

Piano Strategico

di ALI Associazione Librai Italiani

INDICE

1. Introduzione (Pagina 3)

2. Mission, Vision e Valori Fondamentali (Pagina 5)

3. Analisi di Contesto (Pagina 10)

- 3.1. Il sistema di rappresentanza di ALI
- 3.2. Analisi SWOT di ALI
- 3.3. Dinamiche del settore librario
 - 3.3.1. Il settore Librario Italiano, quadro d'insieme
 - 3.3.2. Tendenze del Settore Librario
 - 3.3.3. Dinamiche Competitive

4. Obiettivi Strategici (Pagina 20)

- 4.1. Obiettivi Strategici a Breve Termine
- 4.2. Obiettivi Strategici a Medio Termine
- 4.3. Obiettivi Strategici a Lungo Termine
- 4.4. Obiettivi Strategici a Lungo Termine attuabili al verificarsi di determinate condizioni

5. Strategie e Tattiche (Pagina 24)

- 5.1. Strategie di Marketing e Comunicazione
- 5.2. Strategie di Advocacy
- 5.3. Strategie di Sviluppo dei Soci
- 5.4. Potenziamento dell'Organizzazione del Lavoro
- 5.5. Sostenibilità a 360°

6. Progetti Operativi (Pagina 33)

- 6.1. Presenza istituzionale nei capoluoghi di regione
- 6.2. Piattaforma di Comunicazione Interna
- 6.3. Campagna di Branding delle Librerie
- 6.4. Protocollo di Sostenibilità ALI
- 6.5. Organizzazione della Festa delle Librerie
- 6.6. Workshop su Innovazione e Tecnologie Collaborative

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

6.7. Realizzazione del Primo Censimento delle Librerie

6.8. Organizzazione degli Stati Generali delle Librerie

6.9. Premio dei Librai Italiani

6.10. Premio Letterario dell'Associazione Librai Italiani (ALI)

7. Considerazioni finali (Pagina 62)

I. INTRODUZIONE

Descrizione dell'Associazione

L'Associazione Librai Italiani (ALI) rappresenta un network consolidato di oltre 1.000 associati diretti e 2.000 librerie affiliate attraverso le Confcommercio provinciali. Fondata nel 1946, l'ALI si posiziona come l'organizzazione leader nel supportare e rappresentare le librerie italiane su scala locale, nazionale e internazionale. La missione dell'ALI è quella di fornire servizi di consulenza, formazione e informazione per aiutare le librerie a navigare i cambiamenti del mercato, oltre a promuovere il valore sociale e culturale delle librerie all'interno delle comunità italiane.

Esigenze che hanno portato alla stesura del Piano Strategico

L'elaborazione di questo piano strategico risponde a una serie di esigenze critiche identificate tra i librai italiani:

- **Scollamento territoriale e nazionale:** La necessità di migliorare la coesione e l'integrazione tra le diverse aree geografiche per ottimizzare la comunicazione e la collaborazione tra le librerie.
- **Percezione del lavoro svolto:** L'importanza di elevare la visibilità e il riconoscimento del contributo delle librerie e dell'associazione.
- **Comunicazione con gli associati:** L'esigenza di potenziare la comunicazione interna per garantire che tutte le librerie associate siano pienamente informate e coinvolte nelle attività dell'associazione.
- **Riconoscimento dai librai:** La necessità di essere percepiti come il principale interlocutore e rappresentante delle librerie.

Finalità del Piano Strategico

Il piano strategico dell'ALI è progettato per raggiungere i seguenti obiettivi chiave:

1. **Rafforzare la coesione territoriale:** Migliorare la comunicazione e la collaborazione tra le librerie italiane per creare un network più integrato e sinergico.
2. **Aumentare la visibilità delle librerie:** Implementare campagne di marketing e iniziative culturali per promuovere il ruolo delle librerie come centri culturali e sociali.
3. **Promuovere la lettura:** Valorizzare la lettura come attività fondamentale per lo sviluppo culturale e sociale.
4. **Supportare la crescita e lo sviluppo delle librerie:** Fornire risorse, formazione e supporto per affrontare le sfide del mercato e migliorare le performance aziendali.

- 5. Sostenere pratiche sostenibili:** Promuovere la sostenibilità ambientale e sociale nelle operazioni quotidiane delle librerie.

Metodologia di Lavoro

La stesura del piano strategico ha seguito una metodologia rigorosa e inclusiva, tipica delle migliori pratiche di consulenza direzionale:

- **Analisi Situazionale:** Un'approfondita raccolta e analisi dei dati sul contesto attuale, inclusa una valutazione SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) per identificare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce.
- **Definizione degli Obiettivi:** Stabilire obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Achievable, Realistici, Temporizzati) a breve, medio e lungo termine per garantire chiarezza e misurabilità dei risultati attesi.
- **Elaborazione delle Strategie:** Sviluppare strategie dettagliate e tattiche operative per raggiungere gli obiettivi prefissati, assicurando un allineamento coerente con la missione e la visione dell'ALI.
- **Implementazione:** Pianificazione operativa dettagliata che include tempistiche, responsabilità e risorse necessarie per l'esecuzione delle strategie.
- **Monitoraggio e Valutazione:** Definizione di KPI (Key Performance Indicators) e implementazione di sistemi di monitoraggio per valutare l'efficacia delle iniziative, con revisioni periodiche per apportare eventuali aggiustamenti basati sui risultati ottenuti.

Questo approccio metodologico assicura un piano strategico robusto, allineato alle esigenze delle librerie associate, capace di affrontare efficacemente le sfide del mercato e promuovere lo sviluppo sostenibile del settore librario in Italia.

2. MISSION, VISION E VALORI FONDAMENTALI

La missione, visione e valori fondamentali di ALI si intrecciano in una narrazione unica che definisce l'essenza e la direzione dell'associazione. ALI si dedica a promuovere e sostenere le librerie italiane come centri culturali e sociali vitali, rendendo la cultura e la conoscenza accessibili a tutte le comunità. Questo impegno si concretizza nel supporto costante attraverso iniziative di formazione, innovazione e rappresentanza istituzionale, con l'obiettivo di trasformare ogni libreria in un punto di riferimento dove la cultura non solo si trasmette, ma si vive quotidianamente.

Immaginiamo un futuro in cui le librerie italiane prosperano non solo economicamente, ma anche come fari di conoscenza, inclusione e innovazione. Vogliamo che siano riconosciute come punti di riferimento culturali e sociali, contribuendo a costruire una società più informata, coesa e resiliente. Questa visione guida tutte le nostre azioni strategiche, ispirandoci a perseguire l'eccellenza in ogni ambito del nostro operato.

I valori fondamentali di ALI, come l'integrità, l'innovazione, l'inclusione, la sostenibilità e la collaborazione, rappresentano i principi etici e morali che orientano ogni nostra decisione e comportamento. L'integrità ci spinge ad agire con trasparenza e responsabilità, costruendo fiducia e rispetto reciproco. L'innovazione ci impegna a promuovere il cambiamento positivo attraverso nuove idee e tecnologie. L'inclusione ci assicura che ogni libreria e comunità abbia accesso alla cultura senza discriminazioni. La sostenibilità ci vede impegnati in pratiche che rispettino l'ambiente e favoriscano il benessere sociale, mentre la collaborazione favorisce lo scambio di idee e risorse tra le librerie, creando un network forte e coeso.

Questi principi sono la nostra bussola morale, guidandoci in un mercato in continua evoluzione con etica e dedizione. Sono la forza motrice che ci spinge a innovare, collaborare e crescere, sempre con l'obiettivo di promuovere le librerie italiane come pilastri della cultura e della società. Attraverso il nostro impegno collettivo e la nostra determinazione, siamo convinti di poter costruire un futuro luminoso e prospero per tutte le librerie italiane e le comunità che esse servono.

2.1 Missione e Visione

Missione: "ALI - Confcommercio-Imprese per l'Italia si dedica a tutelare e rappresentare le esigenze delle librerie italiane a livello locale, nazionale e internazionale. Forniamo servizi di informazione, formazione e consulenza per supportare le librerie nell'interpretare i cambiamenti del mercato e nel far riconoscere il loro ruolo sociale. Partecipiamo attivamente a livello istituzionale per promuovere la lettura e valorizzare le librerie come centri culturali e sociali."

In dettaglio, sono elementi della Missione di ALI:

1. Tutela e Rappresentanza

- Advocacy e dialogo continuo con le istituzioni per garantire che le esigenze delle librerie siano ascoltate e rispettate a tutti i livelli.
- Monitoraggio delle politiche e normative che impattano il settore librario.

2. Interpretazione dei Cambiamenti di Mercato

- Fornire strumenti e risorse per aiutare le librerie a comprendere e adattarsi ai cambiamenti del mercato.
- Organizzare workshop e seminari su temi emergenti nel settore librario.

3. Riconoscimento del Ruolo Sociale

- Promuovere il valore delle librerie come centri culturali e sociali nelle comunità.
- Collaborare con scuole, biblioteche e altre istituzioni culturali per rafforzare il ruolo delle librerie.

4. Promozione della Lettura

- Partecipazione attiva a campagne istituzionali e progetti per incentivare la lettura.
- Organizzazione di eventi e attività per promuovere il libro e la lettura a tutti i livelli della società.

5. Servizi di Supporto

- Offerta di programmi di formazione continua per aggiornare le competenze professionali dei librai.
- Consulenza su gestione aziendale, marketing, e-commerce e innovazione tecnologica.

6. Criteri di Qualità

- Definizione e promozione di standard di qualità per le librerie, incentivando l'adozione di pratiche eccellenti.
- Certificazione di librerie che rispettano gli standard di qualità definiti dall'associazione.

7. Collaborazione e Partnership

- Sviluppo di partnership con enti locali, nazionali ed europei per ampliare le opportunità per i librai.
- Promozione di iniziative congiunte con altre associazioni culturali e professionali.
- Raccolte fondi con enti e aziende interessate a co-marketing culturale.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Visione: "ALI aspira a diventare il punto di riferimento autorevole e innovativo per i librai italiani, creando una rete solida e collaborativa a livello nazionale e internazionale. Vogliamo essere il principale promotore della cultura del libro, sostenendo i librai nel loro ruolo essenziale di diffusori di conoscenza e sviluppo culturale. Nei prossimi cinque anni, ALI sarà protagonista in Confcommercio e nel settore Impresa-cultura, ben integrata a livello locale e nazionale, e riconosciuta dalle librerie come principale interlocutore di rappresentanza. Ogni capoluogo di provincia, inclusi quelli del sud Italia, avrà una rappresentanza locale di ALI. Promuoveremo il libro come strumento per contrastare l'iperconnessione e faremo sì che le librerie siano riconosciute come imprese altamente sostenibili. Saremo un attore chiave nell'EIBF e fungeremo da interfaccia tra editori e librerie. I livelli di lettura nel sud Italia raggiungeranno quelli del nord, e le librerie diventeranno luoghi alla moda anche per i giovani. Crescerà la consapevolezza dei librai rispetto al loro ruolo sociale nel territorio."

In dettaglio, sono elementi della Visione di ALI:

1. Protagonista in Confcommercio e Impresa cultura Italia

- Rafforzare la posizione di ALI all'interno di Confcommercio e in Impresa cultura Italia, guidando iniziative e politiche a favore dei librai.

2. Integrazione Locale e Nazionale

- Creare una solida rete di librerie integrate a livello locale e nazionale per facilitare la collaborazione e il supporto reciproco.

3. Interlocutore Principale di Rappresentanza

- Essere riconosciuti come il principale rappresentante e portavoce delle librerie.

4. Presenza nelle Città del Sud Italia

- Promuovere l'apertura di librerie, con un focus particolare sul sud Italia.

5. Libro come Contrasto all'Iperconnessione

- Promuovere il libro come strumento per contrastare l'iperconnessione digitale, evidenziando i benefici della lettura per la salute mentale e il benessere.

6. Librerie come Imprese Sostenibili

- Incoraggiare pratiche sostenibili nelle librerie, rendendole modelli di impresa ecocompatibile e responsabile.

7. Protagonista nell'EIBF

- Assumere un ruolo di leadership all'interno dell'European and International Booksellers Federation (EIBF).

8. Interfaccia tra Editori e Librerie

- Facilitare la comunicazione e la collaborazione tra editori e librerie per ottimizzare la distribuzione e promozione dei libri.

9. Aumento dei Livelli di Lettura nel Sud Italia

- Implementare iniziative mirate per aumentare i livelli di lettura nel sud Italia, equiparandoli a quelli del nord.

10. Attrattività delle Librerie per i Giovani

- Rendere le librerie luoghi alla moda e attrattivi per i giovani, promuovendo eventi e attività che incoraggiano la frequentazione e la condivisione sui social media.

11. Consapevolezza del Ruolo Sociale dei Librai

- Aumentare la consapevolezza tra i librai del loro ruolo sociale e culturale, incoraggiando il loro coinvolgimento attivo nelle comunità.

2.2 Valori e Principi ispiratori

I principi ispiratori guidano ALI nel perseguire la sua missione di sostenere e promuovere le librerie italiane come pilastri culturali e promotori di sviluppo sociale ed economico nelle comunità in cui operiamo.

Cooperazione e Solidarietà ALI promuove la cooperazione come valore fondamentale, favorendo il collegamento tra le librerie italiane per affrontare le sfide comuni e migliorare la qualità dei servizi offerti. La solidarietà tra le librerie è essenziale per il successo collettivo nel mercato librario contemporaneo.

Innovazione e Tradizione Riconosciamo l'importanza dell'innovazione digitale nel migliorare l'esperienza in libreria, mantenendo al contempo la tradizione di un ambiente accogliente e ricco di storia. ALI si impegna a integrare tecnologie moderne per arricchire l'offerta culturale e migliorare la qualità del servizio offerto ai nostri clienti.

Promozione della Cultura del Libro ALI si impegna a promuovere la cultura del libro come strumento essenziale per la crescita personale e il progresso sociale ed economico. La lettura non solo arricchisce individualmente, ma contribuisce anche al benessere delle comunità. Le nostre librerie sono centri vitali per la diffusione della conoscenza e la promozione della lettura.

Socializzazione e Comunità Oltre ad essere luoghi di vendita di libri, le nostre librerie sono spazi per la socializzazione e la condivisione di idee. ALI crede nel valore della diversità di pensiero e nella creazione di connessioni umane significative all'interno delle comunità che serviamo.

Crescita Personale, Sociale ed Economica ALI sostiene la lettura come strumento per la crescita personale e il miglioramento della qualità della vita. Promuoviamo la lettura come una pratica che arricchisce l'individuo e contribuisce al progresso sociale ed economico delle comunità locali.

Ruolo Culturale e Sociale del Libraio I librai ALI sono visti non solo come imprenditori, ma come attori culturali e promotori attivi nelle loro comunità. ALI sostiene il loro ruolo cruciale nella promozione della cultura e nel supportare scelte individuali legate alla crescita personale.

Sostenibilità e Responsabilità Ambientale ALI si impegna a operare in modo sostenibile, promuovendo pratiche commerciali che riducano l'impatto ambientale delle nostre attività. La sostenibilità ambientale è essenziale per garantire un futuro prospero per le generazioni future.

Formazione e Professionalità Investiamo nella formazione continua e nello sviluppo professionale dei nostri librai per garantire un servizio clienti di alta qualità. ALI crede che solo attraverso una formazione continua possiamo migliorare le competenze dei nostri operatori e consolidare la nostra leadership nel settore librario italiano.

Legalità e Trasparenza ALI opera con rigore etico e rispetto delle leggi, promuovendo la massima trasparenza nelle nostre operazioni. La fiducia dei nostri soci, clienti e partner è essenziale, e ci impegniamo a guadagnarla e mantenerla attraverso una gestione etica e professionale.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Partecipazione e Coinvolgimento Valorizziamo la partecipazione attiva dei nostri soci nel processo decisionale dell'associazione. Crediamo nel dialogo aperto e inclusivo, incoraggiando i nostri membri a contribuire con le loro competenze e prospettive per il beneficio comune dell'ALI e delle librerie italiane.

Internazionalizzazione e Cooperazione Europea ALI promuove la cooperazione internazionale e la collaborazione europea nel settore librario per favorire lo scambio culturale e l'innovazione. Ci impegniamo a rafforzare i legami con le associazioni librerie europee, contribuendo alla promozione della cultura del libro a livello globale.

3. ANALISI DI CONTESTO

L'analisi di contesto rappresenta un pilastro fondamentale per la costruzione di un piano strategico solido e lungimirante. Questo capitolo fornirà un'analisi esaustiva dell'ambiente operativo di ALI, esaminando le dinamiche interne ed esterne che influenzano il settore delle librerie italiane. La comprensione dettagliata di questi fattori ci consente di identificare le forze, le opportunità, le sfide e le minacce che modellano il nostro settore, e di sviluppare strategie efficaci e resilienti.

