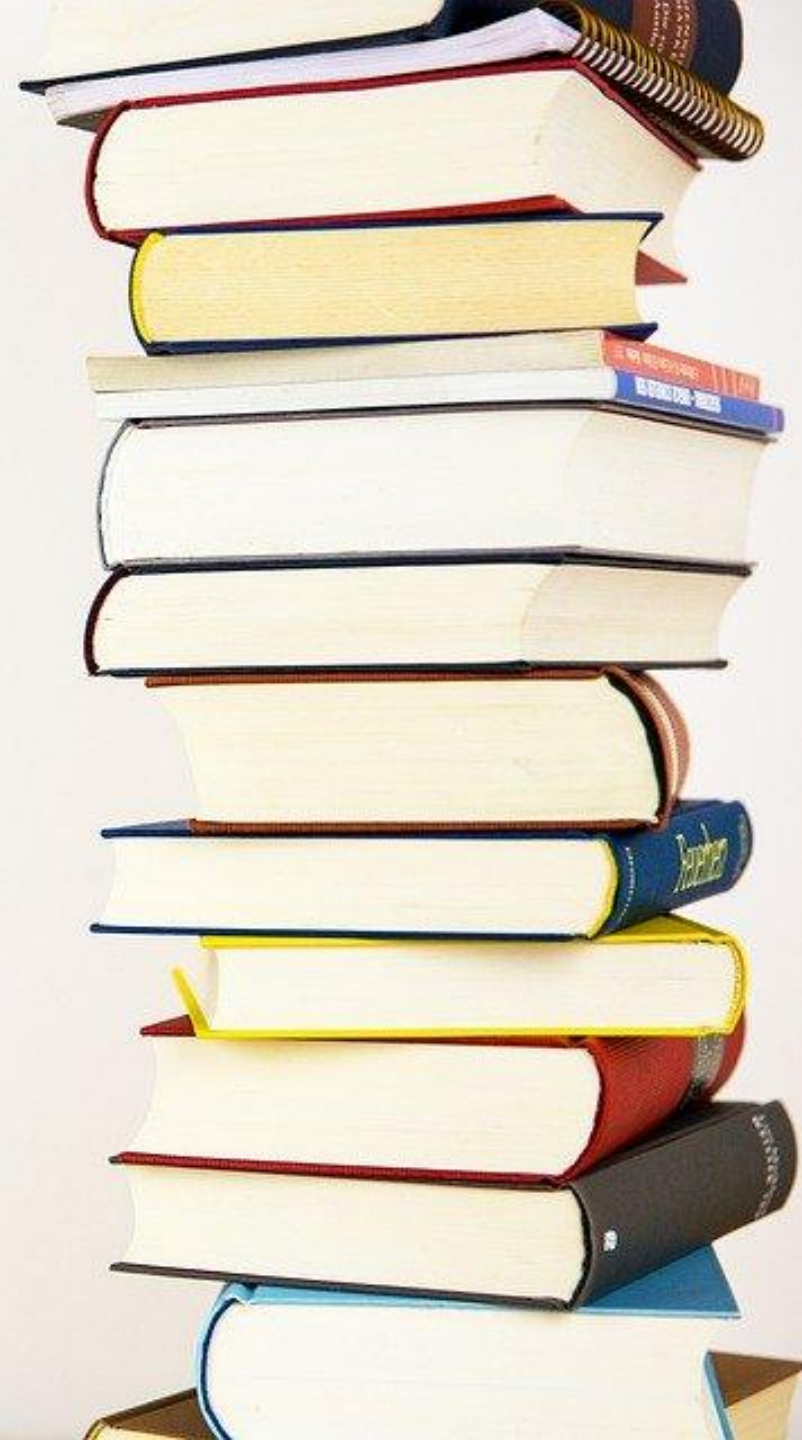




OSSERVATORIO SULLE LIBRERIE IN ITALIA | DICEMBRE 2025

Rapporto di ricerca

Roma, 12 dicembre 2025 (2024-245ali R02)



A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Presentazione dell'indagine | L'articolazione dell'intervento di ricerca.

Questo documento presenta i risultati dell'osservatorio semestrale «**Nuove chiavi di lettura sul mondo delle librerie: numeri, prospettive e tendenze**», svolta da Format Research per conto di **ALI – Associazione Librai Italiani**.

In questa edizione dell'Osservatorio ALI sono inclusi:

***I risultati dell'indagine campionaria presso le librerie indipendenti. L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare e descrivere l'andamento delle librerie nella fine del 2025.**

Il questionario di indagine è composto da una parte standard che permette di analizzare in serie storica il clima di fiducia, l'andamento dei ricavi, i livelli di occupazione e il credito, un focus tematico dedicato al tema della vendita dei libri usati e il rapporto con i fornitori. L'indagine è stata svolta per mezzo di un questionario strutturato concordato con ALI e somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, Computer Assisted Telephone Interview) e via web (Sistema Cawi, Computer Assisted Web Interview).

Le interviste sono state effettuate nei mesi di novembre e dicembre 2025.

A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Considerazioni generali di sintesi |

***Clima di fiducia.** Il sentiment delle librerie indipendenti mostra un graduale indebolimento rispetto agli anni precedenti. La valutazione dell'andamento dell'impresa, misurata sempre in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, evidenzia una fiducia meno solida, che riflette le difficoltà operative e di mercato con cui le librerie si confrontano. **Le attese per il secondo semestre del 2025 suggeriscono un potenziale recupero**, che tuttavia rimane contenuto e ancora distante dai livelli osservati nel periodo pre-2024.

***Ricavi.** L'andamento dei ricavi conferma una fase economica più debole rispetto al periodo 2021–2023. Dopo la contrazione significativa del 2024, il settore non è ancora riuscito a invertire la tendenza, e **i ricavi continuano a muoversi su livelli moderati anche nel primo semestre del 2025. Le previsioni per la fine dell'anno indicano un leggero miglioramento, interpretato più come un assestamento che come un rimbalzo vero e proprio**, coerente con un contesto che resta complessivamente impegnativo.

***Occupazione.** Il quadro occupazionale si presenta più stabile rispetto agli altri indicatori. L'indicatore conferma infatti una **sostanziale continuità nelle dotazioni di personale**, suggerendo che, nonostante le pressioni economiche, le librerie tendono a mantenere gli organici invariati. Questa stabilità si riflette anche nelle attese per il 2026, che non prefigurano significative variazioni nella struttura occupazionale.

***Fabbisogno finanziario.** Sul fronte finanziario, **le librerie registrano una capacità progressivamente ridotta di far fronte al proprio fabbisogno di liquidità**. La pressione sulla liquidità si è intensificata a partire dal 2023 e tende a persistere. **Le proiezioni suggeriscono un miglioramento lieve** e non sufficiente a riportare il settore ai livelli di equilibrio precedenti, delineando un contesto finanziario ancora fragile.

***Prezzi dei fornitori.** La maggioranza delle librerie segnala aumenti significativi nei prezzi di servizi e utenze, il che contribuisce a un'ulteriore compressione dei margini. Gli incrementi, che in molti casi superano il 20%, rappresentano un fattore di pressione strutturale aggiuntiva che si somma alle dinamiche di ricavi in rallentamento e alle difficoltà legate alla gestione della liquidità.

***Domanda di credito.** Sul versante del credito, **si osserva un leggero aumento della quota di imprese che richiedono finanziamenti**, spesso per esigenze di cassa. Nonostante ciò, **permane una certa rigidità nell'accesso: una parte non trascurabile delle richieste non viene accolta o riceve finanziamenti inferiori rispetto a quanto richiesto**. Anche in questo caso, la domanda di credito riflette un settore in cui la gestione finanziaria resta un elemento critico e centrale per la continuità operativa.

Considerazioni generali di sintesi |

FOCUS: VENDITA DEI LIBRI USATI

- Il **servizio di vendita di libri usati** è già **consolidato** in una parte consistente delle librerie indipendenti, poiché il **31,7% lo ha introdotto** e nella maggior parte dei casi (**63,4%**) è **attivo da oltre cinque anni**.
- Le motivazioni che spingono a implementarlo rivelano una strategia articolata: il **58,1% delle librerie considera l'usato uno strumento per ampliare le opportunità di acquisto** e quindi la convenienza per i clienti, mentre il **38,6% lo interpreta come un mezzo per attrarre nuova clientela**, intercettando pubblici più sensibili al prezzo, alla sostenibilità o alla varietà dell'offerta.
- Le modalità operative evidenziano un investimento crescente nella strutturazione del servizio. Il **37% delle librerie utilizza l'area dedicata ai libri in conto vendita da privati**, mentre il **35%** preferisce **acquistare direttamente i volumi dai clienti**, definendo un processo di selezione e valutazione interna. Una quota più contenuta, ma significativa, amplia il **servizio** anche **online**, segnale di un'integrazione digitale ancora non diffusa ma potenzialmente strategica.
- Tra le librerie che non hanno introdotto la vendita di libri usati, emergono **barriere di natura gestionale e strutturale**. Il **39% lamenta la mancanza di risorse per gestire il servizio**, mentre il **38,7% segnala l'assenza di spazi adeguati**. È significativo che quasi un terzo delle librerie preferisca concentrarsi sull'editoria corrente, indicando una valutazione critica non tanto del potenziale economico dell'usato, quanto della sua coerenza con il proprio posizionamento.
- Inoltre, tra le realtà che limitano l'usato ai soli testi scolastici o universitari, quasi la metà (47,9%) attribuisce questa scelta alla domanda estremamente bassa per i libri non scolastici, confermando che il mercato dell'usato generalista non è uniforme e presenta forti variazioni territoriali e di pubblico.

