

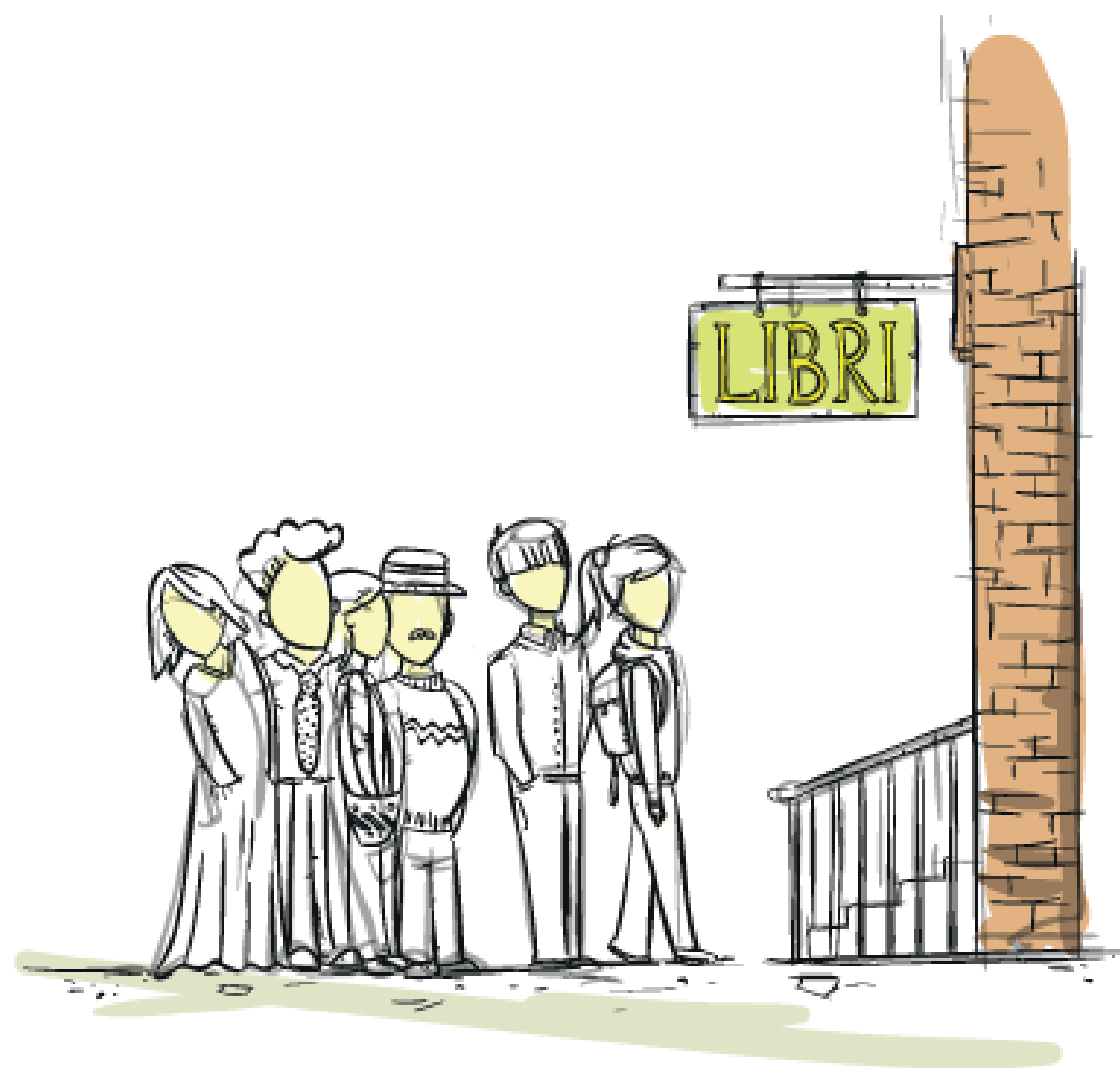


Report sull'efficienza della distribuzione libraria indipendente



Scena 1.

