

# Osservatorio sulle librerie in Italia

Documento completo relativo al sondaggio<sup>1</sup>

## 1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

## 2 Soggetto committente

ALI – Associazione Librai Italiani

## 3 Soggetto acquirente

ALI – Associazione Librai Italiani

## 4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Aprile e maggio 2025

## 5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato<sup>2</sup>

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/altre\\_proposte/2025/07/17/associazione-librai-italiani-promuove-manifesto-per-la-lettura\\_07bd7da3-9cee-46ac-a9a8-bd51e8671779.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/altre_proposte/2025/07/17/associazione-librai-italiani-promuove-manifesto-per-la-lettura_07bd7da3-9cee-46ac-a9a8-bd51e8671779.html)

<sup>1</sup> Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

<sup>2</sup> Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

**Format Research s.r.l.**

Sede Legale  
Via Ugo Balzani 77  
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,  
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA: 04268451004  
Cap. Soc. € 25.850,00 i.v.

Unità locale  
Via Sebastiano Caboto 22A  
33170 Pordenone, Italia

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



<https://www.illibraio.it/news/librerie/manifesto-per-la-lettura-1476979/>

## **6 Data di pubblicazione del sondaggio**

17 luglio 2025.

## **7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio<sup>3</sup>**

Osservatorio congiunturale sull'andamento delle librerie italiane e focus tematico dedicato al tema della diffusione tra le librerie della comunicazione e della vendita omnicanale.

## **8 Popolazione di riferimento**

Imprese italiane del «commercio al dettaglio di libri nuovi e di libri di seconda mano»

## **9 Estensione territoriale del sondaggio**

Nazionale; Italia

## **10 Metodo di campionamento<sup>4</sup>**

Campione statisticamente rappresentativo di «librerie indipendenti» (imprese italiane del «commercio al dettaglio di libri nuovi e di libri di seconda mano»).

## **11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore**

Dominio di studio del campione: settore (commercio al dettaglio) e territorio (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e isole).

---

<sup>3</sup>Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).

<sup>4</sup> Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione

## 12 Metodo di raccolta delle informazioni

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

## 13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria indagine alle imprese: 500 casi (=500 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 4,7\%$ ).

## 14 Testo integrale delle domande<sup>5</sup>

0. In quali delle seguenti categorie rientra la Sua libreria?

- Libreria di catena (escluse le Coop-UELCI)
- Libreria di catena, in franchising
- Libreria di catena, di proprietà
- Librerie Coop
- Libreria specializzata (ragazzi, viaggi, esoterica, etc.)
- Libreria UELCI
- Libreria indipendente

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

0.1 Di quanti metri quadri dispone la sua libreria?

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

1. A Suo giudizio la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua libreria e del Suo settore, è...?

- Migliorata
- Rimasto invariata
- Peggiorata

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

2. Come ritiene che sarà l'andamento della situazione economica generale dell'Italia nel secondo semestre del 2025 rispetto al primo semestre del 2025?

---

<sup>5</sup> Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- Migliorerà
- Resterà invariato
- Peggiorerà

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

3. Come giudica l'andamento economico generale della Sua libreria?

- Migliorato
- Invariato
- Peggiorato

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

4. Come ritiene che sarà l'andamento economico generale della Sua libreria nel secondo semestre del 2025 rispetto al primo semestre del 2025?

- Migliorerà
- Resterà invariata
- Peggiorerà

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

5. L'andamento dei ricavi della Sua libreria è migliorato, rimasto invariato o peggiorato rispetto...

- Migliorato
- invariato
- Peggiorati

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

6. Come ritiene che sarà l'andamento dei ricavi della Sua libreria nel secondo semestre del 2025 rispetto al primo semestre del 2025?

- Migliorerà
- Rimarrà invariato
- Peggiorerà

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

7. Fatto 100 il totale dei suoi ricavi, in che percentuale provengono esclusivamente dalla vendita di libri?

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

8. L'occupazione complessiva della Sua libreria è migliorata, rimasta invariata o peggiorata rispetto...

- Migliorata
- Invariata
- Peggiorata

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

9. (Solo le imprese con oltre 1 addetto) Come crede che sarà lo stato dell'occupazione complessiva della Sua libreria nel secondo semestre del 2025 rispetto al primo semestre del 2025?

- Migliorerà
- Rimarrà invariato
- Peggiorerà

**TOTALE RISPONDENTI 50%**

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

- Migliorata
- Invariata
- Peggiorata

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

11. Come crede che sarà la capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua libreria nel secondo semestre del 2025 rispetto al primo semestre del 2025?