Considerazioni generali di sintesi |

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

- Il **sistema di approvvigionamento delle librerie indipendenti** è dominato dai **grossisti**, dai quali acquistano il **60,1%** delle imprese. Questo canale risulta apprezzato non solo per la varietà dell'offerta ma anche per l'efficienza del servizio, confermata dal dato che vede **Fastbook** come grossista più **apprezzato** dal **71,8%** delle librerie. I **distributori nazionali** rappresentano il **secondo canale più importante**, utilizzato dal **42,6%** delle librerie, con **Mondadori** come riferimento positivo per il 45,7% degli intervistati.
- Le valutazioni meno favorevoli su alcuni operatori, tra cui Giunti sul fronte nazionale e Centro Libri nel segmento dei grossisti, indicano criticità percepite nella qualità del servizio o nelle condizioni commerciali.
- Le librerie esprimono **criteri molto chiari nella selezione dei fornitori**. La **rapidità e l'affidabilità** delle consegne rappresentano il fattore decisivo per il **48%** delle imprese, evidenziando la centralità della gestione logistica in un mercato caratterizzato da continua rotazione dei titoli. Seguono **l'applicazione degli sconti**, ritenuta essenziale dal 35,3%, e **l'ampiezza del catalogo disponibile**, rilevante per il 25,4%.
- Le aspettative verso il miglioramento della **collaborazione** confermano questa esigenza di maggiore efficienza. Il **61,8% delle librerie chiede condizioni commerciali più flessibili**, segnale di un mercato percepito come rigido e poco adattato alla specificità delle librerie indipendenti. Il 39,5% invoca **maggiore trasparenza su disponibilità e tempistiche**, evidenziando l'importanza della pianificazione e della riduzione delle incertezze nelle consegne. La richiesta di strumenti digitali più aggiornati e integrati, pur meno frequente, conferma che le librerie sono pronte a operare in un contesto più strutturato, purché vi sia un reale supporto da parte dei fornitori.

A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) is positioned on the left side of the slide. The word 'AGENDA' is overlaid in large, bold, dark blue letters across the middle of the stack.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

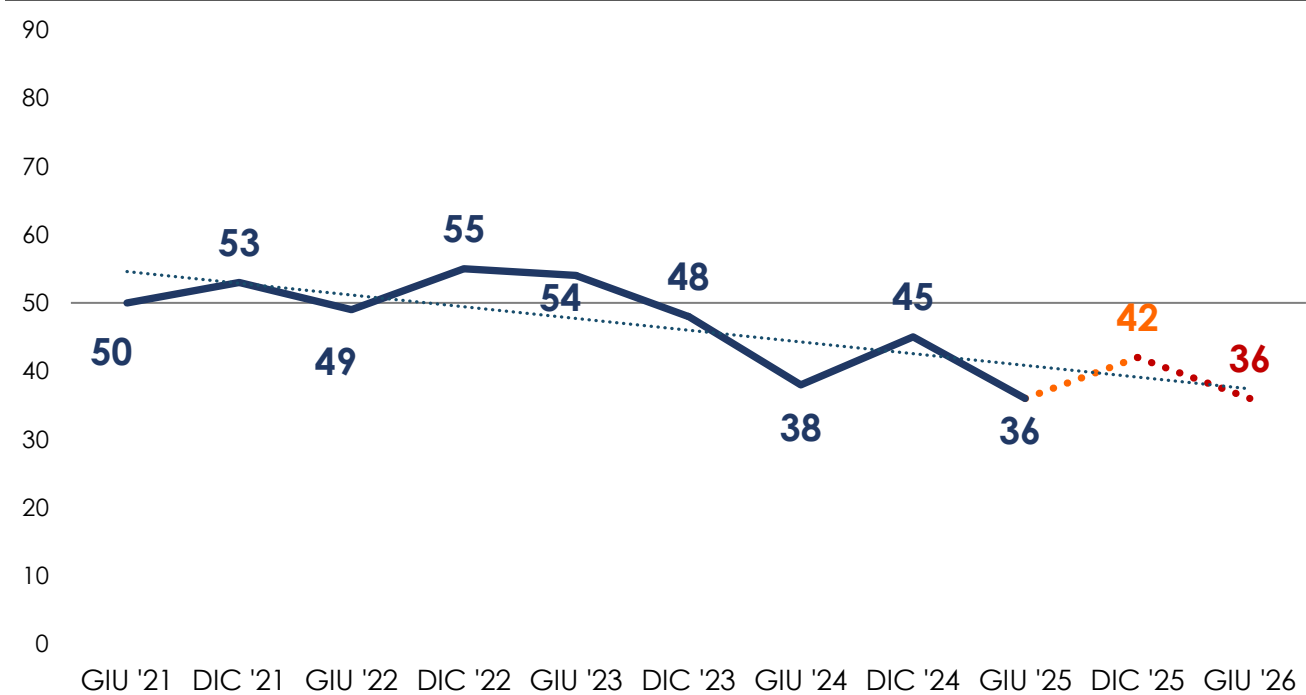
ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Fiducia ANDAMENTO IMPRESA | La serie storica mostra un progressivo deterioramento del sentiment di fiducia, valutato sempre in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente. Giugno 2025 segna un indice pari a 36 che si prevede confermato per il primo semestre 2026. Le aspettative per dicembre 2025 mostrano un miglioramento della fiducia che, tuttavia, resta inferiore ai livelli degli anni precedenti.

Come giudica l'andamento economico generale della Sua libreria nei primi sei mesi del 2025 (gen-giu) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente?

FIDUCIA ANDAMENTO IMPRESA
Indicatori tendenziali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Andamento impresa				
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE
GIU '23	34%	40%	26%	54
DIC '23	29%	37%	34%	48
GIU '24	17%	42%	41%	38
DIC '24	22%	46%	32%	45
GIU '25	13%	46%	41%	36
DIC '25	21%	44%	36%	42
GIU '26				36

Nota di lettura:
Ogni valore riportato esprime una variazione tendenziale: l'indicatore è infatti calcolato confrontando il valore del periodo considerato con quello dello stesso periodo dell'anno precedente.

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. INDICE = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

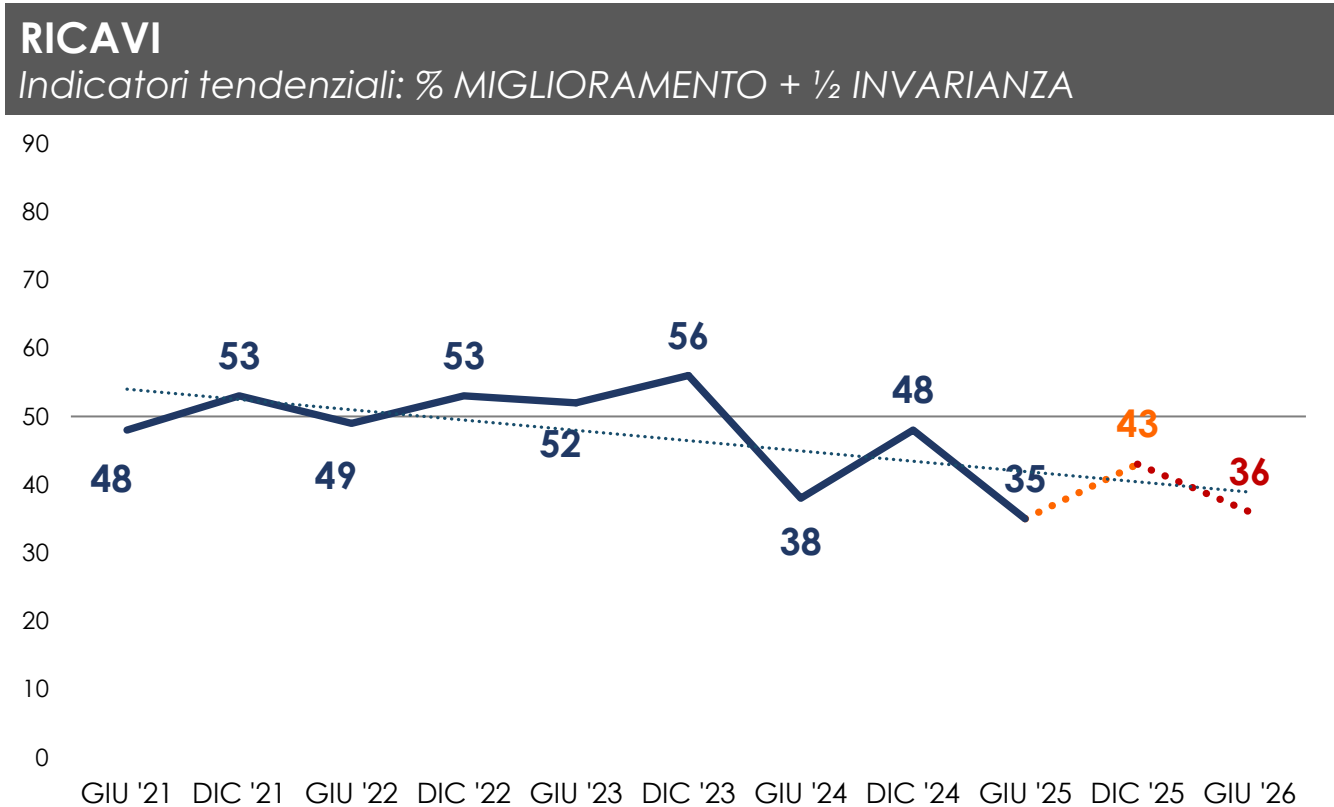
FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

RICAVI | La dinamica dei ricavi mostra una tendenza in indebolimento rispetto ai livelli più favorevoli osservati fino al 2023. Dopo la brusca flessione del 2024, gli indici rimangono su valori contenuti anche nel primo semestre 2025. Le aspettative per dicembre 2025 indicano un lieve recupero, pur restando inferiori ai livelli pre-2024; la previsione per giugno 2026 suggerisce una possibile stabilizzazione su valori ancora moderati.

Nei primi sei mesi del 2025 (gen-giu), l'andamento dei ricavi della Sua libreria è migliorato, rimasto invariato o peggiorato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente?