Ritratto dei consumatori culturali fuori dalla libreria





Il lettore XL

Possiede un minimo di **51** libri, spesso molti di più, probabilmente legge anche in biblioteca, l'Istat ci dice che a questo mondo appartiene il **43,4%** degli italiani.

Il lettore M

Secondo l'Istat rappresenta il **18,4%** dei lettori italiani, omogeneamente distribuito nelle diverse regioni. Secondo l'Istat possiede tra i **26** e i **50** libri, secondo noi potrebbe fare di meglio.





Il lettore S

Possiede meno di **26** libri, e (*ohinoi*) rappresenta il **38,2%** dei lettori italiani; non sappiamo se frequenti le biblioteche, sappiamo che è più presente a Sud, ma che è ben rappresentato anche a Nord (1 persona su 3 in Trentino Alto Adige). Soggetto sconsolante o stimolante a seconda della psicologia di ogni libraio.

I consumi del lettore italiano

In Italia, le persone che in 12 mesi:

Sono andate a un museo: **31,7%**

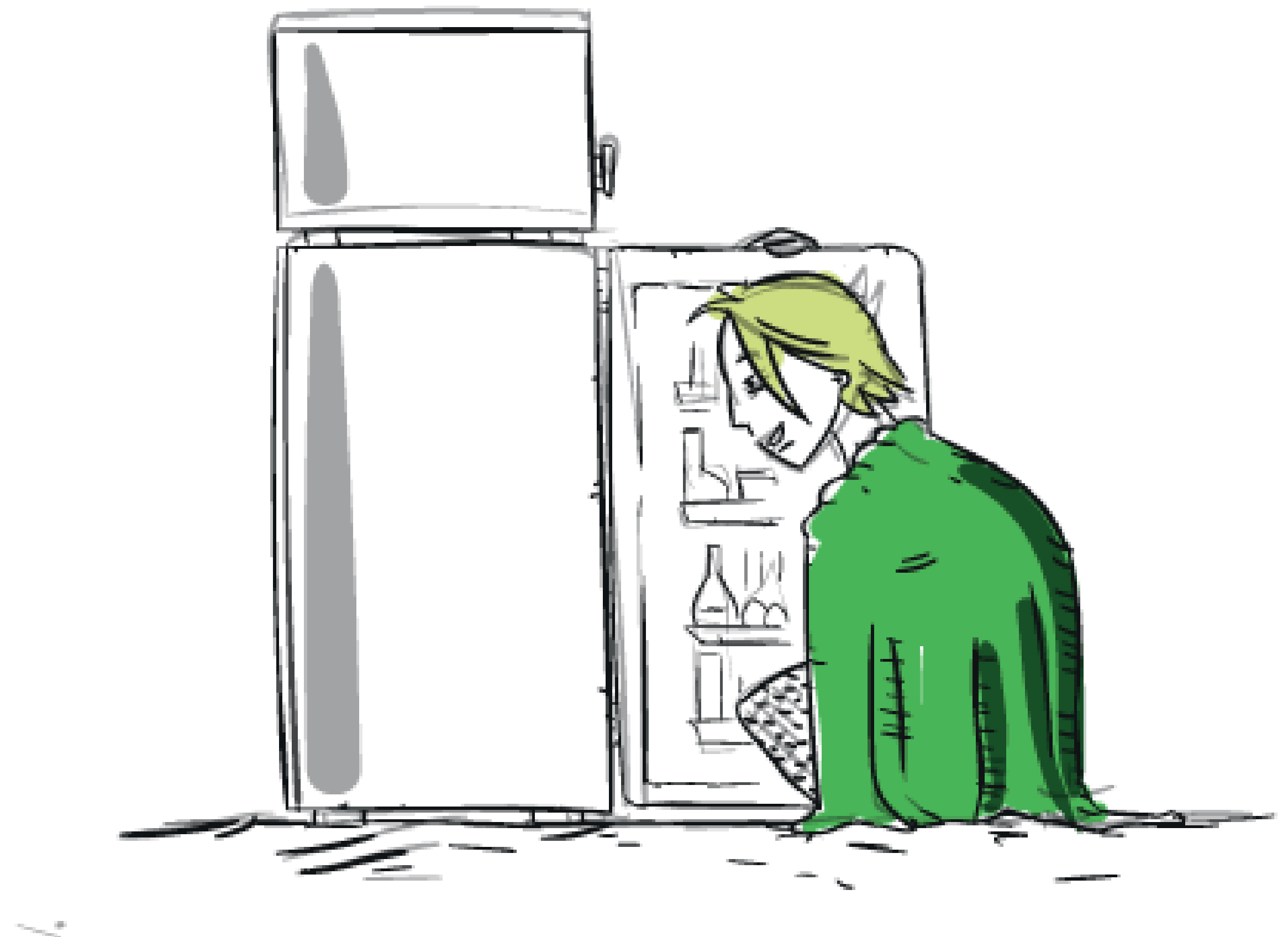
Sono andate a un concerto: **21,2%**

Sono andate a teatro: **21,2%**

Sono andate al cinema: **51,1%**

Hanno letto almeno un libro: **43,5%**

(questo significa che molti lettori smettono di essere tali per almeno un anno)





I consumi culturali del lettore italiano

Ogni persona che vive in Italia spende in media **16.600** euro all'anno (1383 euro al mese), ma più di uno su due (il **56,5%**) non compra neanche un libro.

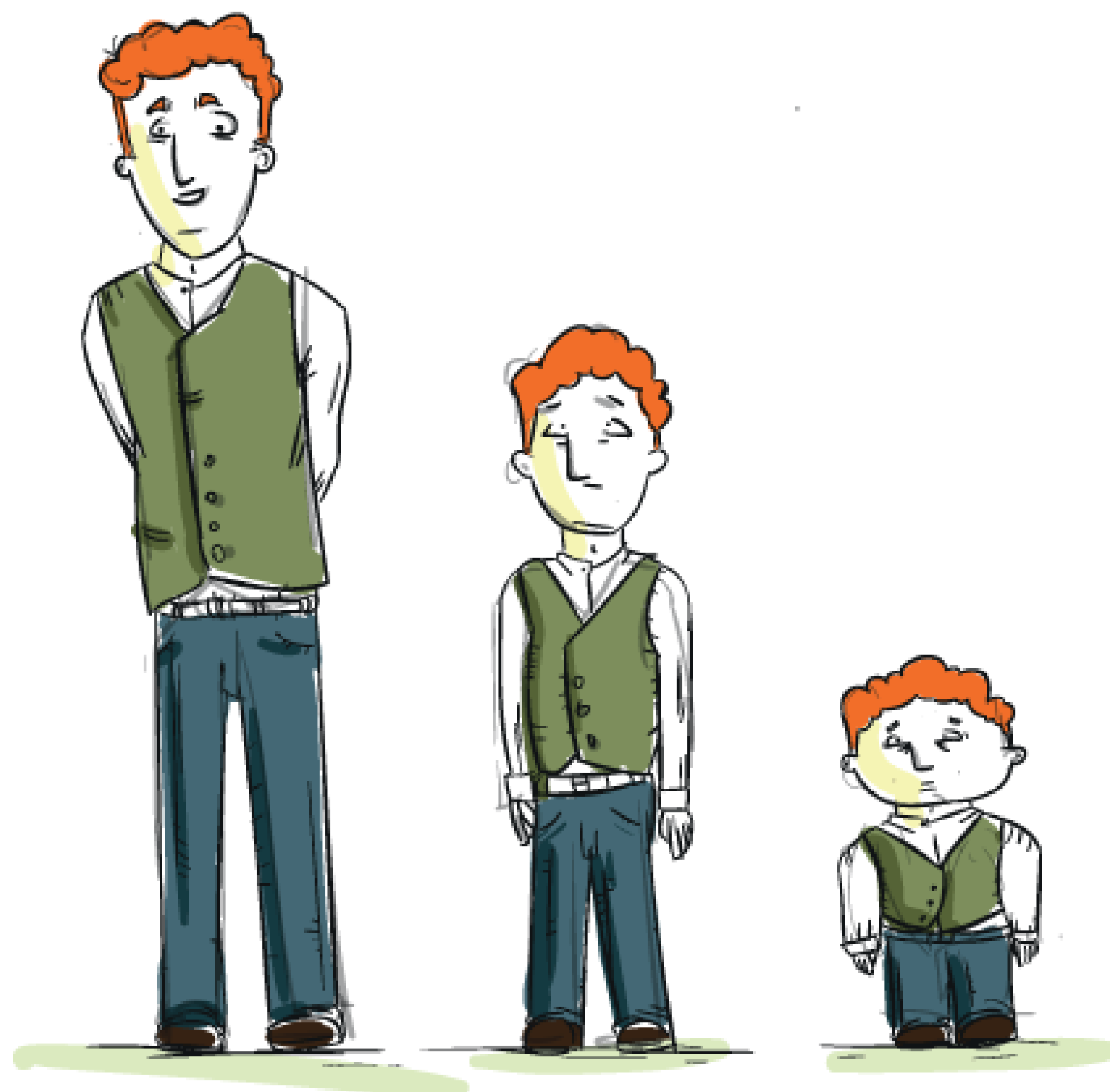
Come attirare tutti i tipi di
lettore aumentando la
propensione all'acquisto?