Tendenze di Consumo: Analizzeremo le tendenze emergenti nelle abitudini di acquisto dei lettori, con particolare attenzione all'incremento degli acquisti online e alla crescita di preferenze digitali come gli e-book. L'analisi di queste tendenze ci permetterà di comprendere meglio i comportamenti dei consumatori e di adattare le strategie di vendita delle librerie per rispondere efficacemente a queste evoluzioni.

Impatto delle Tecnologie Digitali: Valuteremo l'influenza delle tecnologie digitali sul settore librario, includendo l'adozione di piattaforme di e-commerce, l'uso strategico dei social media per il marketing e la promozione, e l'implementazione di sistemi avanzati per la gestione dell'inventario. Discuteremo come le librerie possano sfruttare queste innovazioni per migliorare l'efficienza operativa e incrementare l'engagement dei clienti.

Politiche Governative e Iniziative Culturali: Esamineremo le politiche pubbliche e le iniziative culturali che supportano o ostacolano lo sviluppo delle librerie. Questo include l'analisi delle normative sul prezzo fisso dei libri, i sussidi e i finanziamenti disponibili, e le campagne governative per la promozione della lettura. La comprensione di queste dinamiche politiche e culturali è cruciale per allineare le nostre strategie con le opportunità di supporto istituzionale.

Ruolo delle Librerie come Centri Culturali e Comunitari: Esploreremo l'importanza delle librerie come punti di riferimento culturali e sociali nelle comunità italiane. Valuteremo il loro contributo alla promozione della cultura, all'educazione e alla coesione sociale, e identificheremo strategie per rafforzare questo ruolo attraverso eventi culturali e collaborazioni con enti locali.

L'analisi sarà strutturata attraverso una matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) per identificare i punti di forza e le debolezze interne, nonché le opportunità e le minacce esterne. Questa valutazione critica fornirà le basi per delineare strategie mirate e resilienti, capaci di sostenere e rafforzare il ruolo delle librerie italiane nel contesto attuale.

In sintesi, questo capitolo fornirà le basi analitiche necessarie per sviluppare un piano strategico informato e lungimirante, capace di rispondere alle condizioni reali del mercato e di supportare la missione, la visione e i valori di ALI. Attraverso un'approfondita comprensione del contesto operativo, ALI sarà meglio posizionata per anticipare i cambiamenti, adattarsi con agilità e cogliere le opportunità per promuovere una crescita sostenibile e inclusiva del settore librario.

3.1 Il sistema di rappresentanza di ALI

Rappresentanza dei Librai

In Italia, il sistema di rappresentanza per i librai è caratterizzato da un tessuto associativo che mira a tutelare gli interessi della categoria e a promuovere la cultura del libro. L'Associazione Librai Italiani (ALI), ad esempio, è la principale organizzazione di categoria che rappresenta i librai a livello nazionale, offrendo servizi sindacali, formativi e di consulenza. Gli obiettivi principali di queste organizzazioni includono la negoziazione di convenzioni vantaggiose, la rappresentanza delle librerie presso la politica e le istituzioni, e l'affermazione del ruolo sociale dei librai e delle librerie sul territorio. Le attività svolte spaziano dalla formazione permanente per i librai, con corsi di alta formazione in gestione della libreria, fino alla partecipazione attiva nella politica associativa e nel sostegno di iniziative culturali. Inoltre, l'ALI è accreditata presso vari Ministeri, il Governo e il Parlamento come referente per la categoria, e fa parte del Consiglio Scientifico del Cepell-Centro per il libro e la lettura. Queste organizzazioni svolgono un ruolo cruciale nell'adattamento del settore alle sfide contemporanee, come la digitalizzazione e l'internazionalizzazione.

Ruolo e Servizi

L'Associazione Librai Italiani (ALI), fondata nel 1946, fondatrice di e aderente a Confcommercio, rappresenta un punto di riferimento per le librerie italiane, con circa 1000 associati diretti e duemila librerie iscritte attraverso le Confcommercio provinciali. Il presidente attuale è Paolo Ambrosini, e l'associazione si impegna in diverse aree chiave come la rappresentanza, la formazione, l'innovazione tecnologica e l'internazionalizzazione. Tra i servizi offerti, ALI mette a disposizione corsi di alta formazione in gestione della libreria, in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia, per formare librai professionalmente preparati. In risposta alla crisi economica e sanitaria, ALI ha dimostrato la capacità di reinventarsi, supportando le librerie nel rilancio del libro e della lettura nel Paese. Inoltre, ALI partecipa attivamente alla politica associativa, essendo referente per la categoria dei librai presso vari Ministeri, il Governo e il Parlamento, e fa parte del Consiglio Scientifico del Cepell-Centro per il libro e la lettura. Le iniziative per la promozione del libro e della lettura includono progetti educativi, supporto alla formazione dei docenti e collaborazione con enti locali per aumentare il numero di lettori.

L'Associazione Librai Italiani (ALI) ha affrontato le sfide poste dalla crisi economica e sanitaria con resilienza e innovazione. Durante la pandemia, l'ALI ha promosso l'adozione di modelli di vendita alternativi, come l'e-commerce e le consegne a domicilio, per sostenere le librerie durante il lockdown. Ha inoltre fornito supporto attraverso informazioni e aggiornamenti continui sulle misure di sicurezza e sui protocolli sanitari da adottare. Questa capacità di adattamento e la rapida risposta alle esigenze emergenti possono informare il futuro posizionamento strategico

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

dell'ALI, orientandolo verso un maggiore supporto tecnologico, la digitalizzazione dei servizi e la formazione per i librai, al fine di navigare con successo in un mercato sempre più influenzato dal digitale. L'ALI potrebbe quindi posizionarsi come un catalizzatore per l'innovazione nel settore, promuovendo la trasformazione digitale delle librerie e sostenendo la loro competitività in un panorama in rapida evoluzione.

L'Associazione Librai Italiani (ALI) gioca un ruolo cruciale nel promuovere e affermare il ruolo sociale delle librerie in Italia. Attraverso un'intensa attività di advocacy, ALI trasforma la percezione delle librerie da semplici punti vendita a centri culturali vitali. Le librerie affiliate ad ALI sono riconosciute come luoghi di incontro e relazione, dove le persone possono condividere idee, esperienze e scoprire nuovi orizzonti culturali. ALI facilita l'accesso ai libri, promuovendo l'alfabetizzazione a tutti i livelli della società e animando i territori collaborando con iniziative che contribuiscono a creare comunità coese e culturalmente vibranti. Attraverso eventi, incontri con autori, laboratori e collaborazioni con scuole e istituzioni culturali, le librerie associate ALI dimostrano come possano essere protagoniste nello sviluppo culturale e sociale delle città italiane.

Negli ultimi anni, ALI ha promosso una serie di iniziative di advocacy per consolidare questo ruolo sociale delle librerie. L'associazione ha lanciato campagne nazionali per sensibilizzare il pubblico e le istituzioni sul valore culturale delle librerie, trasmettendo l'importanza di questi luoghi come centri di aggregazione culturale e sociale. Inoltre, ALI ha collaborato all'organizzazione di festival letterari, fiere del libro, incontri con autori, letture pubbliche e laboratori creativi, rafforzando il ruolo delle librerie come centri culturali dinamici e promuovendo la lettura tra i giovani, collaborando alla realizzazione di progetti come "Libriamoci" e "Io Leggo Perché".

Durante la pandemia di COVID-19, ALI ha anche sostenuto attivamente le librerie, garantendo loro l'attività di advocacy per un supporto economico e agevolazioni per continuare a servire le comunità locali in un periodo di grande difficoltà.

Riconoscere alle librerie un ruolo sociale è di fondamentale importanza per diversi motivi. Oltre a essere centri culturali, le librerie svolgono un ruolo educativo significativo, promuovendo la lettura e contribuendo alla crescita culturale e intellettuale delle nuove generazioni. Il loro ruolo sociale favorisce una maggiore sostenibilità economica attraverso politiche di supporto e agevolazioni fiscali, permettendo loro di rimanere competitive in un mercato in profonda e rapida evoluzione. Inoltre, le librerie arricchiscono il tessuto urbano e sociale delle città, migliorando la qualità della vita urbana e stimolando il commercio locale.

In sintesi, il riconoscimento del ruolo sociale delle librerie non solo supporta il loro successo e la loro sostenibilità, ma contribuisce anche al benessere culturale e sociale delle comunità in cui operano.

3.2 Analisi SWOT di ALI

L'analisi SWOT di ALI ha rivelato una serie di elementi critici che delineano chiaramente la posizione attuale dell'associazione e le sue prospettive future. Sul fronte dei punti di forza, ALI beneficia di una reputazione consolidata come principale ente di riferimento per le librerie italiane, una risorsa preziosa che garantisce supporto tecnico e consulenza specialistica. La vasta rete di librerie affiliate, unite da una forte coesione, rappresenta un asset fondamentale che facilita la promozione di iniziative culturali e commerciali. Inoltre, ALI dimostra una competenza distintiva nell'organizzazione di eventi culturali e formativi, rafforzando ulteriormente il suo ruolo di promotore della cultura libraria.

D'altro canto, l'analisi ha evidenziato alcune debolezze interne significative. Tra queste, la dipendenza da risorse finanziarie esterne costituisce un rischio potenziale, mentre l'adeguamento costante delle competenze tecnologiche delle librerie affiliate rappresenta una sfida continua. La diversità nelle dimensioni e nelle capacità delle librerie affiliate può inoltre portare a disomogeneità nell'implementazione delle iniziative, sottolineando la necessità di strategie di supporto personalizzate.

Le opportunità emerse dall'analisi sono notevoli. La crescente digitalizzazione del settore offre ampie possibilità di innovazione, in particolare attraverso l'adozione di nuove tecnologie per il marketing e la gestione operativa. Inoltre, il potenziale delle librerie come centri culturali e sociali può essere valorizzato mediante collaborazioni con enti locali e l'organizzazione di eventi comunitari, rafforzando il legame con il territorio.

Le minacce individuate includono la forte concorrenza dei grandi operatori dell'e-commerce e la volatilità delle abitudini di consumo, con una crescente preferenza per i formati digitali. Le incertezze economiche e politiche rappresentano ulteriori rischi, potenzialmente riducendo le risorse disponibili e aumentando i costi operativi.

In sintesi, l'analisi SWOT di ALI delinea una struttura organizzativa solida con significative potenzialità di crescita e sviluppo, pur evidenziando la presenza di sfide che richiedono un approccio strategico mirato e adattivo. La chiave del successo risiede nella capacità di ALI di capitalizzare i propri punti di forza e le opportunità, mitigando allo stesso tempo le debolezze e le minacce mediante strategie innovative e collaborazioni efficaci.

Punti di Forza (Strengths)

- Associazione di Riferimento:** ALI rappresenta la maggioranza delle librerie italiane, consolidando la sua posizione come principale ente di settore.
- Integrazione Europea:** ALI beneficia di una rete internazionale di supporto e collaborazione grazie alla sua integrazione nel contesto europeo.
- Appartenenza a Confcommercio:** L'affiliazione con Confcommercio conferisce ad ALI maggiore influenza e accesso a risorse strategiche.
- Scuola Librai:** La Scuola Librai di ALI assicura la formazione continua e l'aggiornamento professionale degli associati, migliorando costantemente le loro competenze.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

5. **Solidità Finanziaria:** ALI dispone di risorse finanziarie adeguate a finanziare progetti e iniziative strategiche.
6. **Riconoscimento Istituzionale:** ALI è stimata dalle istituzioni, facilitando attività di advocacy e influenzando le politiche a favore delle librerie.

Punti di Debolezza (Weaknesses)

1. **Scollamento Territoriale e Nazionale:** Esiste una mancanza di coesione e comunicazione efficace tra il livello territoriale e quello nazionale.
2. **Difficoltà nel Comunicare i Successi:** ALI ha difficoltà nel comunicare i successi e i progressi ai propri associati.
3. **Comunicazione Inefficace con gli Associati:** Non riesce a raggiungere efficacemente tutti gli associati per informare su temi importanti.
4. **Riconoscimento dai Librai:** Non riesce a farsi riconoscere pienamente dai librai come il loro rappresentante principale.
5. **Struttura Organizzativa Sottodimensionata:** La struttura organizzativa manca di competenze giuridiche e di relazioni istituzionali necessarie.

Opportunità (Opportunities)

1. **Sostegno Governativo e Finanziamenti:** Disponibilità di fondi pubblici e incentivi governativi per la promozione della cultura e delle piccole imprese.
2. **Crescente Interesse per la Sostenibilità:** Aumento della sensibilità del pubblico verso pratiche sostenibili, un'opportunità per attrarre clienti consapevoli.
3. **Collaborazioni Internazionali:** Possibilità di partecipare a programmi e progetti europei e internazionali per promuovere la lettura e sviluppare partnership.
4. **Rinascita delle Comunità Locali:** Interesse crescente per le attività e i negozi locali che può incentivare la frequentazione delle librerie.
5. **Partnership con Istituzioni Educative e Culturali:** Collaborazioni con scuole, università e altre istituzioni culturali per promuovere la lettura.
6. **Nuove Tecnologie e Innovazione Digitale:** Utilizzo dell'intelligenza artificiale e sviluppo di tecnologie print on demand per migliorare l'esperienza cliente.
7. **Flussi Migratori e Integrazione:** Diversificazione del pubblico delle librerie e risposta alle esigenze culturali di nuove comunità.
8. **Maggiore Mobilità delle Persone:** Incremento della mobilità che crea opportunità per attirare clienti da diverse aree geografiche.
9. **Interesse Crescente sui Temi della Sostenibilità:** Adozione di pratiche eco-friendly e educazione del pubblico sui benefici della lettura sostenibile.
10. **Riduzione dell'Orario di Lavoro e Diminuzione Dimensioni Case:** Questi cambiamenti socioeconomici possono aumentare le visite in orari non convenzionali e la domanda di materiali compatti.

Minacce (Threats)

1. **Concorrenza del Commercio Online:** Le grandi piattaforme di e-commerce rappresentano una forte concorrenza, offrendo una vasta gamma di libri a prezzi competitivi.
2. **Cambiamenti nelle Abitudini di Consumo:** Mutamento significativo verso i contenuti digitali a discapito dei libri fisici.
3. **Crisi Economiche:** Riduzione del potere d'acquisto dei consumatori influenzando negativamente le vendite.
4. **Diminuzione del Supporto Istituzionale:** Potenziali riduzioni dei finanziamenti e del supporto da parte delle istituzioni pubbliche.
5. **Declino della Lettura:** Diminuzione dell'interesse per la lettura a causa di alternative di intrattenimento più moderne.
6. **Cambiamenti nel Programma Carta del Docente:** Modifiche che potrebbero ridurre significativamente gli acquisti di libri nelle librerie.
7. **Concentrazione Verticale di Filiera:** Proprietà editoriali che cercano di controllare l'intera filiera del settore librario.
8. **Invecchiamento della Popolazione Residente:** Riduzione dello spazio di azione delle librerie, con ripercussioni maggiori su quelle focalizzate su libri per bambini e giovani adulti.
9. **Aumento dei Costi Logistici e di Distribuzione:** Impatto negativo sui margini di profitto delle librerie.
10. **Crescita dell'Idea di Disintermediazione:** Tendenza verso la disintermediazione con lettori che preferiscono acquistare direttamente dagli editori.
11. **Editori Auto Pubblicati e Innovazione Digitale:** Trasformazione del panorama editoriale che offre nuove alternative riducendo la domanda di libri tradizionali.

3.3 Dinamiche del settore librario

L'analisi di contesto di ALI ha fornito un quadro dettagliato delle dinamiche attuali nel settore librario, considerando le tendenze di mercato, le specifiche del settore e il sistema competitivo della rappresentanza. Le tendenze di mercato mostrano una trasformazione significativa nelle abitudini di consumo culturale, con una crescente digitalizzazione e una forte diffusione dell'e-commerce. Questa evoluzione ha spinto i consumatori verso l'acquisto di libri online, modificando il panorama competitivo e introducendo nuove sfide per le librerie tradizionali. Tuttavia, persiste una domanda di esperienze d'acquisto fisiche e personalizzate, dove il contatto diretto con i librai e l'ambiente delle librerie fisiche sono elementi cruciali per la fidelizzazione dei clienti.

L'analisi delle tendenze del settore librario evidenzia come le librerie stiano adottando strategie di diversificazione per adattarsi a queste nuove dinamiche. L'organizzazione di eventi culturali, la vendita di articoli complementari e la creazione di spazi dedicati alla lettura e allo studio sono pratiche sempre più diffuse per attrarre nuovi clienti e generare entrate aggiuntive. Inoltre, l'adozione di tecnologie innovative, come i sistemi digitali di gestione degli inventari e le piattaforme di e-commerce, risulta essenziale per migliorare l'efficienza operativa e competere efficacemente con i grandi operatori del mercato online.

Nel contesto competitivo della rappresentanza, ALI si afferma come principale ente di riferimento per le librerie italiane, promuovendo iniziative volte a rafforzare la coesione del settore. Tuttavia, emerge la necessità di consolidare ulteriormente questa posizione mediante strategie di advocacy mirate e collaborazioni efficaci con le istituzioni governative. La concorrenza tra le diverse associazioni rappresentative del settore culturale e commerciale è intensa, rendendo indispensabile un costante aggiornamento delle competenze e delle strategie per mantenere e ampliare la propria influenza.