- Migliorerà
- Rimarrà invariato
- Peggiorerà

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

12. Come valuta i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori di servizi ed utenze nel primo trimestre del 2025 rispetto all'ultimo trimestre del 2024?

- Oltre +100%
- Tra +80% e +100%

- Tra +60% e +80%
- Tra +40% e +60%
- Tra +20% e +40%
- Tra +5% e +20%
- Invariati
- Diminuiti (specificare di quanto)

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

13. A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti, nel primo trimestre del 2025?

- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ma non è stata accolta
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre
- No, non ha fatto richiesta

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

14. (Solo le imprese che hanno fatto richiesta di credito) Nel primo trimestre del 2025, la Sua impresa ha chiesto un finanziamento o la rinegoziazione di un finanziamento esistente prevalentemente per...

- Liquidità e cassa
- Investimenti
- Ristrutturazione del debito

**TOTALE RISPONDENTI 20%**

15. Attraverso quali canali la sua libreria comunica con i clienti?

- Solo in negozio fisico (Se viene selezionata solo A andare a D22)
- Sito e-commerce proprio
- Piattaforme di marketplace online (Amazon, IBS, ecc.)
- App dedicata della libreria
- Social media (Facebook, Instagram, TikTok, ecc.)
- WhatsApp, Telegram o altri sistemi di messaggistica
- Newsletter o mailing list

- Altro

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

16. Se (D15 =E) Quali tra questi social media vengono utilizzati dalla libreria per raggiungere i clienti?

- Facebook
- Tik tok
- Instagram
- Youtube
- Altro

**TOTALE RISPONDENTI 80%**

17. Quanto ritiene importante l'utilizzo di strumenti digitali e la presenza online della libreria per raggiungere la clientela?

**TOTALE RISPONDENTI 87%**

18. Considerando il fatturato complessivo della sua libreria (100%), potrebbe indicare la percentuale di incasso proveniente da ciascun canale di vendita?

- Vendite in negozio fisico
- Vendite tramite il sito e-commerce della libreria
- Vendite attraverso piattaforme di marketplace online (Amazon, IBS, Bookshop.org, Bookdealer, Goodbook ecc.)
- Vendite tramite social media (Facebook, Instagram, WhatsApp, ecc.)
- Vendite attraverso newsletter o campagne di e-mail marketing
- Vendite tramite eventi, fiere o collaborazioni con altre realtà
- Altro

**TOTALE RISPONDENTI 87%**

19. Quali servizi vengono offerti a livello digitale dalla sua libreria?

- Click & Collect (acquisto online e ritiro in libreria)
- Prenotazione online con pagamento in negozio
- Consegna a domicilio
- Consultazione online della disponibilità dei libri in negozio
- Programmi di fidelizzazione validi su più canali
- Assistenza clienti multicanale (social, chat, telefono, e-mail)

- Newsletter o mailing list con aggiornamenti su nuove uscite, promozioni e iniziative
- Recensioni e consigli del libraio pubblicati online (blog, social media, sito web)
- Classifiche dei libri più venduti aggiornate regolarmente sul sito o sui social
- Sezione dedicata alle novità editoriali con descrizioni, recensioni e segnalazioni di titoli emergenti
- Eventi digitali e presentazioni online, come dirette social con autori, webinar o gruppi di lettura virtuali
- Personalizzazione delle raccomandazioni in base agli acquisti precedenti o agli interessi dichiarati
- Altro

**TOTALE RISPONDENTI 87%**

20. Ritiene che l'integrazione tra canali fisici e digitali possa migliorare le vendite e la fidelizzazione dei clienti?

- Sì, in modo significativo
- Sì, ma con alcune difficoltà da superare
- Non so, dipende dall'entità di risorse disponibili (economiche, di tempo, di competenze, etc.)
- No, non credo sia utile

**TOTALE RISPONDENTI 87%**

21. Quali strumenti o supporti ritiene più utili per migliorare l'integrazione tra i diversi canali della sua libreria e offrire un'esperienza omnicanale più efficace?