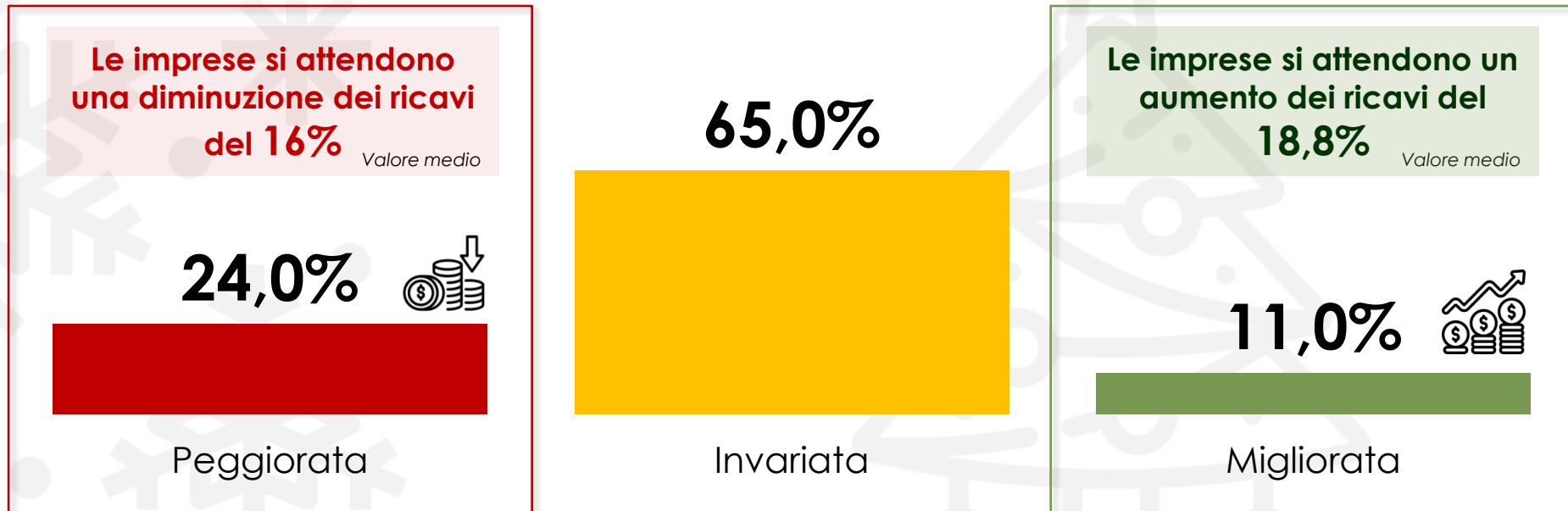
Andamento ricavi				
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE
GIU '23	32%	40%	28%	52
DIC '23	39%	35%	26%	56
GIU '24	17%	42%	43%	38
DIC '24	22%	52%	26%	48
GIU '25	13%	43%	43%	35
DIC '25	13%	59%	28%	43
GIU '26				36

Nota di lettura:
Ogni valore riportato esprime una variazione tendenziale: l'indicatore è infatti calcolato confrontando il valore del periodo considerato con quello dello stesso periodo dell'anno precedente.

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. INDICE = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

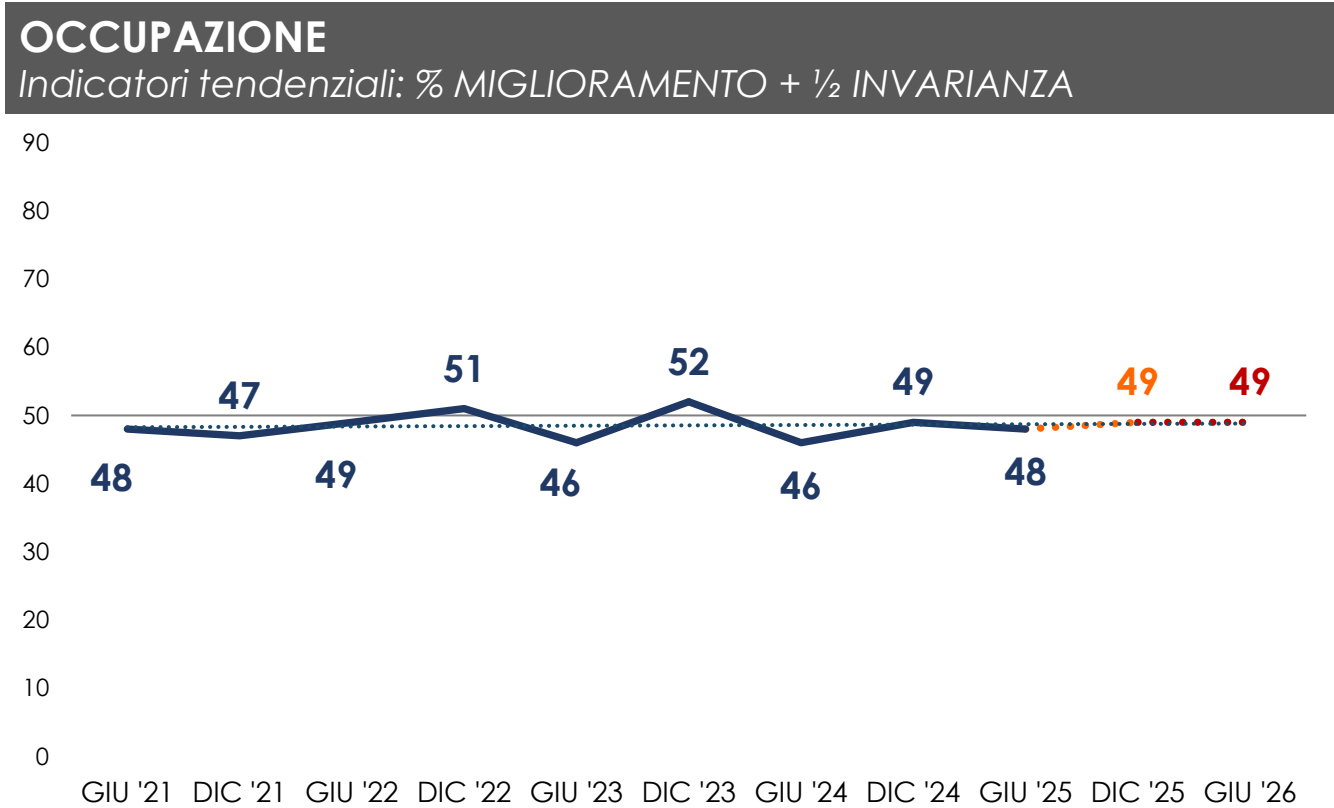
RICAVI – Natale | Rispetto al Natale 2024, l'11% delle librerie si aspetta un aumento dei ricavi nel prossimo periodo natalizio, stimato in media attorno al 18,8%. La maggioranza (65%) prevede invece una situazione stabile, senza variazioni rilevanti. Un ulteriore 24% teme un calo, con una possibile riduzione media dei ricavi intorno al 16%.

Come pensa andranno i ricavi del prossimo periodo natalizio rispetto al 2024?



OCCUPAZIONE | L'andamento dell'occupazione mostra una dinamica più stabile rispetto agli altri indicatori economici. Dopo oscillazioni contenute tra il 2021 e il 2024, gli indici si mantengono su valori prossimi alla neutralità, riflettendo un quadro occupazionale generalmente invariato anche in previsione al primo semestre del 2026.

Nei primi sei mesi del 2025 (gen-giu), l'occupazione complessiva della Sua libreria è migliorata, rimasta invariata o peggiorata rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente?



Andamento occupazione				
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE
GIU '23	4%	83%	13%	46
DIC '23	11%	80%	8%	52
GIU '24	9%	75%	16%	46
DIC '24	12%	74%	14%	49
GIU '25	6%	83%	11%	48
DIC '25	7%	83%	10%	49
GIU '26				49

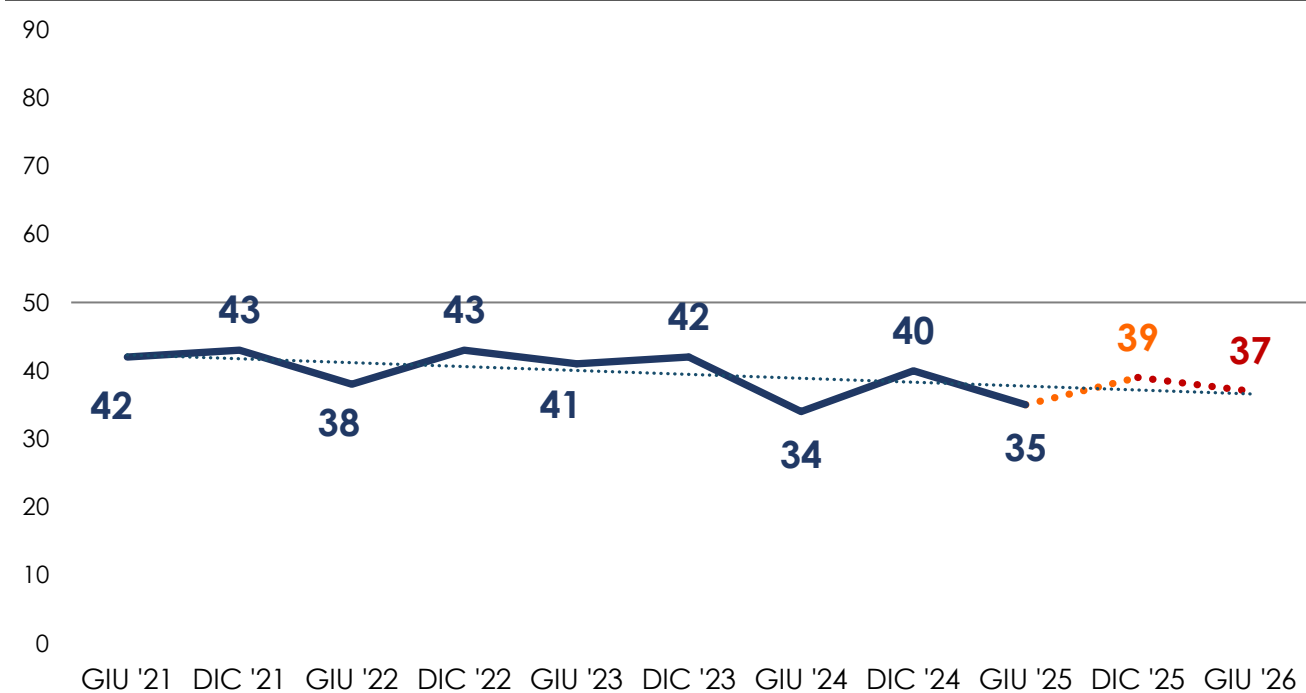
Nota di lettura:
Ogni valore riportato esprime una variazione tendenziale: l'indicatore è infatti calcolato confrontando il valore del periodo considerato con quello dello stesso periodo dell'anno precedente.

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. INDICE = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

FABBISOGNO FINANZIARIO | La capacità delle librerie di far fronte al proprio fabbisogno finanziario mostra un progressivo indebolimento. Dopo valori più favorevoli tra il 2021 e il 2022, gli indici scendono stabilmente a partire dal 2023, evidenziando una crescente pressione sulla liquidità. A giugno l'indice si attesta su 35, mentre le attese per dicembre 2025 (39) e giugno 2026 (37) delineano un possibile lieve miglioramento senza tuttavia recuperare i livelli dei periodi precedenti.