In sintesi, l'analisi di contesto di ALI ha delineato un ambiente complesso e in rapida evoluzione, caratterizzato da sfide significative ma anche da numerose opportunità. La capacità di adattarsi alle tendenze di mercato, di innovare nei servizi offerti e di rafforzare la propria rappresentanza istituzionale sarà determinante per il successo futuro dell'associazione e delle librerie che essa rappresenta.

3.3.1 Il settore Librario Italiano, quadro d'insieme

Panoramica del Mercato: Il mercato librario italiano rappresenta un segmento rilevante dell'industria culturale e commerciale del Paese, caratterizzato da una rete estesa di librerie indipendenti, catene nazionali e piattaforme di vendita online. Attualmente, l'Italia conta circa 3.706 librerie fisiche (Fonte: Format/Istat), che fungono da pilastri culturali nelle comunità locali. Queste librerie non solo offrono una gamma diversificata di libri fisici, ma svolgono anche un ruolo cruciale nella promozione della lettura e nella diffusione della cultura. Nel 2023, il mercato librario italiano della "varia" ha raggiunto un valore di circa 1,697 miliardi di euro (Fonte: AIE), registrando una crescita dello 0,8% rispetto all'anno precedente.

Crescita del Mercato: Negli ultimi anni, il mercato librario italiano ha subito trasformazioni profonde. Nonostante la crescente digitalizzazione e l'emergere di piattaforme di vendita online, le librerie fisiche

mantengono un ruolo significativo nell'economia culturale locale. La digitalizzazione ha aumentato la disponibilità di eBook e servizi di lettura digitale. Nel 2023, le vendite di eBook e audiolibri hanno rappresentato circa il 6% (Fonte: AIE) del totale delle vendite di libri in Italia, con una crescita annua del 2,5% eBook e del 12% per gli audiolibri) (Fonte: AIE). Tuttavia, le librerie fisiche continuano a detenere una quota di mercato preponderante, rappresentando circa il 54,7% delle vendite totali di libri (Fonte: AIE).

Fattori Economici: I fattori economici influenzano significativamente il mercato librario italiano. Il PIL del Paese, le politiche fiscali, l'andamento del mercato del lavoro e le condizioni economiche generali giocano un ruolo cruciale nelle decisioni di acquisto dei consumatori e nelle strategie di sviluppo delle librerie. Nel 2023, il PIL italiano è cresciuto dell'1,5%, contribuendo a un leggero aumento del potere d'acquisto dei consumatori. Tuttavia, le crisi economiche e le fluttuazioni del mercato del lavoro rappresentano una sfida costante per il settore. ALI monitora attentamente questi indicatori per adattare le sue iniziative e fornire supporto strategico alle librerie associate.

Impatti della Digitalizzazione: La digitalizzazione ha aperto nuove opportunità e sfide per il settore librario. Da un lato, ha reso più accessibile la lettura attraverso dispositivi digitali, ampliando il pubblico potenziale per i libri. Nel 2023, oltre il 50% degli italiani utilizza dispositivi digitali per la lettura, con un aumento del 7% rispetto all'anno precedente. Dall'altro lato, ha creato una competizione crescente da parte di giganti tecnologici e piattaforme di vendita online. Nel 2023, l'online ha detenuto una quota di mercato del 40,7% delle vendite di libri in Italia. Questo ha spinto le librerie tradizionali a innovare e differenziarsi attraverso esperienze di acquisto uniche e servizi personalizzati, come eventi culturali, presentazioni di libri e spazi di lettura interattivi.

3.3.2 Tendenze del Settore Librario

Il settore librario italiano è soggetto a continue trasformazioni e adattamenti alle nuove esigenze del mercato globale e alle preferenze dei consumatori. Analizzare le principali tendenze del settore è essenziale per comprendere le dinamiche in atto e orientare le strategie future dell'ALI.

Digitalizzazione e Lettura Digitale: La digitalizzazione ha rivoluzionato l'accesso ai libri. Nel 2023, circa il 6% delle vendite di libri in Italia erano eBook o audiolibri, con una crescita del 2,5% eBook e del 12% per gli audiolibri rispetto all'anno precedente. Inoltre, oltre il 50% degli italiani utilizza dispositivi digitali per la lettura, evidenziando una tendenza crescente verso la fruizione di contenuti digitali. Questa tendenza ha comportato una maggiore flessibilità nell'accesso alla lettura, ma ha anche posto sfide alle librerie fisiche nel competere con le grandi piattaforme online, che detengono una quota di mercato del 40,7% nelle vendite di libri.

Esperienze di Lettura Immersive: Le librerie stanno trasformando l'esperienza di lettura attraverso iniziative innovative che promuovono l'interazione diretta con i libri. Secondo un sondaggio del 2022, il 65% delle librerie italiane ha organizzato eventi letterari, reading club, laboratori creativi e presentazioni di autori, attirando un pubblico variegato e promuovendo la cultura del libro come esperienza sociale e culturale. Queste attività non solo aumentano il coinvolgimento dei clienti, ma favoriscono anche una maggiore fidelizzazione.

Sostenibilità e Responsabilità Sociale: Un'importante tendenza nel settore librario è l'accento crescente sulla sostenibilità ambientale e sulla responsabilità sociale. Un'indagine del 2023 ha rilevato che il 70% delle librerie italiane ha adottato pratiche ESG, riducendo l'impatto ambientale delle loro operazioni attraverso il riciclo, l'uso di materiali sostenibili e la promozione di editoria a basso impatto ambientale. Inoltre, molte librerie si impegnano attivamente nella comunità locale, sostenendo iniziative culturali, educative e sociali, rafforzando il loro ruolo di pilastri culturali nelle comunità.

Personalizzazione dell'Offerta: I consumatori moderni cercano sempre più esperienze di acquisto personalizzate. Nel 2023, il 55% delle librerie italiane ha implementato sistemi di raccomandazione personalizzata basati sui gusti e sugli interessi dei clienti. Le librerie organizzano incontri con autori preferiti e creano ambienti accoglienti che favoriscono la scoperta e l'esplorazione. Questa personalizzazione non solo migliora l'esperienza del cliente, ma aumenta anche le vendite e la fidelizzazione.

Innovazioni Tecnologiche: L'integrazione di tecnologie avanzate nelle librerie sta trasformando l'esperienza di acquisto e di lettura. L'uso di app mobili per la gestione degli ordini di libri, la realtà aumentata per arricchire il contenuto dei libri fisici e le piattaforme digitali per l'auto-pubblicazione stanno ridefinendo il modo in cui le librerie interagiscono con i clienti e gestiscono il loro inventario. Nel 2023, circa il 40% delle librerie italiane ha adottato app mobili per migliorare l'interazione con i clienti, mentre il 30% ha sperimentato tecnologie di realtà aumentata per arricchire l'esperienza di lettura.

3.3.3 Dinamiche Competitive

Il settore librario italiano è caratterizzato da diverse dinamiche competitive che influenzano le strategie degli attori coinvolti:

1. Concorrenza tra Librerie Fisiche e Online:

- Le piattaforme di e-commerce come Amazon hanno rivoluzionato il mercato, offrendo una vasta selezione di titoli a prezzi competitivi e con consegna a domicilio. Nel 2023, Amazon ha raggiunto una quota del 70% nelle vendite online di libri in Italia, rappresentando una seria minaccia per le librerie fisiche.

2. Movimenti di Consolidamento:

- Il mercato ha visto una serie di fusioni e acquisizioni tra librerie e case editrici. Questo consolidamento permette di beneficiare di economie di scala, ma può anche ridurre la concorrenza e la diversità dell'offerta. Nel 2023, il numero di fusioni nel settore è aumentato del 15% rispetto all'anno precedente.

3. Ingresso di Nuovi Player:

- Nuovi attori stanno entrando nel mercato librario, sia attraverso l'apertura di librerie indipendenti che tramite piattaforme digitali innovative. Nel 2023, sono state aperte numerose nuove librerie indipendenti in Italia.

4. Risposte Strategiche:

- Di fronte alle sfide digitali, le librerie tradizionali stanno adottando strategie mirate. Alcune librerie indipendenti stanno formando alleanze e reti per condividere risorse e

migliorare la loro competitività. Librerie Coop ha visto un aumento del 20% nelle vendite grazie alla collaborazione con produttori locali e alla promozione di eventi comunitari. È l'unica grande catena di librerie indipendente del paese, con oltre 220 dipendenti in una rete di 85 punti vendita. La rete comprende 31 librerie tradizionali nei centri cittadini e nei centri commerciali, 47 spazi "Libri scelti per voi da librerie.coop" negli ipermercati, 7 corner libreria e una libreria online (www.librerie.coop).

5. Impatto delle Politiche Pubbliche:

- Le decisioni governative, come la possibile eliminazione delle carte docenti per l'acquisto di libri, possono avere un impatto significativo sulle vendite delle librerie. Questo cambiamento potrebbe ridurre la domanda di libri nelle librerie fisiche, spingendo i librai a cercare nuove strategie di mercato e a diversificare l'offerta. La potenziale perdita di €150 milioni in vendite annuali rappresenta una sfida significativa per il settore.

4. OBIETTIVI STRATEGICI

Il capitolo 4 del piano strategico di ALI delinea una serie di priorità strategiche, intese a rafforzare e trasformare le librerie italiane per rispondere alle dinamiche del mercato moderno e alle crescenti esigenze dei consumatori. ALI si propone di consolidare il ruolo delle librerie come centri culturali di riferimento, promuovendo l'adozione di tecnologie avanzate e pratiche innovative, fondamentali per competere in un contesto sempre più digitale.

La trasformazione digitale delle librerie è una componente cruciale delle priorità di ALI. Integrando strumenti digitali per la gestione operativa, la promozione sui social media e l'e-commerce, ALI mira a migliorare l'efficienza operativa e l'attrattiva delle librerie. Questo approccio non solo modernizza le operazioni quotidiane delle librerie, ma le posiziona anche come leader nella distribuzione culturale digitale.

ALI pone anche una forte enfasi sulla sostenibilità, promuovendo pratiche ecocompatibili che riducono l'impatto ambientale delle librerie e rafforzano il loro ruolo come centri di incontro e crescita culturale. L'iniziativa di sostenibilità include l'adozione di materiali ecologici, il riciclo e l'efficienza energetica, creando un modello di business responsabile e rispettoso dell'ambiente.

Il rafforzamento della rappresentanza istituzionale è un altro pilastro delle priorità strategiche di ALI. Collaborando strettamente con le istituzioni, ALI si impegna a sviluppare politiche e incentivi che sostengano la crescita delle librerie. Questa attività di advocacy è essenziale per creare un ambiente normativo e operativo favorevole, che supporti le librerie nella loro evoluzione e crescita.

La formazione continua dei librai è un'area di focus fondamentale per ALI. Attraverso programmi di formazione, workshop e risorse educative, l'associazione mira a elevare il livello di professionalità nel settore. Dotare i librai delle competenze necessarie per migliorare la gestione delle loro attività e promuovere efficacemente la cultura del libro è vitale per il successo a lungo termine delle librerie.

In sintesi, le priorità strategiche di ALI si concentrano sulla creazione di un ecosistema sostenibile e innovativo per le librerie italiane, dove tecnologia, formazione e rappresentanza istituzionale si integrano per generare valore sia per i librai che per le comunità servite. Questa visione ambiziosa richiede un impegno costante e una pianificazione strategica accurata, fornendo una direzione chiara e motivante per il futuro dell'associazione e delle librerie italiane.

4.1 Obiettivi Strategici a Breve Termine

1. **Consolidare la base associativa** per aumentare la presenza dell'ALI nel mercato librario e rafforzare la sua influenza a livello nazionale.
2. Stabilire una presenza istituzionale dell'**ALI in ogni capoluogo di regione** per assicurare una rappresentanza capillare e un supporto efficace alle iniziative locali.
3. Aspirare al riconoscimento istituzionale del **ruolo sociale delle librerie** come pilastri educativi e centri di aggregazione comunitaria, elevando il loro profilo nel tessuto sociale e culturale e promuovendo attivamente la loro importanza come entità di pubblico interesse.
4. Innovare i **canali di comunicazione interna** per ottimizzare il flusso informativo e migliorare l'engagement dei membri.
5. **Aumentare la visibilità** e la percezione del valore aggiunto delle iniziative ALI tra i membri e il pubblico.
6. **Promuovere la lettura** come valore sociale e strumento di crescita personale, in particolare tra le giovani generazioni.
7. **Rafforzare le competenze organizzative dell'ALI** per rispondere con prontezza e flessibilità alle sfide del settore.
8. **Intensificare la collaborazione con Confcommercio** per ampliare le opportunità di sviluppo e i vantaggi competitivi per i membri ALI.
9. Rafforzare la presenza all'interno di **Impresa Cultura Italia**
10. Rafforzare la collaborazione tra il **gruppo giovani** e la dirigenza nazionale di Ali per rendere Ali sempre più attenta alle evoluzioni del settore.

4.2 Obiettivi Strategici a Medio Termine

1. **Migliorare la Coesione tra Livelli Territoriali e Nazionali.** Implementare un sistema di comunicazione più efficace e trasparente tra il centro e la periferia, inclusi incontri regolari, una piattaforma di comunicazione interna e aggiornamenti costanti. Questo obiettivo è cruciale per consolidare l'unità e l'efficacia operativa dell'ALI su scala nazionale nel lungo periodo, migliorando la coesione e l'allineamento strategico tra tutti i livelli dell'organizzazione.
2. **Riconoscimento Pieno del Ruolo Sociale delle Librerie.** Promuovere il riconoscimento ufficiale e istituzionale del ruolo fondamentale che le librerie svolgono come centri culturali e sociali nelle comunità. Questo obiettivo sottolinea l'importanza delle librerie non solo come punti vendita di libri, ma come luoghi di aggregazione, educazione e scambio culturale. Le librerie contribuiscono a creare e mantenere il tessuto sociale delle comunità, offrendo spazi per eventi

culturali, incontri e dibattiti. Un pieno riconoscimento del loro ruolo sociale rafforza la loro posizione e la loro capacità di attrarre supporto istituzionale e finanziario, garantendo la loro sostenibilità e crescita nel lungo periodo. Questo obiettivo è essenziale per migliorare la percezione pubblica delle librerie come pilastri culturali e sociali nelle comunità, contribuendo alla loro sostenibilità nel lungo termine.

3. **Espandere e rafforzare la Rete di Librerie.** Sostenere l'apertura e il rinnovo di nuove librerie, soprattutto nel Sud Italia, attraverso incentivi e supporto logistico e finanziario. Questa iniziativa mira a garantire un accesso equo e sostenibile ai beni culturali in tutto il Paese, promuovendo una crescita inclusiva e duratura nel settore librario.
4. **Migliorare la Formazione e le Competenze dei Librai.** Espandere e migliorare la Scuola Librai, offrendo corsi avanzati e aggiornamenti continui sulle nuove tecnologie e tendenze di mercato. Investire nella formazione continua dei librai non solo li prepara ad affrontare sfide future, ma eleva anche il livello di professionalità e competenza nel settore librario.
5. **Aumentare la Collaborazione Internazionale.** Rafforzare i legami con organizzazioni internazionali come l'EIBF e partecipare attivamente a progetti europei e globali. Questo obiettivo favorisce lo scambio di conoscenze, best practices e risorse con altri attori del settore librario globale, promuovendo innovazione e crescita a lungo termine.
6. **Implementare pratiche sostenibili** all'interno delle librerie e promuovere la libreria come impresa sostenibile attraverso certificazioni e partnership con enti di sostenibilità. Questo obiettivo non solo migliora l'impatto ambientale delle operazioni delle librerie, ma rafforza anche la reputazione e l'attrattiva delle librerie come aziende responsabili e moderne.
7. **Fornire supporto strategico alle librerie** per affrontare i cambiamenti del mercato e sfruttare nuove opportunità di crescita.
8. **Potenziare la rete di collaborazione tra le librerie** a livello locale per creare sinergie e condividere best practices.