Scena 2.

Trame della libreria
seduttrice





I 3 librai

Il libraio **in crescita**, il libraio **stabile**
e il libraio **in calo**.

Fattori non determinanti

Crescita, stabilità o declino **non** sembrano dipendere da metri quadri della libreria, numero di addetti, anni di attività o grandezza della città.





Fattori rilevanti

La posizione geografica.

Fattori rilevanti

Dimensione del fatturato (e l'equilibrio tra catalogo e novità).



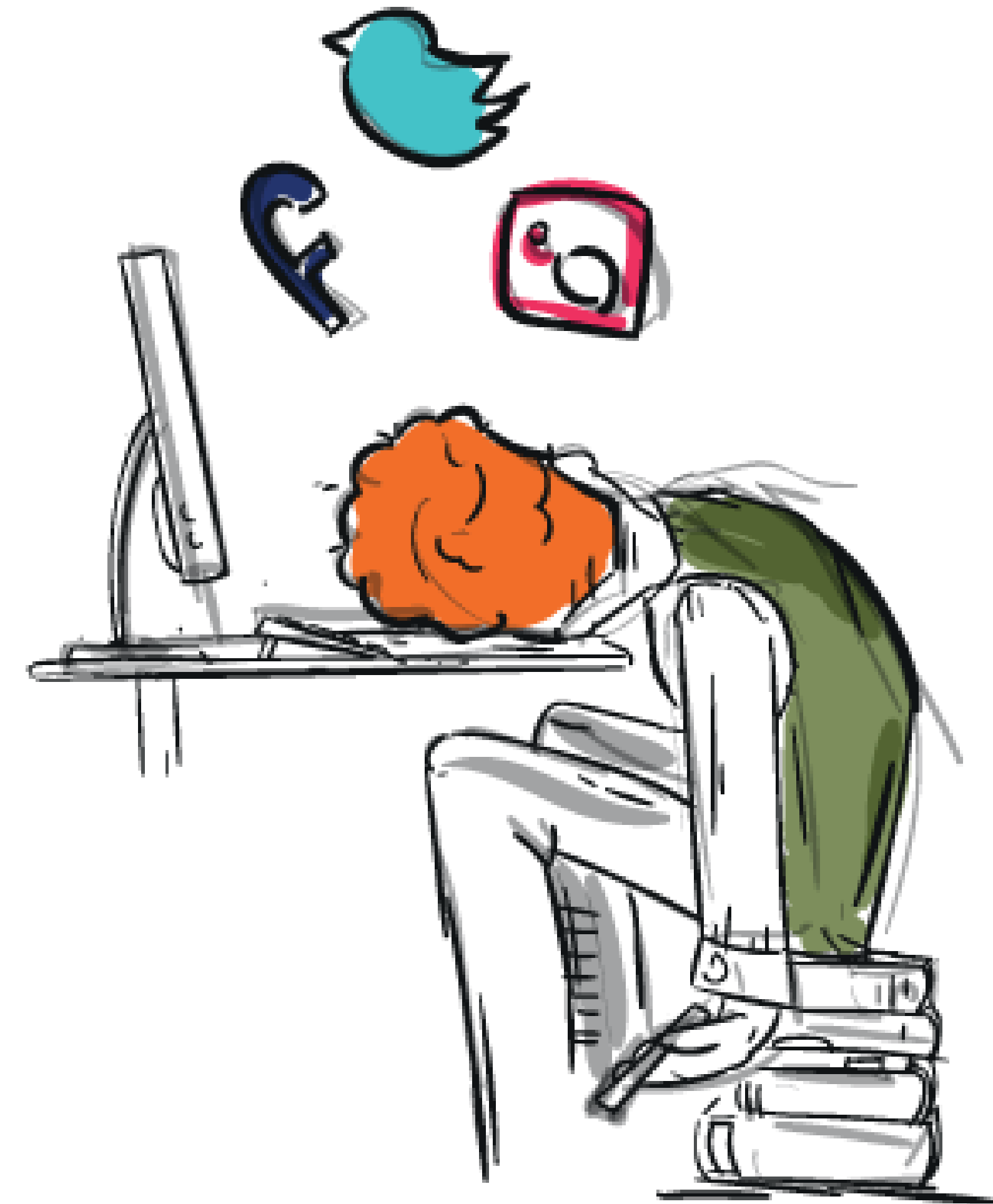


Fattori rilevanti

Numero di eventi organizzati
(tra **2** e **4** al mese la musica cambia...).