La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua libreria, ovvero la situazione della liquidità, è migliorata, invariata o peggiorata rispetto...

FABBISOGNO FINANZIARIO
Indicatori tendenziali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Fabbisogno finanziario

	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE
GIU '23	13%	56%	31%	41
DIC '23	16%	51%	33%	42
GIU '24	9%	51%	40%	34
DIC '24	12%	55%	32%	40
GIU '25	8%	55%	37%	35
DIC '25	12%	53%	34%	39
GIU '26				37

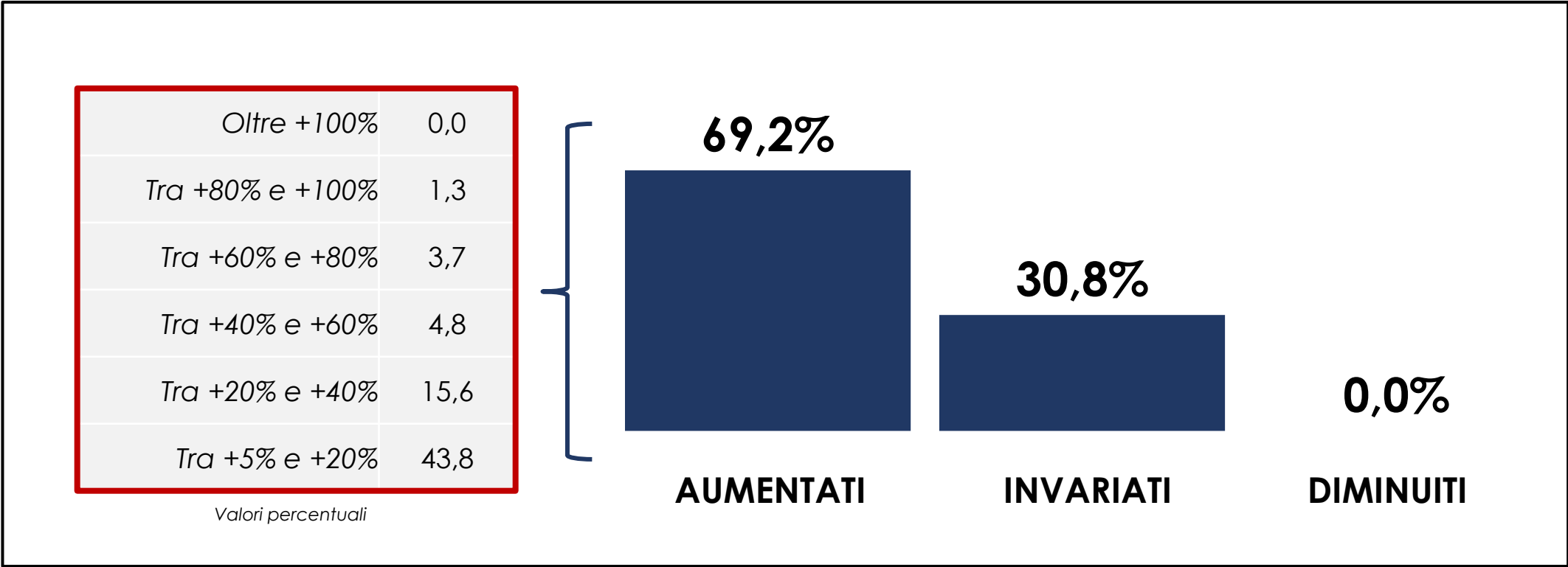


Nota di lettura:
Ogni valore riportato esprime una variazione tendenziale: l'indicatore è infatti calcolato confrontando il valore del periodo considerato con quello dello stesso periodo dell'anno precedente.

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. INDICE = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

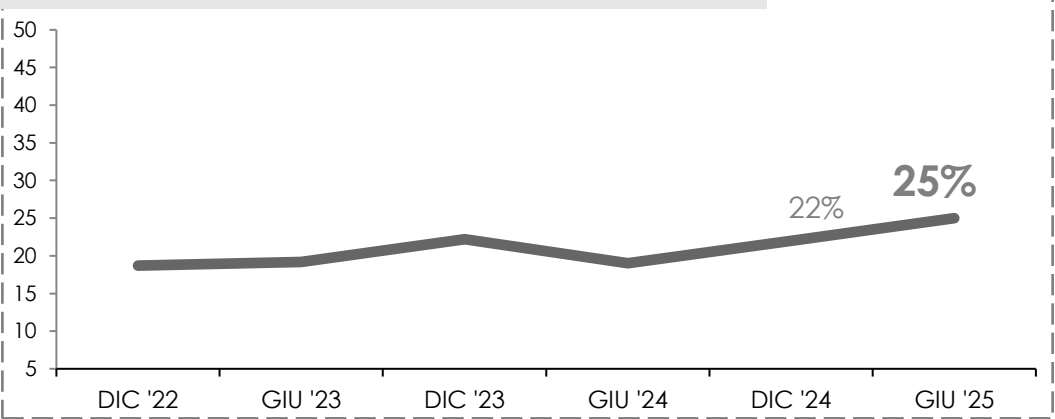
Prezzi dei fornitori | Rispetto allo scorso semestre, i prezzi praticati dai fornitori sono rilevati in aumento dal **69,2%** delle librerie. Di queste, la maggioranza (**43,8%**) segnala aumenti tra il **5% e il 20%** e un ulteriore **15,6%** rileva rincari tra il **20 e il 40%**.

Come valuta i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori di servizi ed utenze negli ultimi sei mesi rispetto ai sei mesi precedenti?

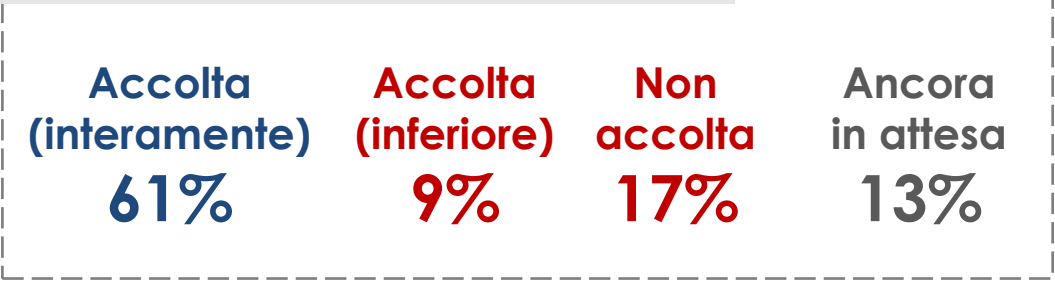


Domanda di credito | Cresce lievemente, nel primo semestre del 2025, la percentuale di imprese che hanno chiesto credito (+3%). Stabile la percentuale di librerie che ha ottenuto tutto il credito di cui aveva bisogno (61%); il 9% si è vista accordare un importo inferiore a quello richiesto e il 17% ha visto respingere la propria richiesta.

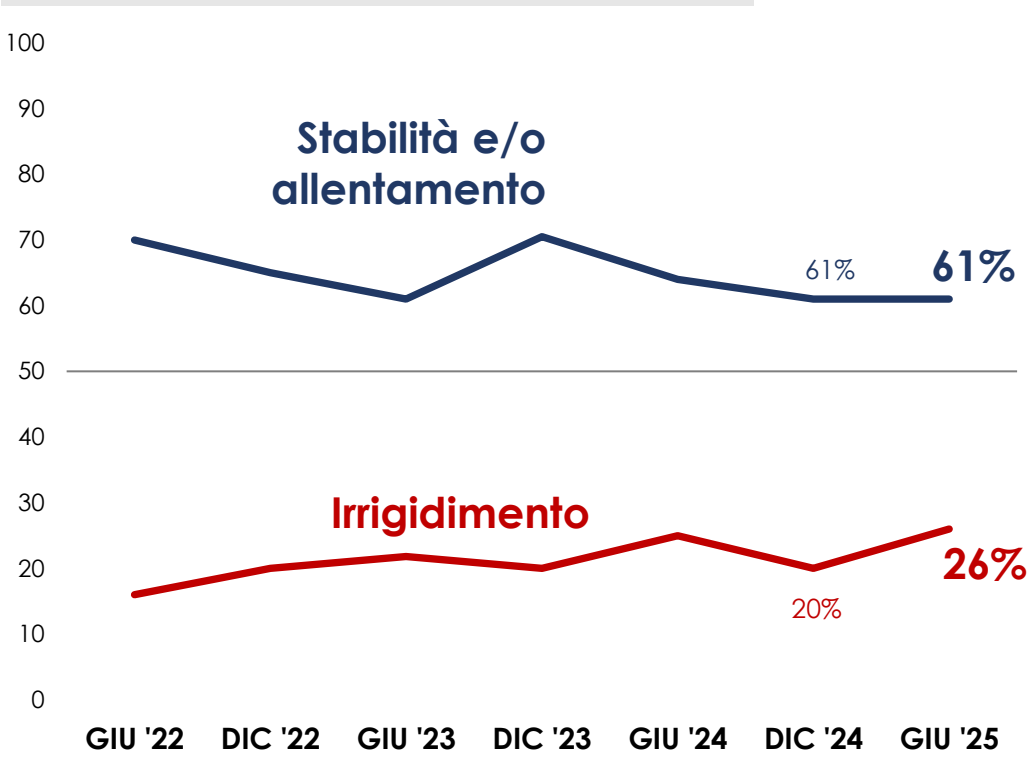
Percentuali di **imprese che hanno chiesto credito** al sistema bancario nel corso dei semestri



Esito della domanda di credito (2025 II SEM)



Esito della domanda di credito (serie storica)



Base campione: 800 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nei semestri considerati hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (**Irrigidimento** = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). **Testo originale della domanda:** A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi? Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ma non è stata accolta; Sì ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre; No non ha fatto richiesta. **I dati sono riportati all'universo.**

Ragioni del credito | La maggior parte delle librerie che hanno richiesto un finanziamento (75%) lo ha fatto per far fronte a esigenze di liquidità e di cassa. Una quota più ridotta, pari al 15,7%, ha chiesto credito per riorganizzare o alleggerire il proprio debito, mentre il restante 9,3% lo ha fatto per sostenere nuovi investimenti.