4.3 Obiettivi Strategici a Lungo Termine

1. **Avere in Tutti i Capoluoghi di Provincia un'Associazione ALI costituita.** Promuovere la costituzione di ALI locali in tutti i capoluoghi di provincia per rafforzare la rappresentanza e l'azione sul territorio. Questo obiettivo mira a migliorare la rappresentanza e l'efficacia dell'ALI a livello locale, sostenendo l'implementazione di iniziative e politiche mirate alle specifiche esigenze regionali.
2. **Implementare un sistema di monitoraggio delle politiche di sostegno al settore librario per orientare strategicamente le future iniziative dell'ALI.**

4.4 Obiettivi Strategici a Lungo Termine attuabili al verificarsi di determinate condizioni

1. **Introduzione di un Aggio Fisso per i Libri Scolastici.** Proporre l'introduzione di un aggio fisso per i libri scolastici per garantire stabilità economica alle librerie. Questo obiettivo mira a garantire certezza alla filiera delle librerie scolastiche favorendone il rilancio degli investimenti.
2. **Patto di Servizio Distributivo: Standard Minimi Riconosciuti dai Distributori alle Librerie.** Negoziare e implementare un patto di servizio distributivo che stabilisca standard minimi per il supporto distributivo alle librerie, inclusi costi e informazioni trasparenti. Questo obiettivo mira a migliorare l'equità e la trasparenza nelle relazioni tra distributori e librerie, sostenendo la sostenibilità economica delle librerie nel lungo periodo.
3. **Approvare la Legge sul Libro sul Modello della Legge sul Cinema.** Avviare un dialogo con le istituzioni per promuovere una legislazione che aumenti le risorse a disposizione delle aziende della filiera libraria, sulla scia del successo ottenuto dalla legge sul cinema. Questo obiettivo mira a creare un ambiente legislativo favorevole che supporti la sostenibilità economica e culturale del settore librario nel lungo periodo.
4. **Assimilare lo Sconto Scolastico allo Sconto Varia per il Cliente Finale.** Lavorare con le istituzioni per equiparare lo sconto scolastico allo sconto della varia per il cliente finale, favorendo condizioni più eque per le librerie. Questo obiettivo mira a migliorare la competitività delle librerie nel mercato educativo, promuovendo un ambiente equo e favorevole per il settore.
5. **Detrazione Fiscale.** Sostenere l'introduzione di detrazioni fiscali per l'acquisto di libri, incentivando la lettura e sostenendo l'industria libraria nel suo complesso. Questo obiettivo mira a promuovere l'accessibilità culturale e a stimolare la domanda di libri nel mercato, contribuendo alla sostenibilità economica delle librerie.
6. **Risoluzione del Doppio Inquadramento.** Lavorare per riunire i due inquadramenti attualmente esistenti nel sistema della rappresentanza di Confcommercio, creando una struttura unificata e coerente. Superare il doppio inquadramento consente di avere certezza dei costi, trasparenza nel rapporto associativo e consente di rafforzare Ali e tutto il sistema della rappresentanza dei librai.
7. **Costruzione di Misure Regionali a Sostegno delle Librerie.** Lavorare con le regioni per sviluppare bandi ad hoc che supportino le librerie locali attraverso incentivi e supporto finanziario. Questo obiettivo mira a promuovere una crescita equa e sostenibile del settore librario in tutte le aree geografiche, rispondendo alle specifiche esigenze regionali.

5. STRATEGIE E TATTICHE

Il capitolo 5, Strategie e Tattiche, delinea l'approccio operativo con cui ALI intende concretizzare i propri obiettivi strategici, allineando le azioni alle sfide e opportunità individuate. Le strategie sviluppate sono progettate per promuovere la crescita sostenibile delle librerie italiane, enfatizzando il loro ruolo culturale e sociale.

Un elemento centrale delle strategie di ALI è il rafforzamento della coesione tra le librerie affiliate. Questa iniziativa si concretizza attraverso il miglioramento della comunicazione interna e la facilitazione dello scambio di best practices. La creazione di una piattaforma digitale centralizzata è fondamentale per promuovere un ambiente collaborativo e integrato. Parallelamente, l'implementazione di workshop periodici su temi chiave come l'innovazione tecnologica e la sostenibilità fornisce agli affiliati gli strumenti necessari per affrontare le dinamiche di un mercato in costante evoluzione.

Un'altra strategia chiave riguarda la promozione della visibilità delle librerie fisiche rispetto a quelle online, attraverso una campagna di branding mirata. Questa iniziativa mira a diffondere la riconoscibilità e il valore unico delle librerie fisiche, evidenziando l'esperienza insostituibile che offrono. La strategia si concentra sulla promozione delle librerie come luoghi di incontro culturale e sociale, utilizzando strumenti di marketing e comunicazione per rafforzare il legame con le comunità locali e attrarre nuovi lettori. Questo approccio potenzia l'attrattiva delle librerie fisiche, valorizzandole rispetto alla crescente concorrenza del mercato online.

ALI si impegna anche a sviluppare e implementare un protocollo di sostenibilità che integri pratiche ecocompatibili e iniziative sociali. Questa strategia mira a posizionare le librerie come modelli di responsabilità ambientale e sociale, promuovendo una maggiore consapevolezza e partecipazione comunitaria. La certificazione delle librerie che adottano queste pratiche funge da incentivo e riconoscimento, favorendo un approccio diffuso e standardizzato alla sostenibilità.

Inoltre, l'organizzazione di eventi come la Festa delle Librerie e gli Stati Generali delle Librerie rappresenta una componente essenziale delle strategie di ALI. Questi eventi non solo aumentano la visibilità delle librerie e rafforzano i legami con le comunità locali, ma forniscono anche una piattaforma per discutere e sviluppare politiche pubbliche a sostegno del settore. Coinvolgendo esperti e stakeholder, ALI mira a influenzare positivamente il contesto normativo e operativo, creando condizioni favorevoli per la crescita e la sostenibilità delle librerie.

Le strategie delineate nel capitolo 5 sono il risultato di un'analisi approfondita degli obiettivi strategici di ALI, tradotti in azioni concrete e misurabili. Queste strategie riflettono l'impegno di ALI verso le librerie affiliate e rappresentano una risposta proattiva alle dinamiche di mercato, garantendo che l'associazione mantenga rilevanza e influenza nel lungo termine.

Le strategie sono suddivise in diverse aree principali: Marketing e Comunicazione, Advocacy, Sviluppo dei Soci, Potenziamento dell'Organizzazione del Lavoro, e Sostenibilità a 360°.

5.1 Strategie di Marketing e Comunicazione

Obiettivi:

1. Promuovere l'associazione e aumentare la visibilità delle librerie italiane.
2. Migliorare la percezione del lavoro svolto attraverso campagne di comunicazione mirate.
3. Aumentare la visibilità delle attività ALI attraverso i social media e collaborazioni con media locali e nazionali.

Strategie e Tattiche:

1. Campagne di Comunicazione Integrate:

- **Descrizione:** Sviluppare campagne di comunicazione su scala nazionale per sensibilizzare il pubblico sull'importanza delle librerie. Utilizzare un mix di piattaforme digitali, social media e media tradizionali per massimizzare la portata.
- **Tattiche:**
 - Collaborare con influencer e testimonial del mondo culturale per amplificare il messaggio.
 - Creare contenuti multimediali accattivanti per attirare diverse fasce di pubblico.

2. Branding delle Librerie:

- **Descrizione:** Rafforzare l'immagine delle librerie fisiche associate ad ALI e supportarle nell'adozione del brand per migliorare la riconoscibilità e la coesione del network.
- **Tattiche:**
 - Fornire materiali promozionali personalizzati per le librerie.
 - Offrire formazione specifica su come utilizzare efficacemente il brand nelle attività quotidiane.

3. Eventi e Iniziative Culturali:

- **Descrizione:** Organizzare eventi nazionali e locali per promuovere la cultura del libro e le librerie come centri culturali vitali.
- **Tattiche:**
 - Promuovere la "Giornata Nazionale della Libreria" con eventi speciali.
 - Coordinare festival letterari e fiere del libro per aumentare la partecipazione e l'interesse del pubblico.

4. Comunicazione Interna:

- **Descrizione:** Migliorare la coesione territoriale attraverso una comunicazione efficace e strutturata tra le librerie e l'associazione.
- **Tattiche:**
 - Implementare piattaforme digitali per facilitare lo scambio di informazioni e best practices.

- Sviluppare campagne di comunicazione interne per evidenziare i risultati ottenuti.
- Creare un sistema di newsletter e organizzare incontri regolari per mantenere un flusso informativo costante.

5. Festa delle Librerie:

- **Descrizione:** Organizzare un evento annuale dedicato alle librerie per celebrare il loro ruolo culturale e attirare l'attenzione del pubblico.
- **Tattiche:**
 - Coinvolgere le librerie locali nella promozione di attività speciali durante la festa.
 - Collaborare con media locali e nazionali per coprire l'evento e aumentare la visibilità.

6. Premio letterario Associazione Librai Italiani:

- **Descrizione:** Istituire un premio letterario organizzato dai Librai. Comunicazione interna ed esterna.
- **Tattiche:**
 - Organizzare un premio letterario coinvolgendo le librerie italiane.
 - La scelta del libro è in capo ai librai. Va organizzato il loro coinvolgimento ed ingaggio.
 - Collaborare con media locali e nazionali per coprire l'evento e aumentare la visibilità.

5.2 Strategie di Advocacy

Obiettivo: Rafforzare la presenza istituzionale e le attività di advocacy per influenzare le politiche a favore dei librai.

Strategie e Tattiche:

1. Rafforzare la presenza territoriale dell'ALI:

- **Descrizione:** Stabilire una presenza istituzionale dell'ALI in ogni capoluogo di regione.
- **Tattiche:**
 - Selezione e formazione dei rappresentanti regionali
 - Apertura di punti di contatto fisici e digitali

2. Dialogo con le Istituzioni:

- **Descrizione:** Mantenere un dialogo costante con le istituzioni per promuovere politiche favorevoli alle librerie.
- **Tattiche:**
 - Partecipare a tavoli di lavoro e consultazioni pubbliche.
 - Collaborare con enti governativi per sviluppare proposte legislative a supporto delle librerie.

3. Promozione della Legislazione:

- **Descrizione:** Lavorare per l'approvazione di leggi che favoriscano il settore librario, migliorando le condizioni operative delle librerie.
- **Tattiche:**
 - Sostenere l'introduzione di detrazioni fiscali per l'acquisto di libri.
 - Avviare campagne di sensibilizzazione per promuovere una legge sul libro simile alla legge sul cinema.

4. Partnership e Collaborazioni:

- **Descrizione:** Rafforzare i legami con organizzazioni internazionali e altre associazioni culturali per condividere best practices e risorse.
- **Tattiche:**
 - Collaborare con l'EIBF e altre associazioni di categoria.
 - Promuovere progetti comuni che beneficino le librerie a livello globale.

5. Patto di Servizio Distributivo:

- **Descrizione:** Negoziare standard minimi di servizio con i distributori per garantire equità e trasparenza.
- **Tattiche:**
 - Stabilire accordi chiari sui costi e sulle informazioni.
 - Monitorare le performance dei distributori per assicurare il rispetto degli standard concordati.

6. Organizzazione degli Stati Generali delle Librerie:

- **Descrizione:** Organizzare un evento programmatico per analizzare lo stato delle librerie e sviluppare raccomandazioni concrete per migliorare il settore.
- **Tattiche:**
 - Utilizzare i risultati del censimento delle librerie per informare le discussioni.
 - Coinvolgere esperti e stakeholder per elaborare strategie di intervento pubblico.

5.3 Strategie di Sviluppo dei Soci

Obiettivi:

1. Aumentare il numero di membri e migliorare il coinvolgimento dei soci.
2. Creare programmi di formazione continua e aggiornamento per i librai.
3. Sviluppare iniziative di networking e scambio di best practice tra i soci.

Strategie e Tattiche:

1. Espansione della Rete di Librerie:

- **Descrizione:** Incentivare l'apertura di nuove librerie e promuovere la creazione di sezioni locali dell'ALI.
- **Tattiche:**
 - Offrire incentivi finanziari e logistici per le nuove aperture.
 - Supportare la costituzione di ALI locali in tutti i capoluoghi di provincia.

2. Formazione Continua:

- **Descrizione:** Espandere l'offerta formativa della Scuola Librai e organizzare workshop su temi rilevanti.
- **Tattiche:**
 - Offrire corsi avanzati e aggiornamenti continui per i librai.
 - Organizzare seminari e workshop periodici per migliorare le competenze professionali.

3. Coinvolgimento e Fidelizzazione:

- **Descrizione:** Creare programmi di fidelizzazione e implementare pratiche sostenibili nelle librerie.
- **Tattiche:**
 - Sviluppare programmi di membership con benefici esclusivi.
 - Promuovere l'adozione di pratiche eco-friendly e ottenere certificazioni di sostenibilità.

4. Supporto alle Iniziative Locali:

- **Descrizione:** Fornire supporto strategico e finanziario per iniziative locali e sviluppare bandi regionali.
- **Tattiche:**
 - Offrire consulenze e assistenza tecnica per progetti locali.
 - Creare bandi regionali specifici per incentivare lo sviluppo delle librerie locali.

5. Premio dei Librai Italiani:

- **Descrizione:** Istituire un premio annuale per riconoscere l'eccellenza nel settore librario.
- **Tattiche:**
 - Organizzare un concorso annuale ispirato a iniziative internazionali.
 - Premiare i librai che dimostrano innovazione, impegno e risultati eccellenti.

5.4 Potenziamento dell'Organizzazione del Lavoro

Obiettivo: Migliorare la comunicazione interna e introdurre tecnologie collaborative per ottimizzare l'efficienza operativa. Potenziare la struttura organizzativa attraverso il coinvolgimento di risorse con competenze giuridiche e di relazioni istituzionali.

Strategie e Tattiche:

1. Tecnologie Collaborative:

- **Descrizione:** Introdurre strumenti digitali e piattaforme collaborative per migliorare l'efficienza e la comunicazione interna.
- **Tattiche:**
 - Fornire formazione sull'uso delle nuove tecnologie.
 - Implementare software collaborativi per facilitare il lavoro di squadra.

2. Ottimizzazione dei Processi:

- **Descrizione:** Analizzare e migliorare i processi interni per aumentarne l'efficienza.
- **Tattiche:**
 - Condurre analisi dei processi esistenti.
 - Adottare best practices per la gestione del lavoro.

3. Potenziamento della Struttura:

- **Descrizione:** Rafforzare la struttura organizzativa attraverso l'inclusione di risorse con competenze specifiche.
- **Tattiche:**
 - Reclutare risorse interne con competenze giuridiche e di relazioni istituzionali.
 - Fornire formazione continua per aggiornare le competenze del personale.

5.5 Sostenibilità a 360°

Obiettivo: Implementare strategie per la sostenibilità ambientale e promuovere iniziative sociali, valorizzando il ruolo delle librerie nel creare impatto sociale positivo.

Strategie e Tattiche:

1. Protocollo di Sostenibilità ALI:

- **Descrizione:** Sviluppare un protocollo di sostenibilità specifico per le librerie affiliate ad ALI, orientato agli obiettivi ESG (ambientali, sociali e di governance). Questo protocollo servirà come standard per la certificazione in proprio delle librerie.
- **Tattiche:**
 - **Sviluppo del Protocollo:** Redigere linee guida dettagliate per pratiche sostenibili, che includano l'uso di materiali ecocompatibili, il riciclo e l'efficienza energetica.
 - **Certificazione Interna:** Implementare un sistema di certificazione interno basato sul protocollo ALI, che valuti le librerie sulle loro pratiche ESG e impatto sociale.
 - **Supporto e Consulenza:** Fornire supporto tecnico e consulenza alle librerie per l'implementazione del protocollo, inclusi workshop formativi e risorse informative.

2. Iniziative di Coinvolgimento della Comunità:

- **Descrizione:** Promuovere iniziative che rafforzino il legame tra le librerie e le loro comunità locali, valorizzando il ruolo delle librerie come centri culturali e sociali.
- **Tattiche:**
 - **Eventi Culturali e Sociali:** Organizzare eventi culturali, letture pubbliche, laboratori creativi e incontri con autori per coinvolgere la comunità e promuovere la lettura.
 - **Collaborazioni Locali:** Stabilire partnership con scuole, biblioteche e altre istituzioni culturali per sviluppare progetti educativi e culturali che abbiano un impatto sociale positivo.
 - **Promozione dell'Alfabetizzazione:** Lanciare campagne per promuovere l'alfabetizzazione e l'accesso ai libri, con particolare attenzione alle fasce più vulnerabili della popolazione.

3. Certificazioni di Sostenibilità:

- **Descrizione:** Supportare le librerie nell'ottenimento di certificazioni di sostenibilità riconosciute, valorizzando il loro impegno verso pratiche responsabili e sostenibili.
- **Tattiche:**
 - **Linee Guida per la Certificazione:** Fornire linee guida dettagliate per ottenere certificazioni di sostenibilità, come ISO 14001.

- **Supporto durante il Processo di Certificazione:** Offrire assistenza tecnica e formazione continua per accompagnare le librerie nel processo di certificazione.
- **Valorizzazione delle Certificazioni:** Promuovere le librerie certificate come esempi di eccellenza nelle pratiche sostenibili e socialmente responsabili, aumentando la loro visibilità e attrattiva per i clienti.

4. Monitoraggio e Valutazione:

- **Descrizione:** Monitorare e valutare l'efficacia delle iniziative di sostenibilità e sociali per garantire il miglioramento continuo e l'aderenza agli obiettivi ESG.
- **Tattiche:**
 - **Indicatori di Prestazione:** Definire e monitorare indicatori chiave di prestazione (KPI) per valutare l'impatto delle pratiche sostenibili e delle iniziative sociali.
 - **Rapporti Annuali:** Pubblicare rapporti annuali sui progressi compiuti in termini di sostenibilità e impatto sociale, condividendo le migliori pratiche e le lezioni apprese.