- Formazione e aggiornamento professionale su strategie digitali, gestione dell'e-commerce, utilizzo dei social media e strumenti di marketing multicanale
- Software e strumenti tecnologici più intuitivi per la gestione integrata del catalogo, degli ordini e della comunicazione tra canali fisici e digitali
- Supporto tecnico specializzato per configurare e ottimizzare piattaforme digitali (e-commerce, CRM, sistemi di pagamento integrati, ecc.)
- Collaborazioni con altre librerie per condividere esperienze, strategie e strumenti, creando sinergie e offerte comuni
- Incentivi economici o agevolazioni fiscali per investire in nuove tecnologie, formazione del personale o digitalizzazione dei servizi
- Consulenza personalizzata per sviluppare una strategia omnicanale su misura per le esigenze della libreria

- Non so

**TOTALE RISPONDENTI 87%**

22. (Se a D15 è stata selezionata solo A) Se non ha ancora adottato un approccio omnicanale, quali sono le principali difficoltà o criticità che ne ostacolano l'implementazione?

- Costi troppo elevati per piattaforme digitali, integrazione dei sistemi e formazione del personale
- Difficoltà nella gestione simultanea di più canali (es. coordinare vendite in negozio, e-commerce, social media e servizi di assistenza clienti)
- Mancanza di competenze tecniche per gestire piattaforme digitali, analisi dei dati e strategie di marketing omnicanale
- Competitività con grandi catene di librerie che dispongono di maggiori risorse per campagne pubblicitarie, sconti aggressivi e presenza multicanale
- Difficoltà a competere con marketplace come Amazon e IBS, che offrono prezzi più bassi, logistica efficiente e maggiore visibilità online
- Problemi di sincronizzazione tra inventario online e disponibilità in negozio, che potrebbero generare disservizi o insoddisfazione nei clienti
- Limitata domanda da parte dei clienti abituali, che preferiscono acquistare direttamente in negozio senza utilizzare altri canali
- Tempi di gestione e aggiornamento eccessivi, che potrebbero distogliere l'attenzione dalle attività quotidiane della libreria
- Altro

**TOTALE RISPONDENTI 13%**

23. (Se a D15 è stata selezionata solo A) Se avesse le risorse necessarie (economiche, di tempo o di competenze), sarebbe interessato a implementare un approccio omnicanale nella sua libreria?

- Sì, sicuramente
- Sì, ma solo per alcuni aspetti
- Non so
- No, non lo ritengo utile per la mia attività

**TOTALE RISPONDENTI 13%**

24. (Se D23 = 1 o 2) Quale tra questi strumenti o supporti potrebbe incentivare la sua libreria ad adottare un approccio omnicanale?

- Finanziamenti o incentivi economici per l'adozione di nuove tecnologie e la digitalizzazione
- Formazione e corsi specifici per migliorare la gestione dei canali digitali e le strategie di marketing online
- Soluzioni tecnologiche più semplici e intuitive, che richiedano meno tempo e competenze per la gestione
- Supporto consulenziale personalizzato, per definire una strategia omnicanale adatta alla specificità della libreria
- Collaborazioni con altre librerie indipendenti, per sviluppare strategie comuni e aumentare la competitività rispetto alle grandi catene e ai marketplace
- Migliori condizioni di vendita sui marketplace e-commerce, che rendano più vantaggiosa la presenza online

**TOTALE RISPONDENTI 6%**

25. Lei è associato ad ALI – Associazione Librai Italiani?

- Sì, sono associato
- No, non sono associato

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

25bis. Lei è associato ad associazioni di categoria diverse da ALI?

- Sì, sono associato anche ad un'altra associazione di categoria
- Sì, sono associato anche ad altre associazioni di categoria
- No, non sono associato ad altre associazioni di categoria

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

25tris. (Solo se d26bis diversa da "c") Puoi indicarmi a quali associazioni è associato?

**TOTALE RISPONDENTI 18%**

26. (Solo le librerie associate ad ALI) Qual è il Suo livello di soddisfazione riguardo le azioni messe in campo da ALI a supporto delle librerie?

- Modalità con le quali ALI fornisce informazioni alle librerie
- Efficacia di ALI nell'erogazione dei servizi
- Modalità con le quali ALI risponde alle esigenze delle librerie
- Giudizio complessivo verso ALI

**TOTALE RISPONDENTI 26%**

27. (Solo le librerie associate ad ALI) C'è qualche servizio di cui lei necessiterebbe che al momento non trova tra quelli offerti da ALI?

**TOTALE RISPONDENTI 26%**

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

- Sì, ne ho sentito parlare
- Sì, la conosco molto bene
- No, non la conosco

**TOTALE RISPONDENTI 72%**