Negli ultimi sei mesi la Sua impresa ha chiesto un finanziamento o la rinegoziazione di un finanziamento esistente prevalentemente per...



A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) is positioned on the left side of the slide. The word 'AGENDA' is overlaid in large, bold, dark blue capital letters on the upper part of the stack.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Servizio second hand | Circa un terzo delle librerie indipendenti (31,7%) prevede attualmente la vendita di libri di seconda mano, servizio che nella maggioranza dei casi (63,4%) è attivo da oltre cinque anni. Tuttavia, rimane elevata la percentuale di librerie che non hanno intenzione di introdurlo, mentre l'8,6% pensa di attivarlo a breve.

La Sua impresa prevede, o prevederà, un servizio di vendita di libri usati?

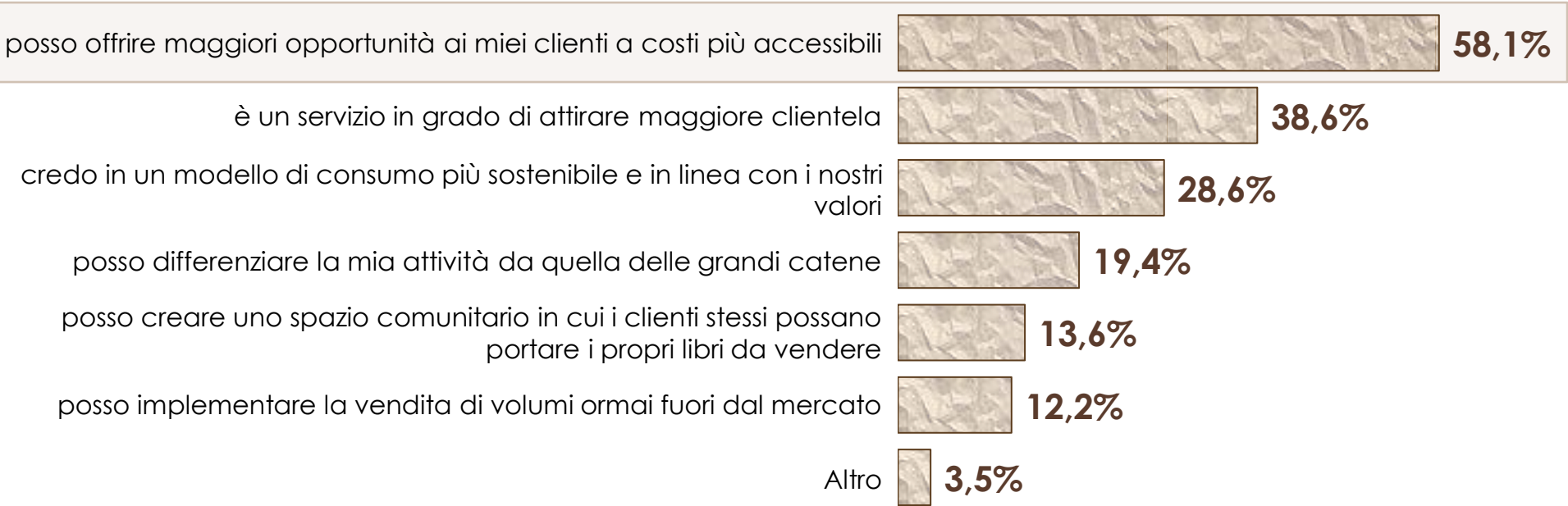


Ragioni per il *second hand* | Tra le ragioni che hanno spinto o che spingeranno le librerie ad implementare il servizio di vendita di libri usati, il 58,1% segnala la possibilità di offrire maggiori opportunità di acquisto ai propri clienti, seguita dal 38,6% che ritiene che tale servizio possa attirare maggiore clientela.

Quali sono i motivi principali che hanno spinto, o che spingeranno, la Sua impresa ad implementare il servizio di vendita di libri usati?



Ho implementato o implementerò il servizio di vendita di libri usati perché...



Per memo:

Il **40,3%** offre già o vorrebbe offrire il servizio di vendita di libri usati



Modalità di vendita dell'usato | Tra le librerie che hanno introdotto il servizio di second hand, il 37% ha allestito un'area dedicata ai libri in conto vendita da privati, mentre il 35% ha riservato uno spazio ai volumi acquistati direttamente dai clienti. Poco più di una libreria su cinque, invece, propone il servizio di vendita anche online.

In che modo svolge l'attività di vendita dell'usato?

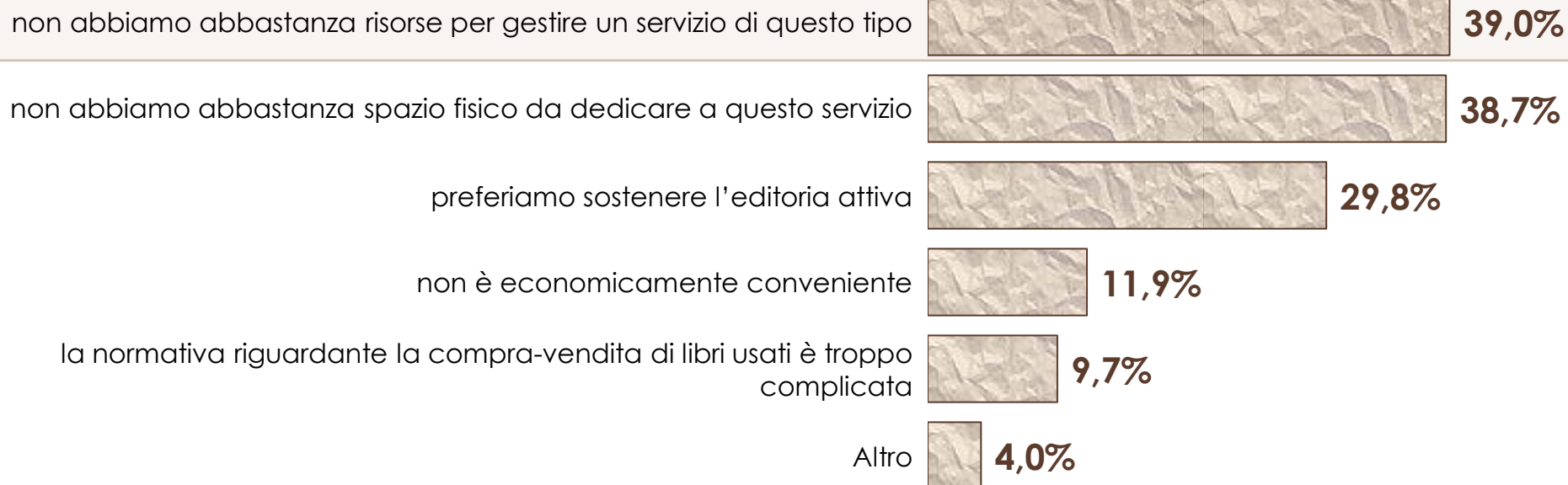


Motivi del mancato second hand | Di contro, tra le librerie che non hanno introdotto la vendita di libri usati, il 39% indica come principale ostacolo la mancanza di risorse per gestire il servizio, mentre il 38,7% segnala l'assenza di spazio adeguato per organizzarlo. Circa il 30% dichiara inoltre di preferire concentrarsi esclusivamente sull'editoria corrente.

Quali sono i motivi principali per cui la Sua libreria non intende implementare il servizio di vendita di libri usati?



Non ho intenzione di implementare il servizio di vendita di libri usati perché...



Per memo:

Il **59,7%** non intende implementare il servizio di vendita di libri usati



Vendita scolastica/universitaria | Circa il 20% delle librerie è specializzata nella vendita di testi scolastici/universitari. Tra le librerie non specializzate, l'usato viene limitato alla sola didattica perché i libri non scolastici hanno una richiesta molto ridotta o del tutto assente tra i clienti (47,9%), oppure perché manca lo spazio fisico per ampliare questo tipo di servizio.

Quali sono i motivi principali per cui la Sua libreria limita la vendita dei libri di seconda mano ai soli testi scolastici/universitari?

Limito la vendita dei libri di seconda mano ai soli testi scolastici/universitari perché...

47,9%	I libri di seconda mano non scolastici hanno bassa domanda/scarso interesse presso la nostra clientela
41,2%	Non abbiamo abbastanza spazio fisico da dedicare a questo servizio
29,0%	Non è economicamente conveniente
24,3%	Preferiamo mantenere un'offerta di novità/editoria corrente
12,2%	I libri di seconda mano non scolastici sono coperti da piattaforme online più competitive
0,0%	Riscontriamo problemi di tracciabilità o condizioni variabili dei libri non scolastici

I valori sono stati ripercenzualizzati al netto delle librerie specializzate nella vendita di libri scolastici/universitari (19,4%).

Il **19,4%** delle librerie intervistate sceglie di limitare la vendita dell'usato ai soli testi scolastici perché è specializzata nella didattica