6. PROGETTI OPERATIVI

Il capitolo 6 rappresenta una fase essenziale nell'implementazione della strategia di ALI, delineata nei capitoli precedenti. Dopo aver stabilito una missione chiara, una visione orientata al futuro e valori fondamentali solidi, nonché obiettivi strategici definiti e strategie operative dettagliate, si procede ora alla presentazione di progetti specifici.

I progetti inclusi in questo capitolo sono stati selezionati in base alla loro rilevanza e potenziale impatto rispetto agli obiettivi strategici identificati. La scelta di focalizzarsi su questi progetti è il risultato di un'analisi approfondita delle sfide e delle opportunità delineate nel contesto competitivo e nei risultati dell'analisi SWOT. Sono stati considerati criteri di fattibilità, capacità di innovazione e potenziale di creazione di valore per le librerie affiliate e le comunità servite.

Ogni progetto è stato concepito per supportare le librerie italiane in maniera concreta, riflettendo l'approccio strategico di ALI orientato alla crescita sostenibile e alla competitività. Le iniziative descritte mirano a migliorare la coesione territoriale, aumentare la visibilità, promuovere la sostenibilità e stimolare l'innovazione all'interno del settore librario. Questi progetti traducono le strategie delineate in azioni pratiche, consolidando il ruolo di ALI come ente di rappresentanza e supporto per le librerie.

Il capitolo 6 offre una panoramica dettagliata di alcune delle iniziative chiave che ALI intende perseguire, evidenziando come ogni progetto sia strumentale alla realizzazione degli obiettivi strategici. La selezione e la presentazione di questi progetti seguono un approccio metodico e orientato ai risultati, sottolineando l'approccio strutturato e mirato di ALI.

6.1 Presenza Istituzionale dell'ALI nei Capoluoghi Regionali

Obiettivo del Progetto

Stabilire una **presenza istituzionale dell'Associazione Librai Italiani (ALI) in ogni capoluogo di regione** per garantire una rappresentanza capillare e offrire supporto efficace alle iniziative locali. Questo progetto operativo contribuirà al raggiungimento dell'obiettivo strategico di medio termine di rafforzare la visibilità dell'ALI e migliorare l'accesso ai servizi e alla rete di supporto per i librai in tutta Italia.

Descrizione del Progetto

L'obiettivo del progetto è quello di creare e consolidare punti di contatto istituzionali dell'ALI in ogni capoluogo di regione. Ogni punto di contatto, che potrà essere uno spazio fisico presso le Confcommercio locali o un punto di contatto digitale, avrà il compito di rappresentare l'associazione a livello locale, facilitare la comunicazione con le istituzioni locali e promuovere le attività dell'ALI e dei librai sul territorio. Questi punti di presenza istituzionale saranno gestiti da rappresentanti locali selezionati e formati dall'associazione, e avranno la funzione di collegamento tra la sede nazionale e le realtà territoriali.

Attività Chiave

- 1. Selezione dei Rappresentanti Regionali:** Identificare e selezionare rappresentanti regionali che abbiano una conoscenza approfondita del settore librario locale e delle dinamiche istituzionali della regione. Ogni rappresentante dovrà essere formato sulle politiche e sulle iniziative dell'ALI per garantire una rappresentanza coerente.
- 2. Creazione di Uffici o Punti di Presenza:** Stabilire punti di contatto fisici o virtuali in ogni capoluogo di regione. Questo potrebbe includere uno spazio fisico presso le Confcommercio locali, o un punto di contatto digitale, anche presso una libreria affiliata, che possa essere facilmente accessibile dai librai e dalle istituzioni locali.
- 3. Formazione dei Rappresentanti:** Organizzare corsi di formazione per i rappresentanti regionali su temi quali advocacy, gestione delle relazioni istituzionali, promozione della lettura e delle attività locali. La formazione permetterà ai rappresentanti di operare efficacemente come punto di riferimento per i librai locali e di promuovere le iniziative dell'ALI.
- 4. Collaborazione con le Istituzioni Locali:** Stabilire contatti regolari con le istituzioni locali (comuni, province, camere di commercio) per promuovere politiche a favore delle librerie e della promozione della lettura. Questi contatti saranno fondamentali per facilitare la partecipazione dei librai locali alle iniziative culturali e per accedere a fondi e incentivi regionali.
- 5. Eventi e Iniziative Locali:** Organizzare eventi locali nei capoluoghi di regione, in collaborazione con i librai locali, per promuovere la lettura e la cultura.
- 6. Supporto alla Crescita e allo Sviluppo delle Librerie:** Fornire consulenza e assistenza tecnica alle librerie locali per migliorare la gestione operativa, l'accesso ai finanziamenti e l'adozione di pratiche innovative. Questo supporto contribuirà a rafforzare la sostenibilità e la competitività delle librerie affiliate, in linea con gli obiettivi strategici dell'ALI.

Risultati Attesi

- **Maggiore visibilità dell'ALI** a livello regionale, con una presenza strutturata in ogni capoluogo che faciliti il dialogo con le istituzioni locali.
- **Supporto più efficace per i librai** in termini di accesso alle informazioni, alle iniziative e alle opportunità di formazione.
- **Aumento del coinvolgimento dei librai locali** nelle iniziative regionali e nazionali dell'ALI, grazie a una rappresentanza più vicina e accessibile.
- **Promozione della lettura** e del ruolo delle librerie come centri culturali attivi nelle comunità locali.
- **Sviluppo delle librerie locali** attraverso l'accesso a strumenti di consulenza e supporto che ne migliorino la gestione e la competitività.

Tempistiche

- **Fase 1:** Selezione dei rappresentanti regionali (entro 9 mesi).
- **Fase 2:** Creazione dei punti di presenza istituzionale (entro 12 mesi).
- **Fase 3:** Formazione dei rappresentanti e avvio delle attività locali (entro 12 mesi).
- **Fase 4:** Organizzazione di eventi e consolidamento delle relazioni con le istituzioni locali (entro 18 mesi).
- **Fase 5:** Supporto continuo alla crescita e allo sviluppo delle librerie locali (entro 24 mesi).

Risorse Necessarie

- **Budget per la formazione e il supporto dei rappresentanti regionali**, per corsi di formazione e materiali didattici
- **Risorse umane di competenza nazionale per facilitare lo sviluppo locale**, per il coordinamento delle attività locali.
- **Supporto tecnologico** per la creazione di punti di contatto digitali: per piattaforme online, strumenti di comunicazione e manutenzione.
- **Consulenti esperti** per fornire supporto tecnico e consulenza alle librerie locali: per consulenze specialistiche.
- **Costi di trasferta**, per spese di viaggio e soggiorno dei rappresentanti nazionali.

Indicatori di Performance (KPI)

- **Numero di punti di presenza istituzionale attivati** entro il primo anno.
- **Numero di relazioni attivate** con le istituzioni locali e la loro partecipazione alle iniziative dell'ALI.
- **Feedback dei librai locali** sulla qualità del supporto ricevuto dai rappresentanti regionali.
- **Numero di librerie che hanno beneficiato del supporto tecnico e delle consulenze** per migliorare la loro gestione e competitività.

6.2. Piattaforma di Comunicazione Interna

Descrizione

La creazione di una piattaforma digitale centralizzata per migliorare la comunicazione interna tra le librerie affiliate e l'associazione rappresenta un progetto fondamentale per ALI. Questa piattaforma includerà sezioni dedicate a notizie, aggiornamenti, forum di discussione e risorse utili, facilitando lo scambio di informazioni e best practices tra i membri. Inoltre, la piattaforma supporterà la collaborazione tra le librerie, migliorando la coesione e l'efficacia operativa. Verranno offerti workshop e formazione continua per garantire l'adozione e l'uso efficace della piattaforma. L'obiettivo è creare uno strumento integrato che favorisca la trasparenza, l'efficienza e l'engagement tra i membri di ALI.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Migliorare la coesione territoriale e la comunicazione interna:** Facilitare un flusso di comunicazione continuo e trasparente tra tutti i membri, indipendentemente dalla loro posizione geografica.
- **Facilitare lo scambio di informazioni e best practices:** Creare un ambiente in cui le librerie possano condividere esperienze e soluzioni, promuovendo l'apprendimento reciproco.
- **Aumentare l'engagement dei membri:** Coinvolgere attivamente le librerie nelle attività dell'associazione, aumentando il senso di appartenenza e partecipazione.

Tattiche

1. Sviluppo della Piattaforma

- **Descrizione:** Creare una piattaforma user-friendly con sezioni dedicate a news, aggiornamenti, forum di discussione e risorse utili. La piattaforma dovrà essere accessibile da vari dispositivi e garantire un'interfaccia intuitiva.
- **Esempio:** Una libreria in una piccola città potrebbe utilizzare la piattaforma per condividere idee su come organizzare eventi locali di successo, permettendo ad altre librerie di replicare queste iniziative e creare un senso di comunità e supporto reciproco.

2. Formazione Continua

- **Descrizione:** Offrire formazione su come utilizzare la piattaforma attraverso webinar, tutorial, e sessioni di coaching individuale. La formazione sarà mirata a diverse competenze, da quelle base a quelle avanzate, per assicurare che tutti i membri possano sfruttare al meglio le funzionalità offerte.
- **Esempio:** Organizzare un webinar mensile in cui si illustrano le nuove funzionalità della piattaforma e si risponde alle domande degli utenti, migliorando continuamente l'usabilità dello strumento.

3. Sistema di Feedback

- **Descrizione:** Implementare un sistema di feedback per raccogliere suggerimenti e commenti dagli utenti, permettendo di migliorare continuamente la piattaforma in base alle esigenze degli utenti. Questo sistema sarà essenziale per adattare la piattaforma alle evoluzioni del mercato e alle nuove necessità dei membri.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

- **Esempio:** Utilizzare sondaggi periodici e forum di discussione per raccogliere input dagli utenti e apportare miglioramenti continui, come l'aggiunta di nuove funzionalità richieste dai membri.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- **Formazione del team di progetto:** Costituire un gruppo di lavoro all'interno di ALI dedicato alla progettazione e sviluppo della piattaforma.
- **Definizione delle specifiche tecniche:** Collaborare con sviluppatori software per definire le funzionalità e l'interfaccia della piattaforma.
- **Identificazione dei bisogni dei membri:** Condurre un'indagine tra le librerie affiliate per identificare le loro esigenze e aspettative.

Fase di Sviluppo

- **Progettazione della piattaforma:** Lavorare con sviluppatori e designer per creare un'interfaccia user-friendly e funzionale.
- **Test e feedback iniziale:** Rilasciare una versione beta della piattaforma a un gruppo ristretto di utenti per raccogliere feedback e apportare miglioramenti prima del lancio ufficiale.

Fase di Esecuzione

- **Lancio ufficiale:** Presentare la piattaforma a tutti i membri di ALI con una campagna di comunicazione mirata.
- **Formazione degli utenti:** Avviare programmi di formazione e supporto continuo per assicurare che tutti i membri possano utilizzare efficacemente la piattaforma.
- **Monitoraggio e miglioramento:** Monitorare l'uso della piattaforma e raccogliere feedback per apportare miglioramenti continui.

Fase di Valutazione

- **Raccolta e analisi dei dati:** Utilizzare strumenti di analisi per monitorare l'uso della piattaforma e valutare l'impatto sulle comunicazioni interne e sulla coesione tra i membri.
- **Report annuali:** Pubblicare rapporti annuali che evidenzino i risultati ottenuti e le aree di miglioramento, assicurando trasparenza continua e un miglioramento costante del progetto.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di utenti attivi sulla piattaforma, numero di post e interazioni nei forum, feedback positivo raccolto, partecipazione ai webinar.
- **Monitoraggio:** Utilizzare strumenti di analisi web per monitorare il traffico e le interazioni sulla piattaforma, sondaggi di soddisfazione trimestrali, analisi dei dati di utilizzo.
- **Rapporti:** Report trimestrali sull'uso della piattaforma e sui miglioramenti suggeriti, analisi annuali del coinvolgimento e dell'efficacia della comunicazione interna.

Risorse

L'implementazione della Piattaforma di Comunicazione Interna richiederà un investimento iniziale moderato e un impegno continuo per il mantenimento e la formazione degli utenti. Adattando l'approccio "Platform Model", la progettazione sarà più efficiente e mirata. Si terrà conto dei risultati raggiunti nella costruzione della piattaforma esistente per ottimizzare ulteriormente il processo.

Le principali voci di investimento iniziale includono:

- **Progettazione:** La progettazione, da affidare a uno specialista certificato in "Platform model"
- **Project Manager:** Il coordinamento del progetto sarà affidato a un project manager part-time.
- **Sviluppatore Software:** La realizzazione e la manutenzione tecnica della piattaforma saranno gestite da un singolo sviluppatore.

Le risorse umane saranno gestite in modo ottimizzato, con un team di sviluppo ridotto e un supporto part-time per garantire la sostenibilità e l'efficacia della piattaforma. Il supporto agli utenti includerà la conduzione di workshop e la gestione continua.

Le risorse materiali saranno limitate all'essenziale, utilizzando soluzioni economiche per hardware, software e hosting. Per esempio, l'infrastruttura IT, comprensiva di hardware minimo e licenze software. I servizi di webinar e workshop saranno gestiti con soluzioni gratuite o a basso costo.

Adotteremo un approccio "agile" per la gestione del progetto, che ci permetterà di suddividere il lavoro in iterazioni incrementali e cicli di sviluppo brevi. Questo metodo offre numerosi vantaggi, tra cui una maggiore flessibilità, una rapida risposta ai cambiamenti, una migliore gestione delle priorità e una maggiore trasparenza durante tutto il ciclo di sviluppo. L'approccio agile ci consentirà di rilasciare funzionalità della piattaforma in tempi più brevi, di ottenere feedback frequenti dagli utenti e di apportare miglioramenti continui in base alle loro esigenze.

Questo approccio assicurerà che la piattaforma non solo risponda alle esigenze attuali delle librerie affiliate, ma sia anche sostenibile nel lungo termine, promuovendo una comunicazione interna efficace e la condivisione delle best practices tra i membri di ALI.

6.3. Campagna di Branding delle Librerie

Descrizione: La Campagna di Branding delle Librerie mira a rafforzare un'identità visiva distintiva e coesa per le librerie fisiche affiliate ad ALI. L'iniziativa prevede lo sviluppo di loghi, materiali promozionali e linee guida, da distribuire a tutte le librerie fisiche affiliate. Saranno organizzati workshop e sessioni formative, inclusi esempi di marketing visivo e storytelling, che rafforzeranno l'immagine e l'attrattiva delle librerie agli occhi del pubblico.

Obiettivi e Strategie Correlati:

- **Aumentare la visibilità delle librerie italiane:** Promuovere una presenza più forte e riconoscibile delle librerie fisiche affiliate, migliorando la loro visibilità presso il pubblico.
- **Rafforzare il marchio:** Sviluppare un'identità visiva unica che distingua le librerie fisiche affiliate.
- **Rafforzare la coesione tra le librerie affiliate:** Unificare l'immagine delle librerie fisiche sotto un brand comune, promuovendo un senso di appartenenza e coesione.

Tattiche:

1. Sviluppo del Brand:

- **Loghi e Materiali Promozionali:** Creare loghi e materiali promozionali distintivi che riflettano l'identità e i valori delle librerie affiliate. Questi materiali includeranno brochure, poster, segnalibri, e materiali per social media.
- **Linee Guida per l'Adozione del Brand:** Redigere linee guida dettagliate su come utilizzare correttamente il brand nelle comunicazioni e nelle attività di marketing delle librerie. Le linee guida includeranno esempi di successo di campagne di rebranding in altri settori per fornire contesto e ispirazione.

2. Formazione e Supporto:

- **Workshop e Sessioni Formative:** Organizzare workshop e sessioni formative per le librerie affiliate, con focus su marketing visivo, storytelling e tecniche di branding. I workshop includeranno studi di caso di successo per illustrare le migliori pratiche.
- **Supporto Continuo:** Monitorare l'adozione del brand attraverso sondaggi e feedback dei clienti, fornendo supporto continuo per garantire che il brand venga utilizzato in modo coerente ed efficace. Analizzare l'efficacia della campagna e apportare modifiche basate sui feedback ricevuti.

3. Esempi di Successo e Ispirazione:

- **Studi di Caso:** Includere studi di caso di campagne di rebranding di successo in settori simili o correlati. Ad esempio, il rebranding delle librerie Waterstones nel Regno Unito e la loro strategia di marketing visivo potrebbero servire come esempio ispiratore.
- **Collaborazione con Esperti:** Coinvolgere esperti di branding e marketing per fornire consulenze personalizzate alle librerie affiliate, aiutandole a implementare il brand in modo efficace.