Fattori rilevanti

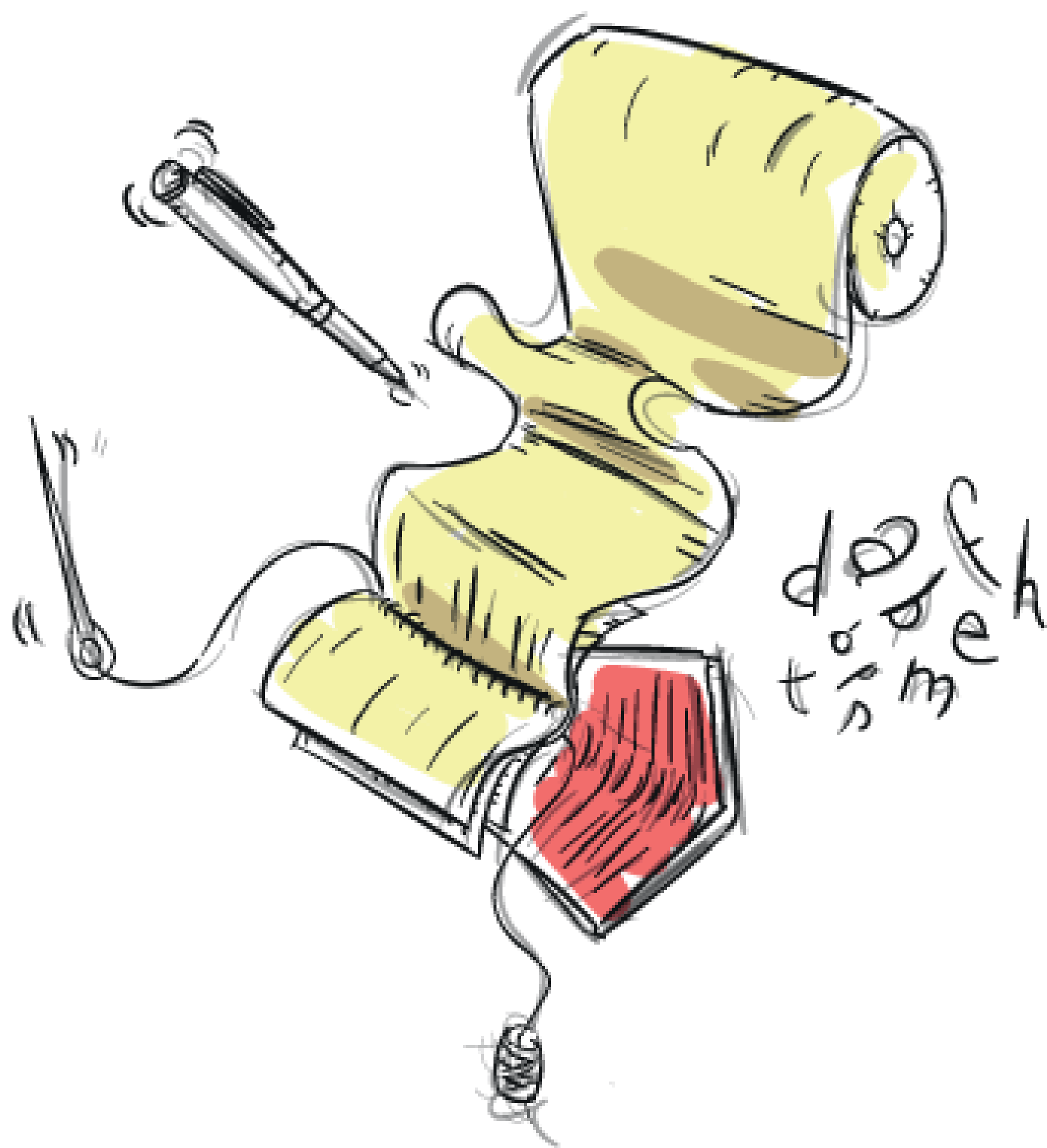
Il tempo dedicato alla promozione via **social media** (oltre le **15** ore mese la differenza si sente).



Scena 3.

Il libraio fuori dalle sue mura.
Solo o ben accompagnato?