A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

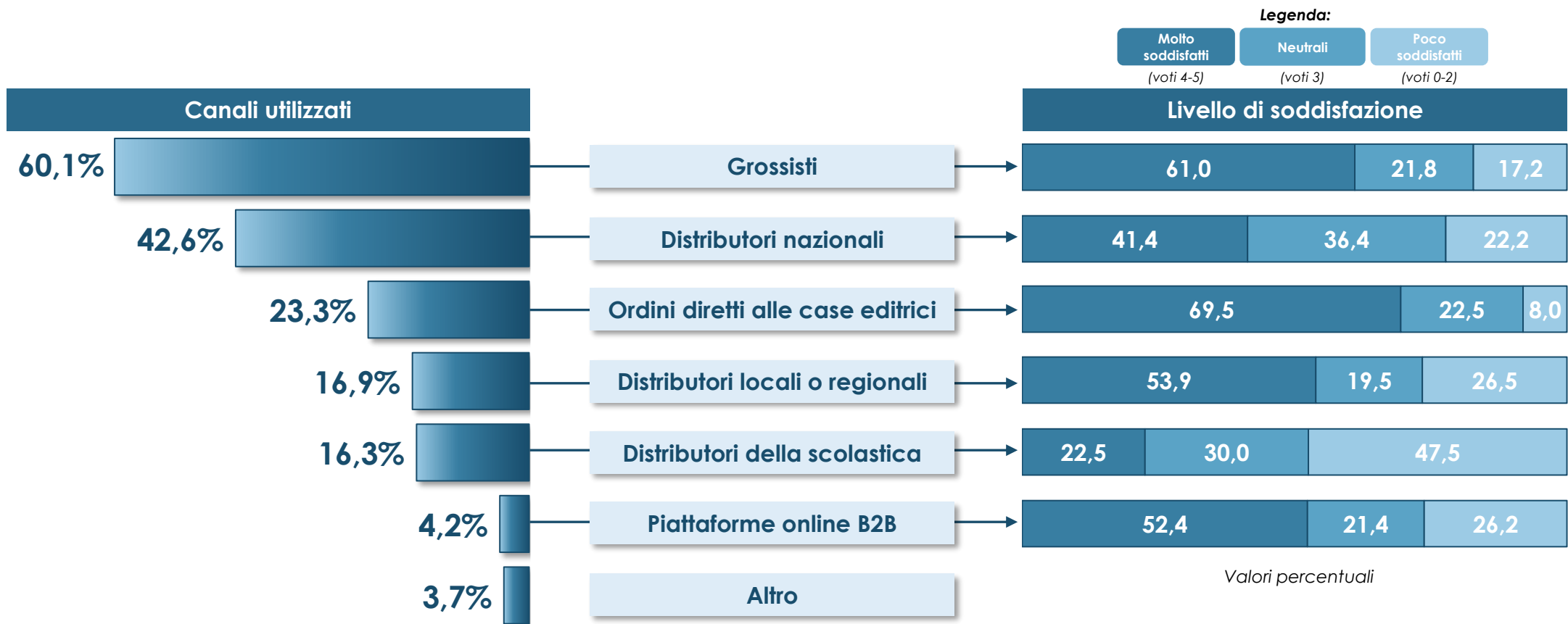
FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Principali fornitori | Le librerie indipendenti acquistano soprattutto dai grossisti, indicati dal 60,1% ai quali sono associati anche elevati livelli di soddisfazione. Seguono i distributori nazionali, utilizzati dal 42,6%, con un grado di apprezzamento variabile. Le case editrici, pur non essendo tra i canali più usati, ottengono invece valutazioni molto positive da parte delle librerie.

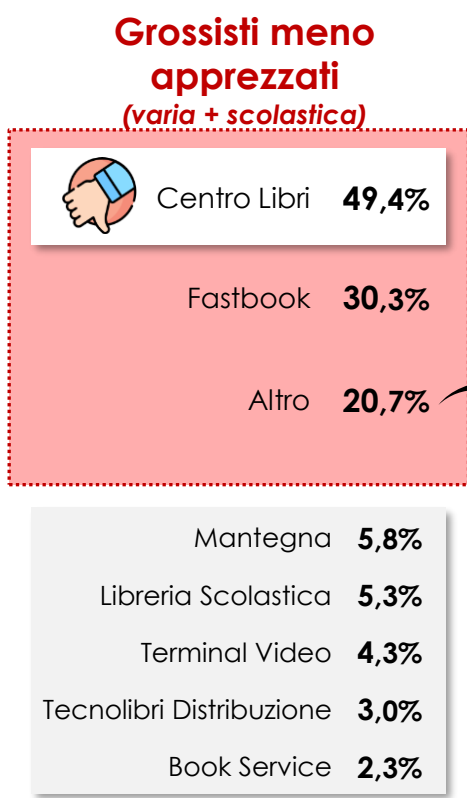
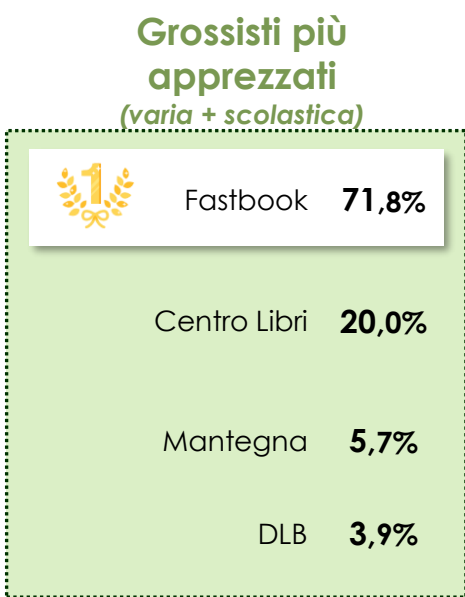
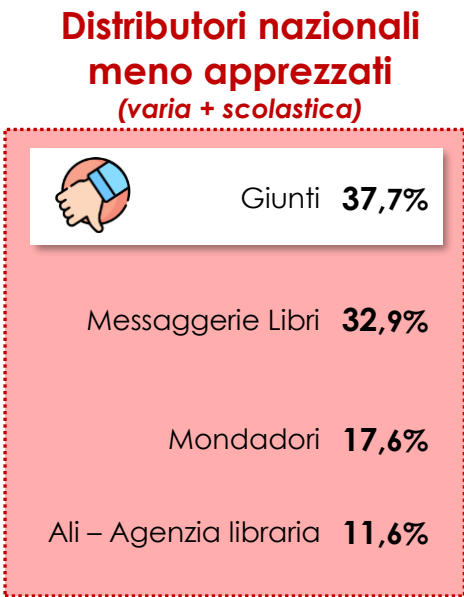
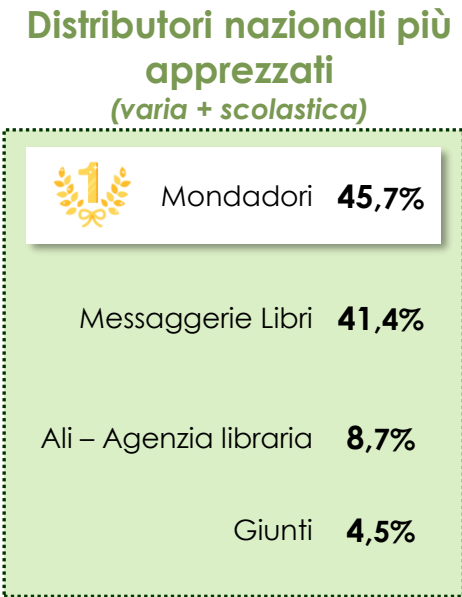
Quali sono i canali principali attraverso cui rifornite la vostra libreria (ossia quelli dai quali effettuate la quota maggiore dei vostri acquisti)? In una scala da 0 a 5, qual è il livello di soddisfazione generale nei confronti dei distributori/case editrici con cui collaborate abitualmente?



Base campione: 800 casi. La somma dei valori percentuali è maggiore di 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo

Rapporti con i fornitori | Tra i distributori nazionali, il gruppo Mondadori è quello maggiormente apprezzato dalle librerie indipendenti (45,7%). Sul fronte dei grossisti, spicca Fastbook, indicato dal 71,8% degli intervistati. Meno positive, invece, le opinioni su Giunti per quanto riguarda i distributori nazionali e su Centro Libri tra i grossisti.

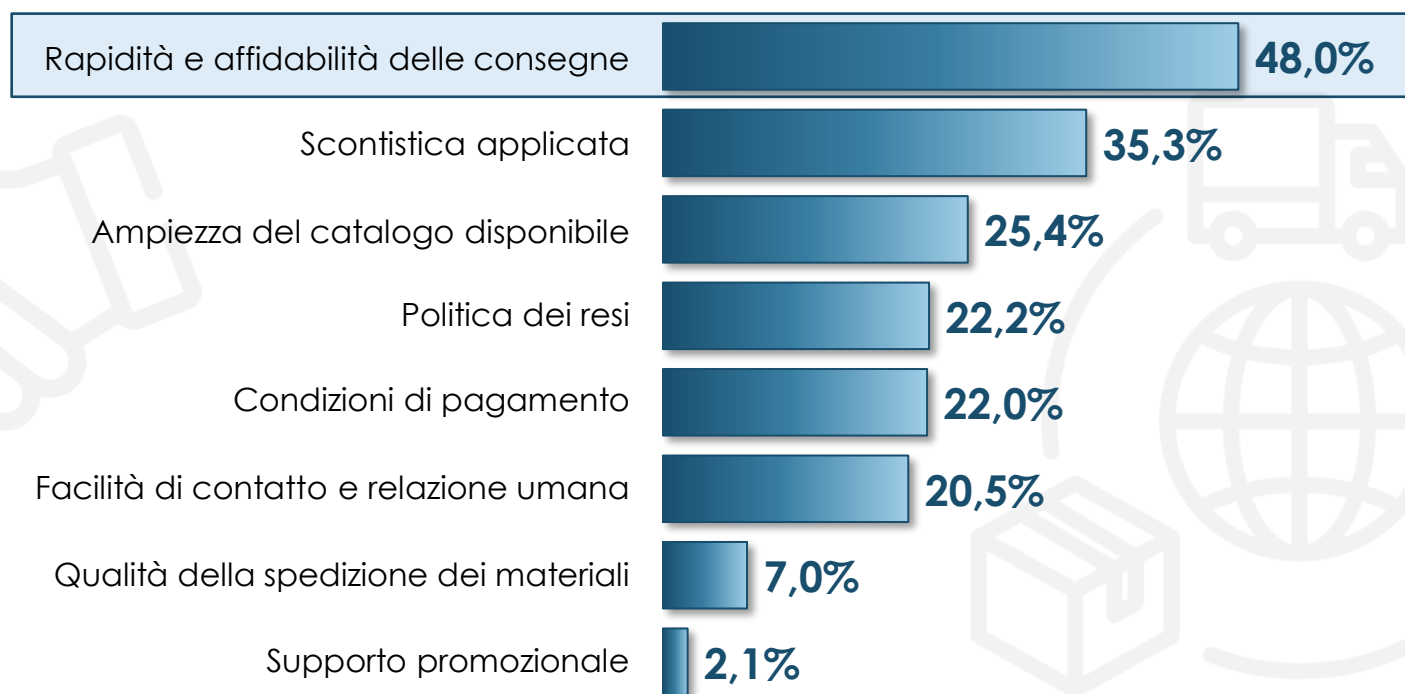
Qual è il distributore nazionale e/o grossista col quale intrattiene rapporti migliori? E qual è quello col quale incontra le difficoltà maggiori?



Driver di scelta del fornitore | La rapidità e affidabilità delle consegne (48%) rappresenta il primo criterio di scelta delle librerie per la selezione del fornitore; a seguire, le librerie sottolineano l'importanza dell'applicazione di sconti (35,3%) e l'ampiezza del catalogo disponibile (25,4%).