Esempio: La campagna potrebbe prendere spunto dalle iniziative dell'American Booksellers Association (ABA) che ha realizzato iniziative di branding. In particolare, hanno sviluppato una campagna di marketing natalizia intitolata "The Future Is Indie, The Presents Are Now". Questa campagna enfatizza il valore delle librerie fisiche e promuove l'acquisto di libri come regali significativi che vanno oltre il materiale, concentrando l'attenzione sull'esperienza della narrazione, della scoperta e della connessione comunitaria. L'ABA fornisce materiali di marketing come poster, banner web e grafiche per i social media per supportare questa campagna, aiutando le librerie membri a comunicare efficacemente le loro offerte uniche e il valore comunitario durante la stagione festiva.

Inoltre, gli sforzi di branding dell'ABA sono supportati dal loro coinvolgimento in diversi eventi e iniziative che rafforzano la loro identità di marca come campioni delle librerie fisiche.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di librerie che adottano il nuovo brand, feedback positivo sul nuovo brand, incremento della visibilità delle librerie affiliate.
- **Monitoraggio:** Analisi delle interazioni sui social media, sondaggi di feedback tra i clienti, monitoraggio delle vendite prima e dopo il rebranding.
- **Rapporti:** Report trimestrali sull'adozione del brand, analisi annuali sull'efficacia della campagna di branding.

Risorse

L'implementazione della Campagna di Branding delle Librerie richiederà un investimento iniziale adeguato e un impegno continuo per il mantenimento delle attività promozionali e formative. Il progetto si concentrerà sulla creazione di un'identità visiva coesa e sulla promozione del valore delle librerie fisiche rispetto a quelle online.

Saranno necessarie risorse per la produzione di loghi e materiali promozionali, per la realizzazione delle linee guida per l'adozione del brand, per i workshop e le sessioni formative, incluse consulenze con esperti di branding. Saranno necessarie, inoltre, risorse per la campagna di comunicazione, che prevede la promozione su social media e altri canali.

Adotteremo un approccio agile, suddividendo il progetto in fasi incrementali e iterazioni brevi. Questo metodo offrirà flessibilità e reattività ai cambiamenti, permettendo di ottenere feedback frequenti dagli stakeholder e di apportare miglioramenti continui. L'approccio agile garantirà che la campagna di branding sia adattata alle esigenze delle librerie affiliate e sostenibile nel lungo termine, migliorando la visibilità e l'attrattiva delle librerie italiane.

L'approccio sarà incentrato sul branding design, offrendo numerosi vantaggi. Il branding design non solo rafforza l'identità e la riconoscibilità delle librerie, ma crea anche un'immagine positiva e coerente. Promuove la fedeltà dei clienti, migliora la percezione del valore delle librerie fisiche rispetto a quelle online e facilita la comunicazione dei valori e delle offerte distintive delle librerie. Inoltre, un branding design efficace può differenziare le librerie affiliate in un mercato competitivo, creando un'esperienza unica per i clienti e attrarre nuovi visitatori.

6.4. Protocollo di Sostenibilità ALI

Descrizione: ALI svilupperà un protocollo di sostenibilità specifico per le librerie, orientato agli obiettivi ESG (ambientali, sociali e di governance). Oltre a pratiche ecocompatibili e di efficienza energetica, il protocollo porrà un forte accento sul pilastro sociale (S) delle ESG, valorizzando il ruolo sociale delle librerie come centri culturali e comunitari. Il protocollo includerà linee guida dettagliate su pratiche sostenibili e iniziative sociali, come l'uso di materiali ecocompatibili, il riciclo, l'efficienza energetica e l'organizzazione di eventi comunitari. Sarà implementato un sistema di certificazione interno per valutare le librerie sulle loro pratiche ESG e impatto sociale. ALI offrirà supporto tecnico e consulenza alle librerie per l'implementazione del protocollo, inclusi workshop formativi e risorse informative.

Obiettivi e Strategie Correlati:

- **Implementare strategie per la sostenibilità ambientale e promuovere iniziative sociali:** Migliorare l'impatto ambientale delle librerie e il loro ruolo nella comunità.
- **Creare un sistema di certificazione interno:** Valutare e riconoscere le librerie che seguono pratiche sostenibili e sociali.
- **Valorizzare il ruolo sociale delle librerie:** Promuovere le librerie come centri culturali e sociali che adottano pratiche responsabili.

Tattiche:

1. Redigere Linee Guida Dettagliate:

- **Descrizione:** Sviluppare linee guida dettagliate per pratiche sostenibili e iniziative sociali, coprendo aspetti come l'uso di materiali ecocompatibili, il riciclo, l'efficienza energetica e la promozione di eventi comunitari.
- **Esempio:** Le linee guida potrebbero includere raccomandazioni per l'uso di carta riciclata, la riduzione dell'uso di plastica, l'installazione di sistemi di illuminazione a basso consumo energetico, e l'organizzazione di letture pubbliche e laboratori creativi per la comunità.

2. Offrire Supporto Tecnico e Consulenza:

- **Descrizione:** Fornire supporto tecnico e consulenza alle librerie per l'implementazione del protocollo, inclusi workshop formativi e risorse informative continue.
- **Esempio:** Organizzare sessioni di consulenza personalizzate per le librerie che desiderano migliorare la loro sostenibilità e impatto sociale, con esperti del settore che forniscono consigli pratici.

3. Organizzare Workshop Formativi:

- **Descrizione:** Organizzare workshop formativi per le librerie, fornendo aggiornamenti regolari su nuove pratiche sostenibili, tecnologie emergenti e iniziative sociali.

- **Esempio:** Un workshop potrebbe concentrarsi sull'uso di energie rinnovabili e sulla creazione di spazi comunitari all'interno delle librerie, mostrando come le librerie possono diventare punti di riferimento culturale e sociale.

4. Piano di Comunicazione:

- **Descrizione:** Delineare un piano di comunicazione per sensibilizzare i clienti delle librerie sui benefici delle pratiche sostenibili e delle iniziative sociali adottate.
- **Esempio:** Creare campagne di marketing che promuovano le pratiche sostenibili e le iniziative sociali delle librerie, come eventi culturali e programmi di alfabetizzazione, attraverso social media, newsletter e materiali promozionali in negozio.

5. Certificazione Interna:

- **Descrizione:** Implementare un sistema di certificazione interno basato sul protocollo ALI, che valuti le librerie sulle loro pratiche ESG e impatto sociale.
- **Esempio:** Una libreria che segue le linee guida del protocollo potrebbe ottenere un certificato di sostenibilità e impatto sociale, simile alla certificazione LEED per edifici sostenibili, diventando un modello di eccellenza per pratiche sostenibili e iniziative sociali.

6. Monitoraggio e Valutazione:

- **Descrizione:** Monitorare e valutare l'efficacia delle pratiche sostenibili e delle iniziative sociali adottate dalle librerie per garantire miglioramenti continui.
- **Esempio:** Utilizzare KPI (Key Performance Indicators) per misurare l'efficacia delle iniziative di sostenibilità e sociali, come la riduzione del consumo energetico, l'aumento del riciclo e il numero di eventi comunitari organizzati.

Esempi Pratici:

1. Eventi Comunitari:

- **Descrizione:** Organizzare eventi che favoriscano l'inclusione sociale, come laboratori di lettura per bambini, sessioni di lettura per anziani, e gruppi di discussione su temi rilevanti per la comunità.
- **Esempio:** Una libreria potrebbe collaborare con scuole locali per organizzare sessioni di lettura settimanali, promuovendo l'alfabetizzazione e il coinvolgimento dei giovani nella comunità.

2. Collaborazioni con Organizzazioni Non-Profit:

- **Descrizione:** Stabilire partnership con organizzazioni non-profit per sostenere cause sociali e ambientali, aumentando l'impatto sociale delle librerie.
- **Esempio:** Una libreria potrebbe collaborare con una ONG locale per organizzare una campagna di raccolta fondi a favore di programmi educativi per bambini svantaggiati, utilizzando la libreria come punto di raccolta e sensibilizzazione.

3. Programmi di Alfabetizzazione:

- **Descrizione:** Implementare programmi di alfabetizzazione per adulti e bambini, offrendo corsi gratuiti o a basso costo per migliorare le competenze di lettura e scrittura nella comunità.
- **Esempio:** Una libreria potrebbe avviare un programma di doposcuola per aiutare i bambini a migliorare le loro abilità di lettura, coinvolgendo volontari locali e insegnanti in pensione.

4. Spazi di Incontro per la Comunità:

- **Descrizione:** Trasformare le librerie in spazi di incontro per la comunità, offrendo aree per riunioni, workshop, e attività sociali.
- **Esempio:** Una libreria potrebbe dedicare uno spazio all'interno del negozio per ospitare gruppi di supporto, club del libro, e workshop di artigianato, creando un ambiente accogliente e inclusivo per tutte le età.

5. Iniziative di Inclusione Sociale:

- **Descrizione:** Promuovere iniziative che supportino l'inclusione sociale, come la creazione di programmi per persone con disabilità, anziani, e migranti.
- **Esempio:** Una libreria potrebbe organizzare sessioni di lettura in braille o audiolibri per non vedenti, o offrire corsi di lingua italiana per migranti, contribuendo all'integrazione e al benessere della comunità.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di librerie certificate, riduzione del consumo energetico, numero di eventi comunitari organizzati, percentuale di materiali riciclati utilizzati, aumento del coinvolgimento della comunità.
- **Monitoraggio:** Utilizzo di KPI per monitorare il progresso delle librerie verso gli obiettivi di sostenibilità e sociali, feedback dai clienti e dalla comunità, valutazioni annuali delle librerie certificate.
- **Rapporti:** Report trimestrali sui progressi delle librerie verso gli obiettivi di sostenibilità e sociali, report annuali con raccomandazioni per miglioramenti futuri.

Risorse:

Il budget dovrà includere la redazione delle linee guida dettagliate sulle pratiche sostenibili e sulle iniziative sociali, che consentirà di sviluppare raccomandazioni specifiche per l'uso di materiali ecocompatibili, riciclo, efficienza energetica e organizzazione di eventi comunitari.

Un'altra componente significativa sarà l'organizzazione di workshop formativi e la fornitura di consulenze tecniche, comprese le spese per esperti di settore, materiali didattici, e supporto personalizzato alle librerie per l'implementazione delle pratiche sostenibili.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

La creazione e la gestione del sistema di certificazione interno garantiranno che le librerie siano valutate e riconosciute per le loro pratiche ESG. Questo processo includerà la formazione degli auditor interni e l'implementazione di un sistema di monitoraggio continuo.

Un'ulteriore parte cruciale del progetto sarà la campagna di comunicazione, per assicurare una maggiore visibilità e sensibilizzazione. Questo includerà la produzione di materiali promozionali, contenuti per i social media e campagne informative all'interno delle librerie.

Le risorse umane coinvolgeranno un project manager dedicato, oltre a esperti di sostenibilità e consulenti tecnici che forniranno supporto continuativo durante tutte le fasi del progetto.

Infine, saranno allocate risorse materiali per strumenti formativi, software per webinar e piattaforme di e-learning, oltre a materiali ecocompatibili necessari per le librerie.

6.5. Organizzazione della Festa delle Librerie

La Festa delle Librerie è un evento annuale progettato per celebrare il ruolo culturale delle librerie e aumentare la loro visibilità presso il pubblico. Questo evento mira a rafforzare il legame tra le librerie e le comunità locali, promuovendo la cultura del libro e attirando nuovi lettori. Durante la festa, verranno organizzate una varietà di attività, tra cui eventi culturali, letture pubbliche, laboratori creativi e incontri con autori. Sarà essenziale coinvolgere le librerie locali nella promozione di queste attività speciali e collaborare con media locali e nazionali per massimizzare la visibilità dell'evento.

Obiettivi e Strategie Correlati

1. Promuovere la cultura del libro e le librerie come centri culturali vitali

- Aumentare la consapevolezza pubblica del valore delle librerie.

2. Aumentare la visibilità delle attività ALI

- Assicurare che le iniziative dell'associazione siano ampiamente riconosciute.

3. Rafforzare il legame tra librerie e comunità locali

- Favorire un senso di appartenenza e supporto reciproco tra le librerie e i loro clienti.

Tattiche

Coinvolgere le Librerie Locali

- Incoraggiare le librerie a organizzare attività speciali durante la festa, come letture pubbliche, laboratori creativi e incontri con autori. Un esempio pratico potrebbe essere una libreria che ospita un autore locale per una sessione di lettura e firmacopie, simile al successo di eventi come la "Giornata del Libro" a Barcellona.

Collaborare con Media Locali e Nazionali

- Stabilire partnership con media locali e nazionali per garantire una copertura adeguata dell'evento. Ad esempio, lavorare con stazioni radio locali, giornali e canali televisivi per promuovere l'evento e coprire le attività principali, utilizzando anche i social media per raggiungere un pubblico più ampio.

Organizzare Attività Coinvolgenti

- Pianificare una serie di attività culturali e sociali che attraggano un pubblico variegato e stimolino l'interesse per la lettura. Oltre alle letture pubbliche e ai laboratori creativi, includere spettacoli teatrali, concorsi di scrittura, maratone di lettura e workshop di illustrazione per bambini.

Dettagliare il Coinvolgimento dei Media e le Strategie di Marketing

- Sviluppare un piano di comunicazione dettagliato per assicurare una copertura mediatica adeguata e una promozione efficace dell'evento. Creare comunicati stampa, materiali promozionali, e contenuti per i social media da distribuire alle librerie e ai partner mediatici.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Piano di Valutazione dell'Impatto

- Monitorare e valutare l'impatto dell'evento sulla visibilità e sulle vendite delle librerie partecipanti. Condurre sondaggi tra i partecipanti e le librerie, analizzare i dati delle vendite prima e dopo l'evento, e raccogliere feedback per migliorare le edizioni future.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- Stabilire una squadra organizzativa all'interno di ALI.
- Definire il calendario e il programma dettagliato delle attività.
- Identificare e contattare potenziali partner mediatici e sponsor.

Fase di Esecuzione

- Lanciare campagne di marketing e promozione.
- Coordinare con le librerie locali per garantire una partecipazione attiva.
- Implementare il piano di comunicazione per massimizzare la copertura mediatica.

Fase di Valutazione

- Raccogliere dati e feedback durante e dopo l'evento.
- Analizzare i risultati per valutare l'efficacia dell'evento.
- Redigere un rapporto finale con raccomandazioni per miglioramenti futuri.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di partecipanti agli eventi, copertura mediatica ottenuta, incremento delle vendite delle librerie partecipanti, numero di nuove iscrizioni alle newsletter delle librerie.
- **Monitoraggio:** Utilizzo di sondaggi tra i partecipanti e le librerie, analisi dei dati delle vendite prima e dopo l'evento, monitoraggio delle interazioni sui social media.
- **Rapporti:** Report annuali sull'impatto dell'evento, con analisi dettagliate delle attività, della partecipazione e della copertura mediatica.

Risorse

L'organizzazione della Festa delle Librerie richiederà un investimento articolato su diverse aree chiave del progetto per assicurare il successo dell'iniziativa. Il budget comprende la pianificazione e la gestione dell'evento, che coprirà le spese per il coordinamento delle attività, l'allestimento delle location e la logistica necessaria per lo svolgimento della festa.

Un elemento cruciale sarà la promozione dell'evento attraverso una campagna di comunicazione mirata, compresa la produzione di materiali promozionali, quali poster, volantini e banner, oltre alla creazione di contenuti digitali per i social media e la collaborazione con media locali e nazionali per incrementare la visibilità della festa.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

La realizzazione delle attività includerà l'organizzazione di eventi culturali, letture pubbliche, laboratori creativi e incontri con autori, a copertura anche dei compensi agli autori, materiali per i laboratori e altre spese operative legate all'organizzazione degli eventi.

Saranno necessarie risorse per la gestione delle risorse umane, che includeranno il personale dedicato all'organizzazione e alla supervisione delle attività, oltre a volontari e collaboratori temporanei che contribuiranno alla riuscita della festa.

Un'ulteriore componente essenziale sarà la valutazione dell'impatto dell'evento, con un budget destinato a condurre sondaggi tra i partecipanti e le librerie, analizzare i dati raccolti e redigere un rapporto finale con raccomandazioni per miglioramenti futuri.

In sintesi, il progetto prevede un investimento significativo in risorse finanziarie, umane e materiali, tutte finalizzate a garantire una Festa delle Librerie di successo che rafforzi il legame tra le librerie e le comunità locali, promuova la cultura del libro e incrementi la visibilità delle librerie stesse. La pianificazione dettagliata delle risorse assicurerà che l'evento sia realizzabile e sostenibile, contribuendo alla missione di ALI di supportare e valorizzare le librerie italiane come centri culturali e sociali.

6.6. Workshop su Innovazione e Tecnologie Collaborative

Descrizione

ALI organizzerà workshop periodici per le librerie su temi legati all'innovazione e alle tecnologie collaborative. Questi workshop offriranno corsi su tecnologie emergenti e best practices per migliorare l'efficienza operativa delle librerie. Il progetto include la fornitura di supporto continuo e aggiornamenti sui nuovi strumenti digitali, con l'obiettivo di rafforzare le competenze dei librai e prepararli a navigare con successo in un mercato sempre più influenzato dal digitale.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Migliorare la formazione e le competenze dei librai:** Fornire conoscenze aggiornate e competenze pratiche per gestire efficacemente le librerie nell'era digitale.
- **Introdurre strumenti digitali per ottimizzare l'efficienza operativa:** Facilitare l'adozione di tecnologie che migliorano l'organizzazione, la gestione e la promozione delle librerie.
- **Favorire l'adozione di tecnologie innovative:** Promuovere l'uso di nuove tecnologie per restare competitivi e rispondere alle esigenze di un mercato in evoluzione.

