game*, (Dcv Books), catalogo del Padiglione del Belgio di Biennale Arte 2022.

Accanto alle pubblicazioni ufficiali va segnalato il dato di gradimento del pubblico per i titoli di **editoria varia** che, rispetto all'edizione della Biennale precedente, **hanno generato un aumento dei ricavi della linea del + 68%**.

Saggi, illustrati, racconti, testi storici, sono stati selezionati per approfondire i percorsi sviluppati intorno alle tematiche curatoriali della Biennale, quali il genere, l'identità, le trasformazioni e il linguaggio del corpo; i rapporti tra l'uomo e la tecnologia, la fantascienza, l'irreale; il femminismo e l'attivismo nella letteratura e nell'arte del 900, e ancora le alleanze tra l'essere umano e le altre, nuove e ibride, specie. Una proposta costruita per stimolare riflessioni, suggerire nuove narrazioni e per coinvolgere più fasce di pubblico in visita.

Con lo stesso obiettivo Electa ha aperto uno spazio esclusivo all'interno del nuovo canale instagram @electabookshop, oltre che su @electaeditore, dedicato a *Il latte dei sogni* e alla Biennale, dove periodicamente sono stati condivisi gli highlight editoriali e i consigli dei librai seguendo l'hashtag #Electabiennale".

Hanno riscontrato interesse anche i prodotti di cartolibreria e di oggettistica, per un totale di **150.000 pezzi acquistati, dalle 3 linee merchandising** disponibili nei bookshop: quella ufficiale e oramai iconica de *Il latte dei sogni* **disegnata dallo studio** A Practice for Everyday Life, creatore della immagine coordinata dell'Esposizione, nella quale hanno trovato spazio le riproduzioni delle opere di Felipe Baeza, *Phanthomgórico*, 2018 e Cecilia Vicuña, *Bendigame Mamita*, 1977; l'apprezzatissima serie con il **logo del Leone della Biennale di Venezia** e infine quella **dell'Archivio Storico**, che rilegge immagini e manifesti delle Esposizioni Internazionali, entrambe firmate dallo studio parigino deValence.

Per tutti gli articoli è stata prestata grande attenzione alla **riduzione del packaging e alla selezione, dove possibile, di materiali rispettosi dell'ambiente** (plastiche altamente riciclabili, cartone, carta, cotone biologico).

35.000 shopper, **9.000** magliette, **800** bottiglie de *Il latte dei sogni*, **8.000** quaderni sono alcuni dei dati più significativi di vendita che ci raccontano le preferenze del visitatore in termini di oggetto-ricordo della Biennale Arte 2022.

L'oggettistica delle linee Electa per Biennale resta disponibili online sulla piattaforma <https://gifts.labiennale.org/>

Ufficio stampa Electa

Ilaria Maggi

ilaria.maggi@electa.it

02. 71046250 – cell. 338.3651875

responsabile comunicazione

Monica Brognoli

monica.brognoli@electa.it