Quali sono i principali criteri che influenzano la vostra scelta del fornitore?

Driver di scelta del fornitore



Base campione: 800 casi. La somma delle dei valori % è maggiore di 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo

Pratiche di collaborazione | Per migliorare la collaborazione con i fornitori, le librerie indicano prioritariamente la possibilità di usufruire di condizioni commerciali più flessibili (61,8%) e in seconda battuta un miglioramento della trasparenza sulle disponibilità e le relative tempistiche di consegna (39,5%).

Quali strumenti o pratiche ritenete più utili per migliorare la collaborazione con i fornitori?

La collaborazione con i fornitori potrebbe migliorare attraverso...



Base campione: 800 casi. La somma delle dei valori % è maggiore di 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo

A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

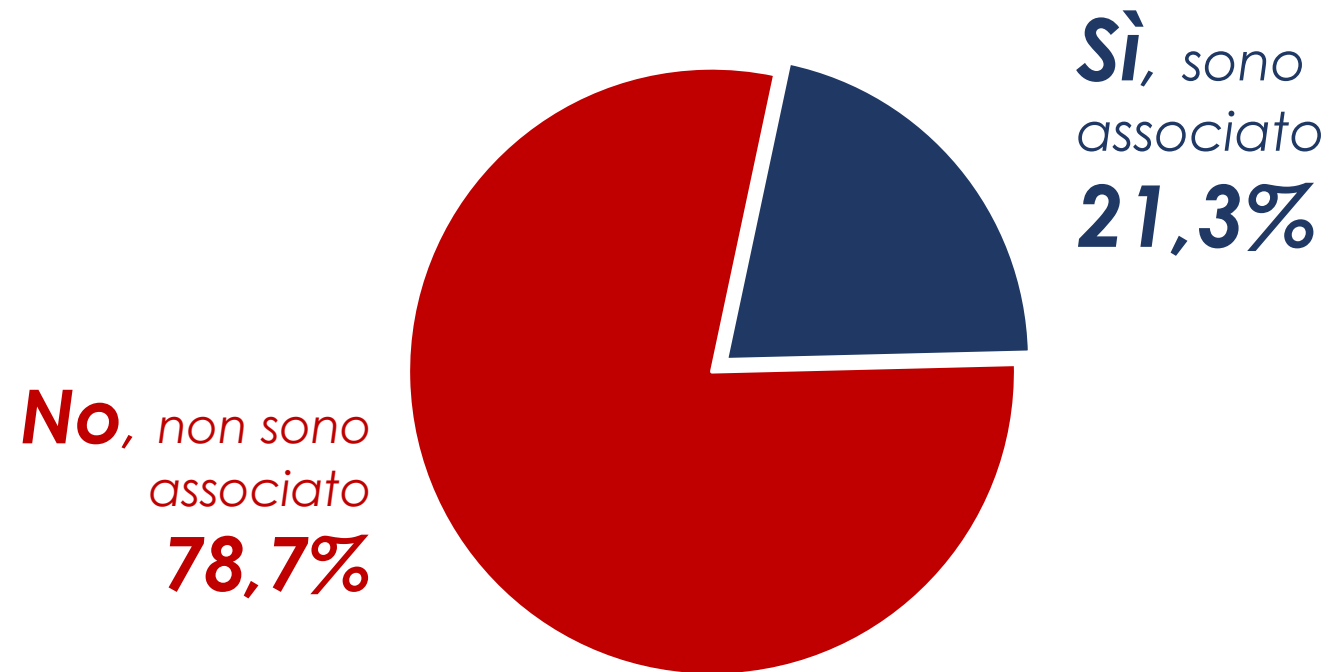
FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

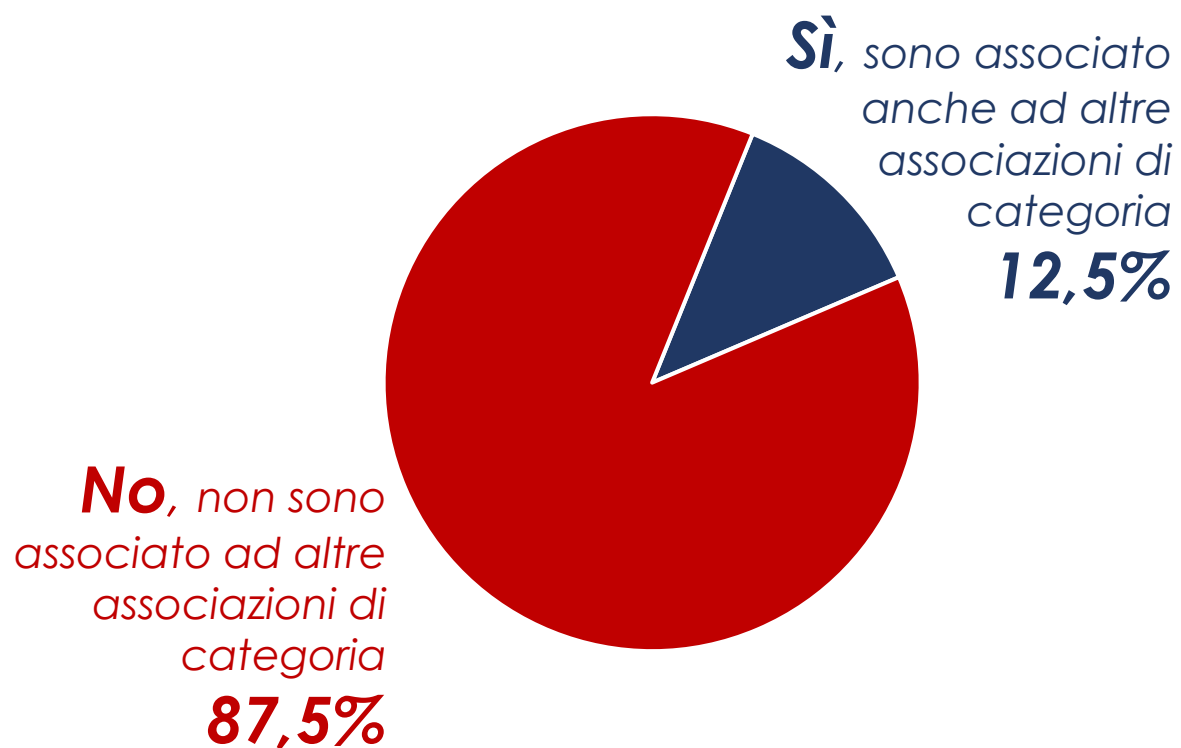
ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Lei è associato ad ALI- Associazione Librai Italiani?



Lei è associato ad associazioni di categoria diverse da ALI?



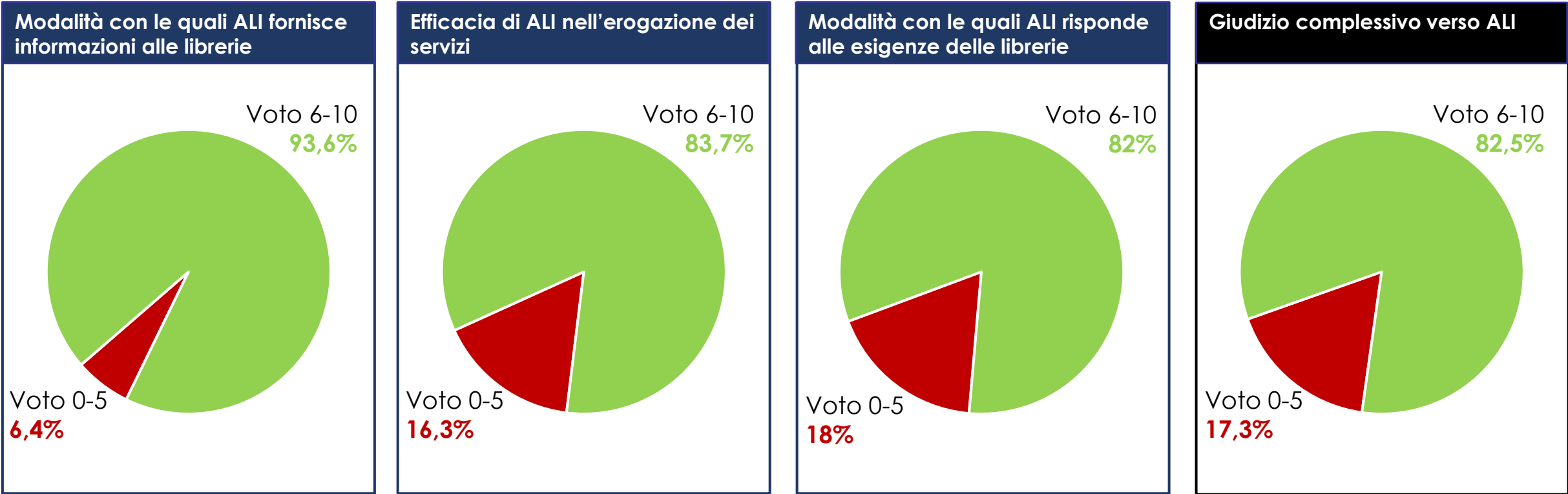
Composizione del 18,7% di librerie associate ad altre associazioni di categoria

Percentuale ricalcolata al netto del «no, non sono associato»

73% Associato ad UN'ALTRA
associazione di
categoria

27% Associato ad ALTRE
associazioni di
categoria

Qual è il Suo livello di soddisfazione riguardo le azioni messe in campo da ALI a supporto delle librerie?



Base campione: 170 casi. Solo le librerie associate ad Ali. I valori sono ripercenzualizzati al netto del «non so».

C'è qualche servizio di cui lei necessiterebbe che al momento non trova tra quelli offerti da ALI?

 «ALI svolge un ruolo fondamentale nelle relazioni istituzionali, ma fatica a comunicare al pubblico dei lettori il valore e la qualità delle librerie associate. Il rischio è apparire come un soggetto corporativo; la sfida è costruire un'immagine pubblica positiva che valorizzi le librerie come presidio culturale e le presenti come una comunità di lettori indipendenti.»

 «Servirebbe un ruolo più forte di intermediazione tra librerie e distributori, per negoziare condizioni commerciali più favorevoli e ridurre disparità e inefficienze.»