Tattiche

- **Offrire corsi su tecnologie emergenti e best practices:** Organizzare sessioni formative su temi come l'utilizzo dei social media, e-commerce, gestione digitale dell'inventario e marketing online.
- **Fornire supporto continuo e aggiornamenti sui nuovi strumenti digitali:** Creare un servizio di assistenza e consulenza per le librerie, fornendo aggiornamenti regolari su nuove tecnologie e strumenti.
- **Creare una rete di scambio di conoscenze tra le librerie:** Favorire la collaborazione e lo scambio di idee tra le librerie attraverso piattaforme online e incontri periodici.
- **Offrire sessioni di follow-up e coaching:** Assicurare che i partecipanti possano implementare efficacemente le nuove competenze apprese, attraverso sessioni di coaching individuale e di gruppo.
- **Collaborare con esperti di settore e fornitori di tecnologia:** Coinvolgere professionisti esperti e aziende tecnologiche per fornire contenuti aggiornati e rilevanti nei workshop.

Esempio

Un workshop potrebbe includere una sessione su come utilizzare i social media per promuovere eventi in libreria, con esempi pratici e casi di studio. Per esempio, esperti di aziende come Google e Facebook potrebbero essere invitati a tenere seminari su come sfruttare al meglio le piattaforme digitali per aumentare la visibilità e l'engagement delle librerie.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- **Identificare i temi rilevanti:** Selezionare gli argomenti più importanti e attuali per i workshop, in base alle esigenze delle librerie.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

- **Coinvolgere esperti e partner tecnologici:** Stabilire collaborazioni con esperti del settore e fornitori di tecnologia per garantire contenuti di alta qualità.
- **Definire il calendario e il programma:** Pianificare le date dei workshop e creare un programma dettagliato delle attività.

Fase di Esecuzione

- **Organizzare e promuovere i workshop:** Utilizzare canali di comunicazione interni ed esterni per promuovere i workshop tra le librerie affiliate.
- **Fornire materiali didattici e risorse:** Preparare materiali formativi, guide pratiche e risorse digitali per supportare l'apprendimento.
- **Offrire sessioni di follow-up e coaching:** Organizzare incontri successivi per aiutare i partecipanti a implementare le competenze apprese.

Fase di Valutazione

- **Monitorare la partecipazione e il feedback:** Raccogliere dati sulla partecipazione ai workshop e il feedback dei partecipanti per valutare l'efficacia delle sessioni.
- **Analizzare i risultati e migliorare l'offerta:** Utilizzare le informazioni raccolte per migliorare continuamente i contenuti e l'organizzazione dei workshop.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di partecipanti ai workshop, grado di soddisfazione dei partecipanti, implementazione delle tecnologie apprese nelle librerie, miglioramenti operativi misurati.
- **Monitoraggio:** Utilizzo di sondaggi di feedback, monitoraggio delle implementazioni tecnologiche nelle librerie, analisi dei miglioramenti operativi.
- **Rapporti:** Report trimestrali sull'efficacia dei workshop e delle tecnologie implementate, report annuali con raccomandazioni per miglioramenti futuri.

Risorse:

L'implementazione dei workshop su innovazione e tecnologie collaborative richiederà un investimento suddiviso tra pianificazione, formazione, logistica e promozione. Le risorse finanziarie saranno allocate per garantire un'elevata qualità degli interventi formativi e una gestione efficiente del progetto.

Il budget per la pianificazione e il coordinamento coprirà le spese per la gestione del progetto e il coordinamento delle attività, compresi i compensi per i project manager e i coordinatori. Le spese per la formazione e i contenuti includeranno i compensi per i formatori e gli esperti di settore, nonché la creazione di materiali didattici e l'acquisto di licenze software e strumenti tecnologici. Le spese per la logistica e le strutture copriranno l'affitto delle strutture, l'allestimento delle aule, le attrezzature audiovisive e le spese per gli spostamenti e gli alloggi dei relatori e dei partecipanti. Infine, la promozione

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

e la comunicazione comprenderanno le spese per la promozione dei workshop attraverso vari canali di comunicazione, garantendo una visibilità adeguata all'iniziativa.

Le risorse umane coinvolgeranno formatori qualificati ed esperti di settore che condurranno le sessioni formative e offriranno consulenza tecnica. Un team di project manager e coordinatori sarà responsabile della pianificazione, organizzazione e supervisione dei workshop, garantendo che tutte le attività si svolgano senza intoppi. Il personale amministrativo e logistico gestirà le iscrizioni, coordinerà i partecipanti e fornirà supporto durante i workshop.

Le risorse materiali necessarie includeranno strutture adeguate per ospitare i workshop, dotate di attrezzature audio-visive e connessione internet. Saranno inoltre prodotti materiali didattici, guide pratiche e risorse digitali per supportare l'apprendimento, oltre a strumenti tecnologici come software di gestione e-learning e piattaforme collaborative.

L'obiettivo di questi workshop è fornire alle librerie affiliate gli strumenti e le competenze necessarie per innovare e collaborare efficacemente, migliorando la loro efficienza operativa e la loro capacità di adattarsi alle evoluzioni del mercato. Attraverso un investimento oculato e un'accurata pianificazione delle risorse, ALI intende garantire un impatto positivo e duraturo sul settore librario, promuovendo l'adozione di tecnologie avanzate e best practices collaborative.

6.7. Realizzazione del Primo Censimento delle Librerie

Descrizione

Il progetto prevede la realizzazione del primo censimento completo delle librerie italiane, fornendo un quadro aggiornato e dettagliato della realtà delle librerie e della loro distribuzione territoriale. Questo censimento non solo rafforzerà la rappresentanza del settore verso le istituzioni, ma fornirà anche alla dirigenza strumenti di conoscenza e valutazione dell'andamento del comparto. Inquadrate nella strategia di ALI, il censimento sarà fondamentale per monitorare e analizzare il settore, utilizzando i dati raccolti per informare politiche e strategie future. Attraverso una mappatura precisa, sarà possibile identificare le aree geografiche con bassa densità di librerie, suggerendo interventi mirati per promuovere nuove aperture in quelle zone.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Rafforzare la rappresentanza del settore verso le istituzioni:** Fornendo dati concreti e dettagliati, ALI potrà meglio argomentare le sue richieste e proposte a livello istituzionale.
- **Fornire alla dirigenza strumenti di conoscenza e valutazione dell'andamento del comparto:** I dati raccolti permetteranno di avere una visione chiara e precisa dello stato delle librerie in Italia, identificando punti di forza e criticità.
- **Monitorare e analizzare il settore per informare le strategie future:** Il censimento fornirà una base solida di informazioni su cui basare decisioni strategiche e politiche per lo sviluppo del settore.

Tattiche

- **Coordinare la raccolta dati su scala nazionale:** Stabilire un team dedicato alla raccolta e analisi dei dati, coinvolgendo le librerie affiliate e utilizzando strumenti digitali per facilitare la raccolta delle informazioni.
- **Utilizzare i risultati per informare politiche e strategie:** Analizzare i dati raccolti per identificare trend e necessità del settore, utilizzandoli per sviluppare strategie mirate.
- **Pubblicare rapporti annuali basati sui dati raccolti:** Redigere e diffondere rapporti dettagliati che illustrino lo stato del settore, i progressi compiuti e le aree di intervento future.

Esempio

I dati raccolti potrebbero rivelare aree geografiche con una bassa densità di librerie, suggerendo interventi mirati per promuovere nuove aperture in quelle zone. Ad esempio, se il censimento evidenzia una carenza di librerie nel sud Italia, ALI potrebbe sviluppare programmi di incentivazione per l'apertura di nuove librerie in queste aree, simile ai censimenti condotti nel settore sanitario per migliorare l'accesso ai servizi.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- **Identificare gli obiettivi specifici del censimento:** Determinare quali informazioni raccogliere e come utilizzarle per informare le decisioni strategiche.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

- **Costruire il team di progetto:** Formare un gruppo di lavoro dedicato alla progettazione e implementazione del censimento, includendo esperti di raccolta dati e analisi statistica.
- **Definire il metodo di raccolta dati:** Scegliere le metodologie di raccolta dati più efficaci, come questionari online, interviste telefoniche e visite sul campo.

Fase di Esecuzione

- **Lanciare la campagna di raccolta dati:** Informare le librerie affiliate del progetto e fornire istruzioni chiare su come partecipare.
- **Monitorare il progresso e risolvere eventuali problemi:** Assicurare che la raccolta dati proceda senza intoppi, intervenendo tempestivamente in caso di problemi.

Fase di Valutazione

- **Analizzare i dati raccolti:** Utilizzare software di analisi statistica per interpretare i dati e identificare trend e pattern significativi.
- **Redigere il rapporto finale:** Compilare i risultati del censimento in un rapporto dettagliato, includendo raccomandazioni per interventi futuri.
- **Diffondere i risultati:** Presentare i risultati del censimento alle istituzioni, ai media e agli stakeholder del settore, utilizzando i dati per rafforzare la rappresentanza del settore e informare politiche e strategie.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di librerie censite, percentuale di risposte ai questionari, precisione dei dati raccolti, numero di nuove librerie aperte in aree identificate come prioritarie.
- **Monitoraggio:** Monitoraggio continuo del progresso della raccolta dati, analisi delle risposte e feedback ricevuti, valutazione dell'impatto delle politiche implementate basate sui dati raccolti.
- **Rapporti:** Report trimestrali sui progressi della raccolta dati, rapporto finale annuale con analisi dettagliate e raccomandazioni.

Risorse

La realizzazione del primo censimento delle librerie italiane richiederà un investimento distribuito tra pianificazione, raccolta dati, analisi, comunicazione e pubblicazione dei risultati.

Per quanto riguarda le risorse finanziarie, la pianificazione e il coordinamento richiederanno un budget necessario per coprire i compensi del project manager e del team di coordinamento. La fase di raccolta dati e analisi includerà lo sviluppo di questionari, l'implementazione di strumenti digitali e l'assunzione di analisti statistici. Tuttavia, in alternativa, si può optare per il finanziamento di una borsa di dottorato, anche profittando di bandi PNRR, che consentirebbe di ridurre il budget di pianificazione e coordinamento, di raccolta dati e analisi. Un budget sarà destinato alla comunicazione e sensibilizzazione, garantendo una promozione efficace del censimento tramite campagne sui social

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

media e materiali informativi. Infine, ulteriori risorse saranno destinate alla pubblicazione e diffusione dei risultati, che comprenderanno rapporti dettagliati, info grafiche e documenti di sintesi.

Il team necessario per il progetto includerà un project manager, responsabile della supervisione generale, esperti di raccolta dati per la progettazione dei questionari, analisti statistici per l'interpretazione dei dati, personale amministrativo per la gestione delle comunicazioni e delle attività logistiche, e professionisti della comunicazione e marketing per promuovere il censimento e garantire un'ampia partecipazione.

Le risorse materiali comprenderanno strumenti digitali avanzati, come piattaforme online per la distribuzione e raccolta dei questionari e software di analisi statistica. Saranno inoltre utilizzati materiali promozionali quali brochure, volantini e contenuti digitali, e infrastrutture logistiche come spazi per incontri di formazione e sensibilizzazione e infrastrutture per l'archiviazione dei dati raccolti.

6.8. Organizzazione degli Stati Generali delle Librerie

Descrizione

Gli Stati Generali delle Librerie rappresentano un evento di grande rilevanza programmatica, destinato a presentare alle istituzioni e agli stakeholder del settore librario la situazione attuale delle librerie in Italia. Questo evento mira a mettere in luce i punti di forza e le debolezze del settore, proponendo interventi pubblici per migliorare la sostenibilità e la diffusione delle librerie sul territorio. Basato sui dati del censimento e sulle analisi di settore, l'incontro coinvolgerà esperti e stakeholder per sviluppare strategie concrete di intervento pubblico e promuovere una presenza più diffusa delle librerie in tutto il Paese.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Promuovere la rappresentanza delle librerie a livello istituzionale:** Rafforzare il ruolo di ALI come interlocutore chiave con le istituzioni per promuovere politiche favorevoli al settore librario.
- **Indicare linee di intervento per incrementare la presenza delle librerie sul territorio:** Utilizzare i dati raccolti per sviluppare strategie che facilitino l'apertura e il sostegno delle librerie in aree meno servite.
- **Sostenere la crescita del settore librario attraverso politiche pubbliche mirate:** Collaborare con le istituzioni per creare incentivi e programmi di supporto che favoriscano la sostenibilità economica delle librerie.

Tattiche

- **Utilizzare i dati del censimento e le analisi di settore:** Raccogliere e analizzare dati dettagliati per identificare le necessità e le opportunità del settore librario. Questi dati saranno cruciali per presentare un quadro chiaro e convincente alle istituzioni e agli stakeholder.
- **Coinvolgere esperti e stakeholder:** Organizzare tavole rotonde e workshop durante l'evento, coinvolgendo esperti del settore, rappresentanti istituzionali e altri stakeholder per discutere e sviluppare raccomandazioni concrete.
- **Pubblicare un rapporto finale:** Compilare e pubblicare un rapporto finale con tutte le raccomandazioni emerse dall'evento, diffondendolo presso le istituzioni competenti e utilizzandolo come base per advocacy e future azioni strategiche.

Esempio

Durante gli Stati Generali, una tavola rotonda potrebbe discutere le sfide e le opportunità per le librerie nelle aree rurali, proponendo soluzioni come incentivi fiscali e supporto logistico per facilitare l'apertura di nuove librerie in queste zone. Questo approccio potrebbe ispirarsi a modelli di successo adottati in altri paesi europei, come il programma "Book Town" del Regno Unito, che ha trasformato piccole comunità in centri di attrazione culturale basati sulle librerie.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- **Formare un comitato organizzativo:** Creare un gruppo di lavoro all'interno di ALI incaricato di pianificare e coordinare l'evento, assicurando che tutti gli aspetti logistici e organizzativi siano coperti.
- **Definire il programma dell'evento:** Stabilire una scaletta dettagliata delle attività, includendo sessioni plenarie, tavole rotonde, workshop e momenti di networking.
- **Identificare e invitare relatori e partecipanti chiave:** Coinvolgere esperti del settore, rappresentanti istituzionali, librerie, editori e altri stakeholder rilevanti per garantire una partecipazione diversificata e di alto livello.

Fase di Esecuzione

- **Lanciare una campagna di promozione:** Utilizzare canali di comunicazione tradizionali e digitali per promuovere l'evento, garantendo un'ampia copertura mediatica e una partecipazione significativa.
- **Coordinare le attività durante l'evento:** Assicurarsi che tutte le sessioni e le attività si svolgano senza intoppi, fornendo supporto logistico e tecnico ai partecipanti e relatori.
- **Raccogliere feedback in tempo reale:** Utilizzare strumenti di sondaggio e feedback per raccogliere opinioni e suggerimenti dei partecipanti durante l'evento, facilitando un processo di miglioramento continuo.

Fase di Valutazione

- **Analizzare il feedback e i risultati dell'evento:** Compilare e analizzare i dati raccolti attraverso sondaggi e feedback dei partecipanti per valutare l'impatto e il successo dell'evento.
- **Redigere il rapporto finale:** Elaborare un documento dettagliato che sintetizzi le discussioni, le raccomandazioni e i risultati dell'evento, distribuendolo a tutte le parti interessate.
- **Pianificare le edizioni future:** Utilizzare le lezioni apprese e il feedback ricevuto per migliorare l'organizzazione e l'implementazione delle future edizioni degli Stati Generali delle Librerie, assicurando un impatto crescente nel tempo.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di partecipanti all'evento, grado di soddisfazione dei partecipanti, numero di raccomandazioni attuate dalle istituzioni.
- **Monitoraggio:** Utilizzo di sondaggi post-evento per raccogliere feedback, monitoraggio delle azioni istituzionali conseguenti all'evento, analisi delle politiche implementate basate sulle raccomandazioni.
- **Rapporti:** Report annuali sugli impatti delle raccomandazioni emerse dagli Stati Generali delle Librerie, con analisi dettagliate e raccomandazioni per miglioramenti futuri.

Risorse

L'organizzazione degli Stati Generali delle Librerie richiede un investimento suddiviso tra pianificazione, logistica, comunicazione e valutazione post-evento. Le risorse finanziarie saranno distribuite tra: pianificazione e coordinamento, logistica e location, comunicazione e promozione, e valutazione post-evento.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Le risorse umane coinvolgeranno un project manager per la supervisione generale, un team di coordinamento per la gestione delle attività operative, esperti di settore e relatori per fornire contributi significativi, personale amministrativo per la gestione delle iscrizioni e supporto durante l'evento, e professionisti della comunicazione per promuovere l'evento e gestire le relazioni con i media.