Il rapporto con gli attori di filiera

Il rapporto con la politica





La collaborazione tra librai

Librerie partecipanti al sondaggio

franchise

indipendenti

12,3%

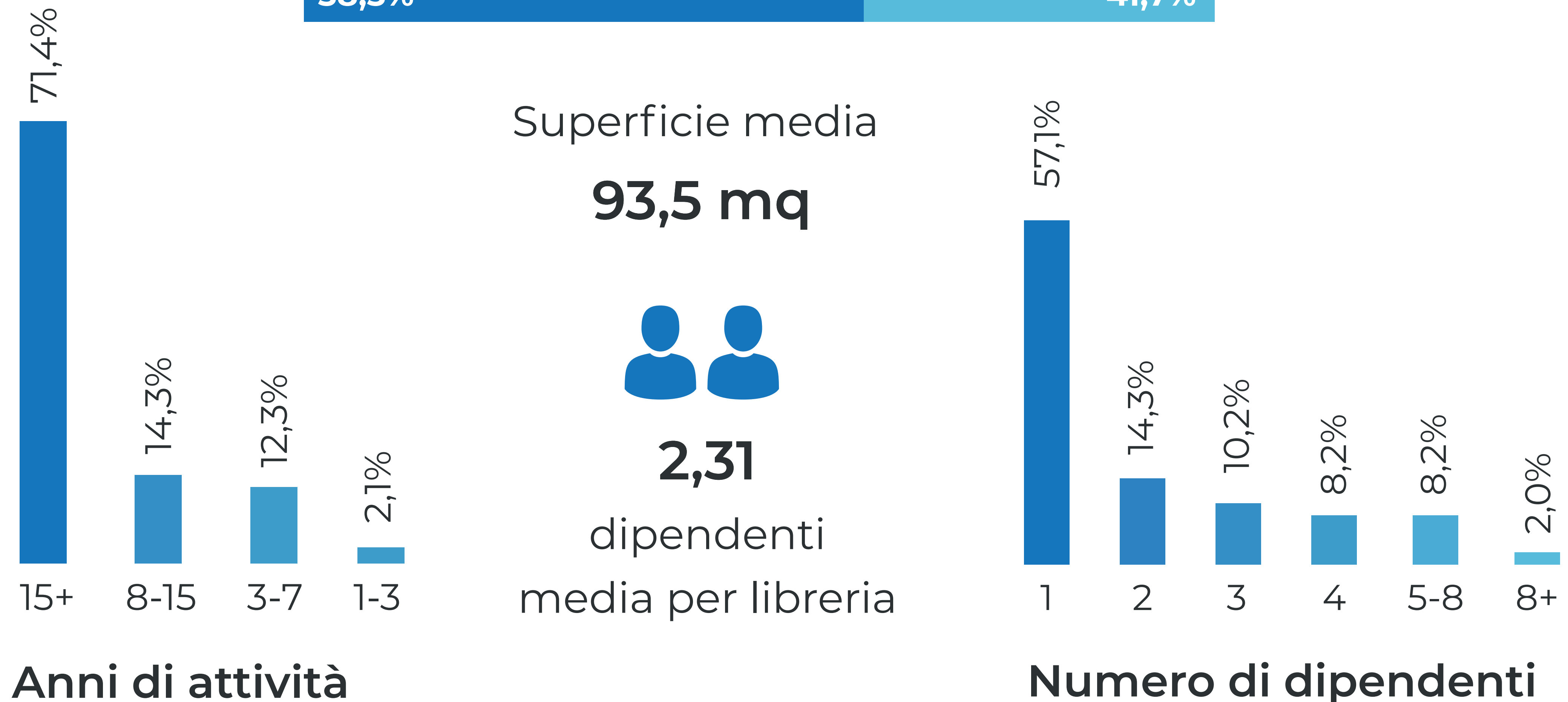
87,7%

con sito web

senza sito web

58,3%

41,7%



Andamento generale del fatturato rispetto all'anno precedente

in crescita

stabile

in perdita

32,7%

30,6%

36,73%

Distribuzione dell'andamento in base alla posizione geografica

Nord **44,5%**

40,9%

40,9%

18,2%

Centro **28,6%**

14,3%

14,3%

71,4%

Sud e Isole **26,9%**

38,5%

30,8%

30,7%

Distribuzione dell'andamento in base al fatturato

inferiore a 200mila € **38,8%**

26,3%

36,8%

36,8%

da 201mila a 500mila € **34,7%**

47,1%

23,5%

29,4%

superiore a 500mila **26,5%**

23,1%

30,8%

46,2%

Tipo di catalogo

Distribuzione dell'andamento in base alla percentuale di titoli in catalogo

inferiore al 40% **36,8%**



dal 41% al 60% **31,6%**



superiore a 61% **26,5%**



Distribuzione dell'andamento in base alla percentuale di novità in catalogo

inferiore al 40% **55,3%**



dal 41% al 60% **23,7%**



superiore a 61% **21,0%**



Eventi e promozione

Distribuzione dell'andamento in base al numero di eventi al mese

fino a 2 eventi al mese **60,5%**



3 o più eventi al **39,5%**



Distribuzione dell'andamento in base alle ore lavoro per la promozione sui social media

inferiore al 40% **55,3%**



dal 41% al 60% **23,7%**





In collaborazione con:



 Letteratura rinnovabile



EStà, Economia e sostenibilità, si occupa di ricerca, formazione e progettazione di sistemi di sviluppo sostenibile, di economia circolare e di impresa culturale creativa.