 «È importante ricevere informazioni tempestive e chiare sui bandi disponibili (Confcommercio, Regione Lombardia, MEF), così da poter cogliere opportunità di finanziamento.»

 «Un servizio di assistenza legale specializzato risulterebbe prezioso per affrontare questioni contrattuali, normative o di tutela dell'attività.»

 «Si richiede un maggiore supporto nell'interfacciarsi con i grandi distributori, includendo la facilitazione dei rapporti per ottenere condizioni commerciali più eque e adeguate al tipo di attività e ai ridotti volumi di vendita. Inoltre, sarebbe importante ricevere assistenza nella gestione finanziaria e nell'accesso al credito.»

 «L'attivazione di convenzioni con corrieri nazionali permetterebbe di ridurre i costi di spedizione e migliorare la gestione logistica, un aspetto particolarmente oneroso per le piccole librerie.»

 «Si richiede una maggiore presenza dell'associazione nel territorio locale, attraverso iniziative, incontri e supporto diretto alle librerie per rafforzare la vicinanza dell'ALI nelle diverse realtà regionali.»

 «Sarebbe utile ricevere una consulenza dedicata alla riduzione dei costi legati al POS, inclusa la possibilità di azzerare o ridurre significativamente le provvigioni applicate alle transazioni di importo inferiore ai dieci euro, che oggi incidono in modo sproporzionato sui margini delle librerie.»

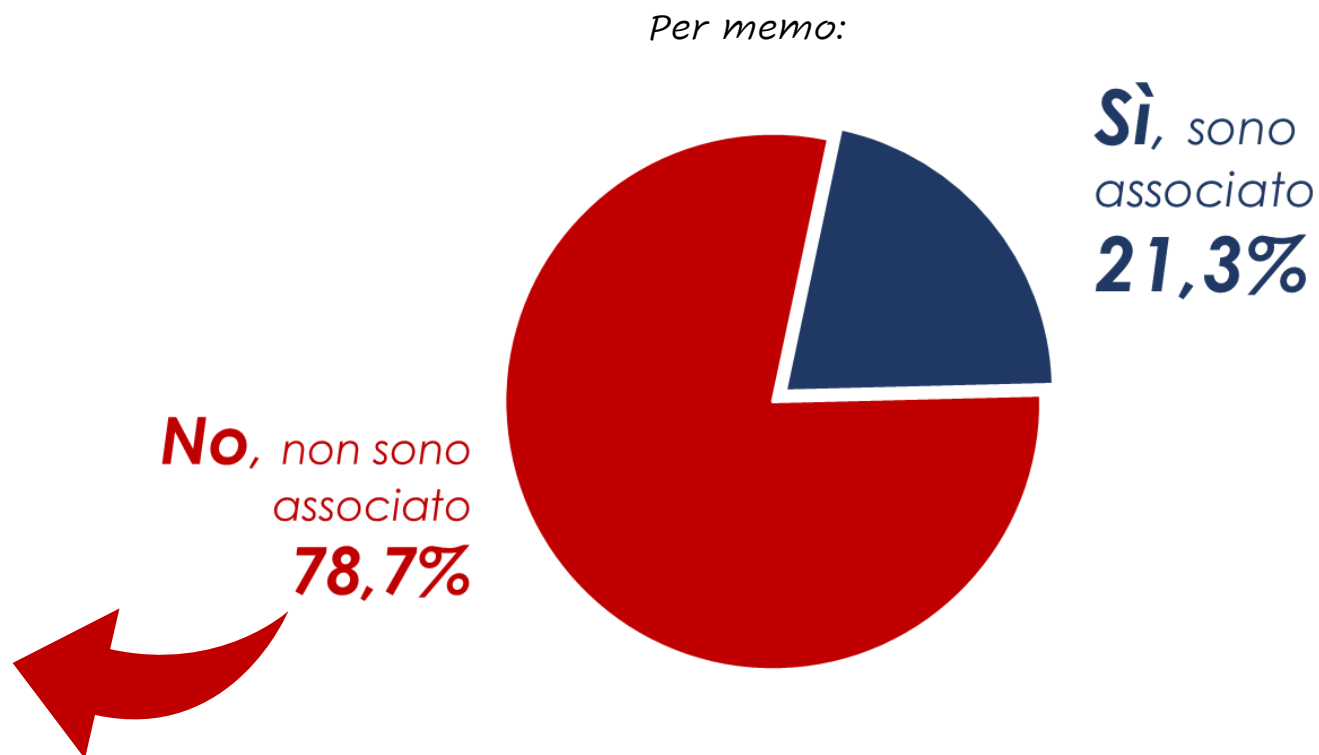
(Solo per coloro che non sono associati ad Ali) Conosce ALI – Associazione Librai Italiani?

Composizione del % di librerie non associate ad ALI

61,1% Ne ha sentito parlare

25,8% La conosce molto bene

13,1% Non la conosce



La sua libreria si occupa anche di didattica scolastica e/o universitaria?

Sì, mi occupo anche di didattica scolastica 53,6%

Sì, mi occupo anche di didattica universitaria 16,1%

No, non mi occupo di didattica scolastica e/o universitaria 40,3%

A vertical stack of approximately 12 books of various colors (red, blue, yellow, green, black) and thicknesses, some with visible spines and pages, positioned on the left side of the slide.

AGENDA

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

CLIMA DI FIDUCIA

ANDAMENTO ECONOMICO E DEL CREDITO

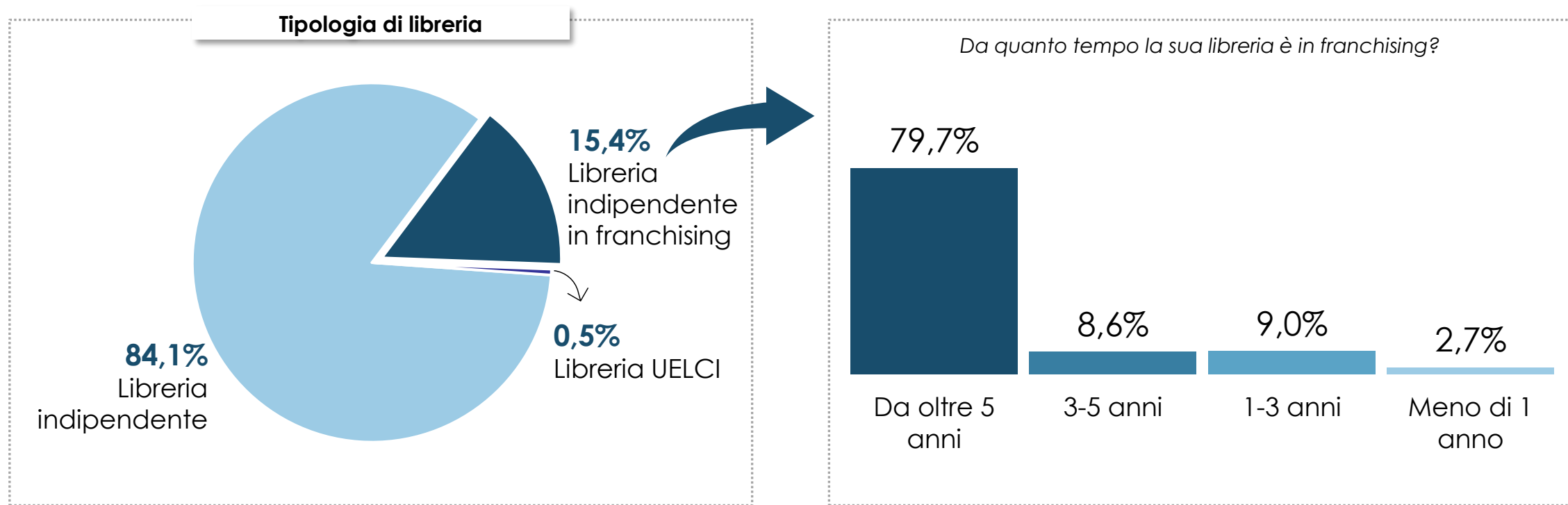
FOCUS: VENDITA DI LIBRI USATI

FOCUS: RAPPORTI CON I FORNITORI

ASSOCIAZIONE LIBRAI ITALIANI

METODO & BACKUP

Diffusione del franchising |



Base campione: 800 casi. I dati sono riportati all'universo.

Metodo | L'indagine campionaria

L'indagine campionaria è rivolta ad un campione statisticamente rappresentativo di «librerie indipendenti» (imprese italiane del «commercio al dettaglio di libri nuovi e di libri di seconda mano»). **Numerosità campionaria: 800 librerie indipendenti.** Dalla rilevazione sono state escluse tutte le librerie di «catena». L'indagine è stata svolta per mezzo di un questionario strutturato concordato con ALI e somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, Computer Assisted Telephone Interview) e via web (Sistema Cawi, Computer Assisted Web Interview).

UNIVERSO					
Commercio al dettaglio di libri nuovi; commercio al dettaglio di libri di seconda mano					
	1	2-5	6-9	>9	Totale
Nord-ovest	425	362	26	30	843
Nord-est	318	252	28	21	620
Centro	443	386	33	31	893
Sud e isole	533	552	44	50	1.179
Totale	1.720	1.553	131	132	3.535

Fonte: Elaborazioni Format Research su fonti I.Stat e InfoCamere 2025.

CAMPIONE REALIZZATO					
Commercio al dettaglio di libri nuovi; commercio al dettaglio di libri di seconda mano					
	1	2-5	6-9	>9	Totale
Nord-ovest	97	83	5	6	191
Nord-est	73	59	6	5	143
Centro	100	87	6	7	200
Sud e isole	121	126	9	10	266
Totale	391	355	26	28	800

Metodo | Scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

ALI Associazione Librai Italiani.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Osservatorio annuale sul mercato delle librerie indipendenti. Temi trattati: clima di fiducia, ricavi, occupazione, fabbisogno finanziario, credito. Focus: vendita di libri usati e rapporto con i fornitori.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione statisticamente rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio di libri in esercizi specializzati e di seconda mano. Domini di studio del campione: settore (commercio al dettaglio) e territorio (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e isole).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 800 imprese. Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,7\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Novembre - dicembre 2025.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

RESPONSABILE SCIENTIFICO

Dott. Pierluigi Ascani

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott.ssa Maria Francesca Atzeni

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2025© Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

www.formatresearch.com
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia
format@pec.formatbusinessintelligence.com
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.