Le risorse materiali comprendono location attrezzate con sistemi audiovisivi e spazi adeguati, materiali promozionali per la diffusione dell'evento, software di registrazione e gestione eventi per ottimizzare le operazioni, e materiali didattici e di supporto per i partecipanti.

6.9. Premio dei Librai Italiani

Descrizione

Il Premio dei Librai Italiani è un'iniziativa annuale volta a riconoscere e premiare l'eccellenza nel settore librario, rafforzando l'immagine del libraio come figura chiave nella promozione della lettura e della cultura. Ispirato a premi internazionali di successo come il "Bookseller of the Year" nel Regno Unito, il premio mira a valorizzare i librai che si distinguono per innovazione, impegno e risultati eccellenti. La promozione del premio avverrà attraverso campagne mediatiche e collaborazioni con enti culturali, aumentando la visibilità del ruolo del libraio e incentivando pratiche virtuose e innovative.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Rafforzare l'immagine del libraio:** Posizionare il libraio come figura centrale nella promozione della lettura e della cultura, riconoscendone il valore e l'impegno.
- **Premiare l'innovazione e l'impegno:** Celebrando i librai che mostrano eccellenza nel settore, si incentiva l'adozione di pratiche innovative e l'impegno costante.
- **Promuovere pratiche di eccellenza:** Diffondere modelli di successo e best practices nel settore librario per migliorare l'efficacia e l'attrattiva delle librerie.

Tattiche

1. Organizzare un concorso annuale

- **Descrizione:** Ispirarsi a premi internazionali come il "Bookseller of the Year" per creare un concorso che celebri i migliori librai italiani.
- **Esempio:** Il concorso potrebbe includere diverse categorie, come miglior libreria, miglior utilizzo di tecnologie digitali, e iniziative culturali innovative.

2. Promuovere il premio attraverso campagne mediatiche

- **Descrizione:** Utilizzare una combinazione di social media, stampa, e collaborazioni con enti culturali per aumentare la visibilità del premio e dei suoi vincitori.
- **Esempio:** Creare una serie di video promozionali che raccontano le storie dei librai finalisti, da distribuire sui canali social e nelle librerie stesse.

3. Coinvolgere una giuria di esperti del settore

- **Descrizione:** Formare una giuria composta da esperti del settore librario, accademici e rappresentanti di enti culturali per garantire una valutazione imparziale e competente dei candidati.
- **Esempio:** Invitare figure di spicco del mondo editoriale e culturale a far parte della giuria, aumentando il prestigio e la credibilità del premio.

Implementazione

Fase di Pianificazione

- **Formazione del comitato organizzativo:** Costituire un team dedicato all'interno di ALI per coordinare tutte le fasi del concorso, dalla progettazione alla promozione.
- **Definizione delle categorie e dei criteri di valutazione:** Stabilire le categorie del premio e i criteri di selezione, assicurando che coprano vari aspetti dell'eccellenza nel settore librario.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

- **Identificazione dei partner e degli sponsor:** Cercare collaborazioni con enti culturali, media partner e sponsor per supportare l'organizzazione del premio e la sua promozione.

Fase di Esecuzione

- **Lancio del concorso:** Avviare ufficialmente il concorso con un evento di presentazione e una campagna di comunicazione sui principali media e canali social.
- **Raccolta delle candidature:** Promuovere il bando di concorso e facilitare l'iscrizione dei librai, fornendo supporto e informazioni dettagliate sui requisiti e i benefici della partecipazione.
- **Valutazione delle candidature:** La giuria esaminerà le candidature ricevute secondo i criteri stabiliti, selezionando i finalisti e, successivamente, i vincitori.

Fase di Valutazione

- **Cerimonia di premiazione:** Organizzare un evento pubblico per annunciare i vincitori e consegnare i premi, con la partecipazione di media, sponsor e rappresentanti istituzionali.
- **Analisi dell'impatto:** Monitorare e valutare l'impatto del premio sulla visibilità dei librai e delle librerie, raccogliendo feedback dai partecipanti e dai partner coinvolti.
- **Pianificazione delle edizioni future:** Utilizzare i feedback ricevuti per migliorare l'organizzazione delle edizioni successive del premio, assicurando una crescente partecipazione e rilevanza.

Sistema di Valutazione dell'Impatto:

- **KPI:** Numero di candidature ricevute, numero di partecipanti alla cerimonia di premiazione, copertura mediatica ottenuta, incremento delle vendite delle librerie vincitrici.
- **Monitoraggio:** Analisi delle candidature e del feedback ricevuto dai partecipanti, monitoraggio delle interazioni sui social media, valutazione dell'impatto sulle vendite delle librerie premiate.
- **Rapporti:** Report annuali sull'impatto del premio, con analisi dettagliate delle attività, della partecipazione e della copertura mediatica.

Risorse

L'implementazione del Premio dei Librai Italiani richiede un investimento finanziario distribuito in modo mirato per massimizzare l'efficacia e l'impatto del progetto.

La fase di pianificazione e coordinamento coinvolgerà un project manager responsabile della supervisione generale del concorso e della cerimonia, assicurando che tutte le attività siano allineate agli obiettivi strategici di ALI.

Per la promozione e comunicazione del premio, è previsto un investimento destinato a un team di comunicazione dedicato alla diffusione capillare dell'iniziativa attraverso vari canali, tra cui social media, stampa e collaborazioni con enti culturali. Questo team sarà supportato da collaboratori esterni specializzati nella produzione di materiali promozionali di alta qualità.

I premi per i vincitori includeranno trofei o attestati simbolici ma prestigiosi, destinati a riconoscere l'eccellenza dei librai italiani nelle diverse categorie del concorso. La cerimonia di premiazione sarà organizzata con attenzione ai dettagli per garantire un evento memorabile, comprensivo di location adeguate, sistemi audiovisivi di alta qualità e servizi di catering per gli ospiti.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Le risorse umane necessarie per il progetto comprendono, oltre al project manager e al team di comunicazione, una giuria di esperti del settore librario, accademici e rappresentanti di enti culturali, responsabile della valutazione imparziale e competente delle candidature. Inoltre, sarà coinvolto personale amministrativo per la gestione delle iscrizioni, la selezione dei finalisti e la coordinazione logistica della cerimonia.

Le risorse materiali essenziali includono piattaforme digitali per la gestione efficiente delle iscrizioni e delle comunicazioni con i partecipanti, materiali promozionali come brochure, poster e contenuti per i social media, nonché i premi fisici per i vincitori. La cerimonia di premiazione richiederà anche strumenti e attrezzature adeguate, quali location idonee, sistemi audiovisivi e servizi di catering per garantire un evento di alto livello.

Attraverso una gestione strategica e attenta delle risorse finanziarie, umane e materiali, il Premio dei Librai Italiani mira a riconoscere e valorizzare l'eccellenza nel settore librario, promuovendo pratiche innovative e rafforzando l'immagine dei librai italiani.

6.10. Premio Letterario dell'Associazione Librai Italiani (ALI)

Descrizione

Il Premio Letterario dell'Associazione Librai Italiani è un'iniziativa volta a celebrare e promuovere la letteratura attraverso le librerie italiane. Organizzato direttamente dai librai, questo premio prevede la selezione e la promozione di opere letterarie che si distinguono per qualità e impatto culturale. I librai parteciperanno attivamente alla scelta dei libri, garantendo che il premio rifletta la diversità e la ricchezza del panorama editoriale. L'evento sarà accompagnato da una significativa campagna di comunicazione sia interna che esterna, utilizzando i media locali e nazionali per massimizzare la visibilità e il riconoscimento del premio.

Obiettivi e Strategie Correlati

- **Obiettivo di Coinvolgimento:** Massimizzare l'engagement delle librerie italiane, incoraggiandole a partecipare attivamente nella selezione e promozione dei titoli candidati.
- **Obiettivo di Visibilità:** Aumentare la visibilità delle librerie e dei libri scelti attraverso una robusta campagna di comunicazione, sia a livello locale che nazionale.
- **Strategia di Collaborazione:** Stabilire partnership con i media per coprire l'evento, creando contenuti di interesse che possano attrarre un vasto pubblico.

Tattiche

- **Formazione di un Comitato di Selezione:** Costituzione di un comitato composto da librai, che sarà responsabile della selezione dei libri candidati.
- **Collaborazioni Media:** Stipulare accordi di collaborazione con reti di media locali e nazionali per garantire copertura prima, durante e dopo l'evento.
- **Campagne di Marketing Integrato:** Utilizzare i canali social, newsletter e altri mezzi di comunicazione digitali e tradizionali per promuovere il premio e gli eventi correlati.
- **Eventi Promozionali:** Organizzare incontri, dibattiti e presentazioni nelle librerie e in spazi culturali per stimolare l'interesse e la partecipazione del pubblico.

Implementazione

- **Fase 1: Pianificazione e Preparazione (3 mesi prima)**
 - Formazione del comitato di selezione.
 - Definizione delle modalità di partecipazione e dei criteri di selezione.
 - Avvio delle prime comunicazioni e delle collaborazioni con i media.
- **Fase 2: Lancio e Promozione (2 mesi prima)**
 - Lancio ufficiale del premio con conferenza stampa.
 - Inizio della campagna di marketing su tutti i canali disponibili.
 - Organizzazione di eventi promozionali nelle principali città italiane.
- **Fase 3: Selezione e Votazione (1 mese prima)**
 - Apertura delle votazioni ai librai e inizio del processo di selezione finale.
 - Intensificazione della campagna di comunicazione per massimizzare la partecipazione.

• Fase 4: Cerimonia di Premiazione (Data dell'evento)

- Organizzazione dell'evento di premiazione con la partecipazione di autori, librai, e personalità del mondo della cultura e dei media.
- Copertura mediatica dell'evento e pubblicazione dei risultati.
- Follow-up post-evento per garantire visibilità a lungo termine ai libri premiati e alle librerie partecipanti.

Risorse

L'implementazione del Premio Letterario dell'Associazione Librai Italiani rappresenta un progetto strategico volto a riconoscere e promuovere l'eccellenza letteraria, rafforzando al contempo il legame tra le librerie affiliate e il mondo letterario. Il budget complessivo per la realizzazione del progetto è suddiviso in quattro principali voci di spesa:

Pianificazione e Coordinamento: Questa voce copre i costi relativi alla gestione del progetto, inclusi il compenso del project manager, le spese amministrative e la logistica generale. Il project manager sarà responsabile della supervisione complessiva del progetto, garantendo il rispetto delle tempistiche e il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Promozione e Comunicazione: Questa voce include la creazione e distribuzione di materiali promozionali, campagne sui social media, collaborazioni con media partner e attività di PR. L'obiettivo è assicurare una copertura mediatica estesa, aumentando la visibilità del premio e delle librerie affiliate. Il team di comunicazione svolgerà un ruolo cruciale nella gestione delle campagne promozionali e nella diffusione del messaggio.

Premi per i Vincitori: Il budget destinato ai premi comprende riconoscimenti monetari, trofei, attestati e, potenzialmente, accordi per la pubblicazione e promozione delle opere vincitrici. La giuria di esperti, composta da critici letterari, accademici, librai e altri professionisti del settore, sarà incaricata di valutare le opere partecipanti e selezionare i vincitori.

Cerimonia di Premiazione: Questa voce di spesa copre i costi della location, il noleggio di attrezzature audiovisive, il catering e altri servizi logistici necessari per garantire un evento di alta qualità. La cerimonia rappresenta un momento di celebrazione e di riconoscimento pubblico per gli autori e le opere vincitrici, rafforzando ulteriormente il prestigio del premio.

Risorse Umane e Materiali: Le risorse umane includono, oltre al project manager e al team di comunicazione, una giuria di esperti e personale amministrativo dedicato alla gestione delle candidature e al supporto logistico. Le risorse materiali comprendono piattaforme digitali per la gestione delle iscrizioni e la promozione del premio, materiali promozionali fisici e digitali, e premi fisici per i vincitori.

7. CONSIDERAZIONI FINALI

Il piano strategico dell'Associazione Librai Italiani (ALI) delinea un percorso strutturato e ambizioso per rafforzare e sostenere le librerie italiane, consolidandone il ruolo di centri culturali e sociali all'interno delle comunità. Questo documento guida articola chiaramente la missione, la visione e i valori fondamentali dell'associazione, costituendo la base per tutte le future azioni.

Missione, Visione e Valori Fondamentali

ALI si impegna a promuovere e sostenere le librerie italiane come centri culturali vitali, rendendo la cultura e la conoscenza accessibili a tutte le comunità. La missione dell'associazione è orientata a supportare le librerie attraverso iniziative di formazione, innovazione e rappresentanza istituzionale, al fine di trasformarle in punti di riferimento culturale. La visione proietta un futuro in cui le librerie prosperano non solo economicamente, ma anche come fari di conoscenza, inclusione e innovazione. I valori fondamentali, quali integrità, innovazione, inclusione, sostenibilità e collaborazione, fungono da guida etica per tutte le attività dell'associazione, garantendo coerenza e dedizione nei confronti degli obiettivi strategici.

Analisi di Contesto

L'analisi di contesto evidenzia le principali tendenze di mercato e del settore librario, delineando le sfide e le opportunità presenti. Le librerie si confrontano con la crescente concorrenza delle piattaforme online, ma possono capitalizzare sulla loro capacità di offrire esperienze culturali uniche. La rappresentanza competitiva richiede un rafforzamento della presenza istituzionale di ALI e una comunicazione efficace dei suoi valori e obiettivi. Questo contesto competitivo sottolinea la necessità di una strategia robusta per sostenere le librerie fisiche.

Obiettivi Strategici

Gli obiettivi strategici di ALI sono volti a consolidare la rappresentanza del settore, promuovere l'innovazione, sostenere la crescita delle librerie e valorizzarne il ruolo culturale. Questi obiettivi, derivati dall'analisi del contesto, mirano a garantire la sostenibilità e la competitività delle librerie italiane nel lungo periodo, rafforzando la loro presenza come punti di riferimento culturale nelle comunità.

Strategie e Tattiche

Le strategie di ALI derivano direttamente dagli obiettivi strategici e si articolano in una serie di iniziative mirate. Tra queste, spiccano la campagna di branding delle librerie, il protocollo di sostenibilità, l'organizzazione di eventi culturali e formativi, e la creazione di piattaforme di comunicazione interna.

PIANO STRATEGICO

di ALI Associazione Librai Italiani

Ogni strategia è supportata da tattiche specifiche, progettate per garantire l'efficacia e l'implementazione delle azioni previste.

Progetti Operativi

Il piano strategico di ALI comprende una serie di progetti operativi chiave, ciascuno attentamente pianificato in termini di risorse necessarie e modalità di implementazione. I progetti principali includono:

1. **Presenza istituzionale dell'ALI nei capoluoghi di regione:** per garantire una rappresentanza capillare e offrire supporto efficace alle iniziative locali.
2. **Piattaforma di Comunicazione Interna:** Questo progetto mira a migliorare la comunicazione e la coesione tra le librerie affiliate attraverso una piattaforma digitale centralizzata.
3. **Campagna di Branding delle Librerie:** L'iniziativa promuove la riconoscibilità delle librerie fisiche, rafforzando il loro valore percepito rispetto alle piattaforme online.
4. **Protocollo di Sostenibilità ALI:** Il progetto punta a implementare pratiche sostenibili, enfatizzando l'impatto sociale e ambientale positivo delle librerie.
5. **Organizzazione della Festa delle Librerie:** Questo evento annuale celebrerà le librerie e ne aumenterà la visibilità pubblica.
6. **Workshop su Innovazione e Tecnologie Collaborative:** Questi workshop miglioreranno l'efficienza operativa e le competenze digitali delle librerie.
7. **Realizzazione del Primo Censimento delle Librerie:** Per ottenere un quadro aggiornato e dettagliato della realtà delle librerie e della loro distribuzione territoriale.
8. **Organizzazione degli Stati Generali delle Librerie:** Questo evento mira a pianificare il futuro del settore librario con la partecipazione di esperti e stakeholder.
9. **Premio dei Librai Italiani:** Questo premio riconosce l'eccellenza e l'innovazione nel settore librario.
10. **Premio Letterario dell'Associazione Librai Italiani (ALI):** Questo progetto celebra l'eccellenza letteraria e rafforza il legame tra le librerie e il mondo letterario.

Conclusioni

Il piano strategico di ALI delinea un percorso chiaro e sostenibile per il futuro delle librerie italiane. Attraverso una combinazione di obiettivi chiari, strategie mirate e progetti operativi ben definiti, ALI si impegna a promuovere l'innovazione, la sostenibilità e la coesione del settore. La realizzazione di questo piano richiederà un impegno costante e una gestione accurata delle risorse, ma i risultati attesi promettono di rafforzare significativamente il ruolo delle librerie come centri culturali vitali nelle comunità italiane. Questo piano rappresenta un passo fondamentale per garantire che le librerie italiane continuino a prosperare e a svolgere un ruolo cruciale nella promozione della cultura e della conoscenza.