



REGIONE DEL VENETO

EV
EDITORI VENETI



ali
associazione
librai
italiani
CONFCOMMERIO
UNIONE PER L'ITALIA



PRIMO CENSIMENTO LIBRERIE DEL VENETO

Report dei risultati

Primo Censimento delle Librerie del Veneto

progetto a cura dell'Associazione Editori Veneti

giugno 2024

Report a cura di Questlab srl



INTRODUZIONE

Si è concluso il primo **Censimento delle Librerie del Veneto**, un'iniziativa frutto della collaborazione tra le principali Associazioni della filiera del libro (Biblioteche, Case editrici, Librerie), nell'ambito di un progetto promosso dalla **Regione del Veneto** per dare impulso ad attività condivise per la diffusione del libro e della lettura sul territorio regionale.

L'obiettivo che ha animato il progetto, realizzato a cura dell'Associazione Editori Veneti, è stato **mappare la rete libraria veneta** – realtà dal forte impatto culturale e sociale sul territorio – per conoscerne le peculiarità e raccogliere informazioni utili alla sua **valorizzazione** e alla **promozione** di iniziative finalizzate al **sostegno delle librerie stesse**, indirizzando eventuali interventi istituzionali.



METODOLOGIA CENSIMENTO

L'attività per predisporre gli strumenti del Censimento si è articolata in sequenza nelle seguenti fasi:

- Progettazione del **Questionario** per raccogliere le informazioni richieste
- Raccolta dagli archivi Infocamere dell'universo di riferimento delle attività economiche con i seguenti codici **Ateco**:
47.61.0 - Commercio al dettaglio di libri nuovi in esercizi specializzati
47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano e altri
- Predisposizione di un piano di comunicazione:
 - **lettera di presentazione** del committente/beneficiario
 - descrizioni dettagliate del Questionario e **istruzioni** alla compilazione
 - **testi** per l'invito alla compilazione, sollecito e ringraziamento
 - **materiali grafici** per predisposizione della pagina web



METODOLOGIA CENSIMENTO

- progettazione di un sito web <https://censimento.librerieveneto.it> per la comunicazione e raccolta dei questionari
- predisposizione dei seguenti canali di assistenza e supporto:
 - **numero verde**
 - **indirizzo email** dedicato
 - **servizio chat** (assistenza online)
- **test** di tutti gli strumenti realizzati prima dell'attività di raccolta dei questionari
- **lancio dell'iniziativa**, condividendo il censimento con il target di destinazione attraverso l'email pec e/o non pec a tutte le realtà dell'universo individuato
- attività di **sollecito email** e **telefonico** che ha previsto almeno tre email e due contatti telefonici per invitare alla compilazione del questionario



METODOLOGIA CENSIMENTO

- attività di monitoraggio della raccolta dei questionari, che ha previsto:
 - azioni specifiche per il **ricontatto** dei rispondenti che hanno inviato questionari compilati parzialmente o incoerenti
 - misurazione in itinere dei **tassi di risposta** e dei **tassi di copertura** rispetto gli obiettivi campionari prefissati
 - **azioni di comunicazione targettizzate** (solleciti, nuove attivazioni, promozioni ecc.) laddove i tassi di risposta o di copertura erano troppo bassi
 - controllo dell'esito delle attività svolte e **scarico parziale** dei risultati per verificare la correttezza e la qualità dei dati raccolti
- **scarico dei questionari, pulizia e validazione** dei dati
- **analisi descrittive** (frequenze, media, deviazione standard ecc.)
- visualizzazione dei dati con **grafici e tabelle**
- predisposizione del **rapporto di ricerca in ppt** utilizzando tabelle, grafici e testo



METODOLOGIA CENSIMENTO

- 1. Universo di riferimento** tutte le librerie e le cartolibrerie del Veneto
- 2. Metodologia d'indagine** Computer Assisted Web Interviewing (CAWI) e Computer Assisted Phone Computer Assisted (CATI)
- 3. Questionario** Sezioni: informazioni generali, organizzazione, investimenti
- 4. Intervallo di esecuzione** febbraio-maggio 2024
- 5. Rispondenti pertinenti** 339 questionari pertinenti all'ambito produttivo indagato (attività commercio libri) su 609 questionari arrivati
- 6. Campione** Censimento



UNIVERSO DELLE UNITÀ ATTIVATE

Esiti contatti	Numerosità
Arrivati, di cui:	609
Pertinenti ai fini dell'indagine	339
Fuori settore	266
Doppio	4
Cessata / in liquidazione	29
Telefono inesistente/staccato	53
Rifiuto	57
Indisponibili al momento	35
Contattati ma non rispondenti	107
Totale unità attivate	890

Nella tabella sono riassunti gli esiti dei contatti avuti con le 890 unità attivate (il numero si riferisce alle unità provenienti dagli archivi Infocamere con codici Ateco pertinenti).

Ciascuna unità è stata sollecitata via email e telefonicamente (in media quattro contatti). Si fa presente che per la maggior parte delle unità non rispondenti non è stato possibile determinare la tipologia in quanto si tratta di un'informazione non desumibile dal solo codice Ateco.

A indagine conclusa, è stata quindi effettuata, tra le 609 risposte ricevute, una selezione escludendo i questionari provenienti da realtà che non svolgono commercio di libri (pur con codice Ateco valido). Le unità ritenute pertinenti ai fini dell'indagine sono 339.



LIBRERIE E CARTOLIBRERIE: ESITI PER PROVINCIA

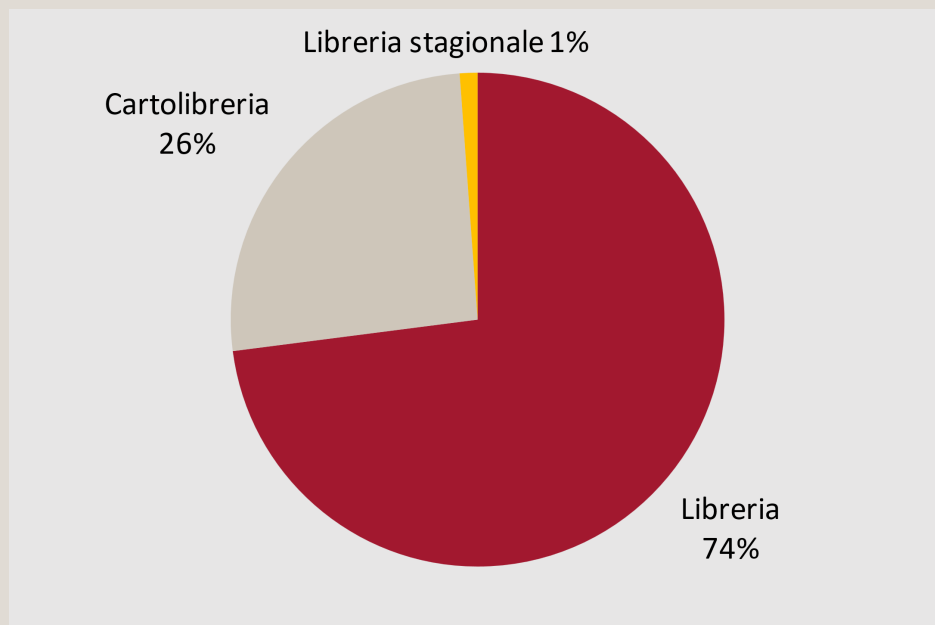
Schede librerie in <https://librerieveneto.it/>

Provincia	LIBRERIE	di cui		CARTOLIBRERIE	TOTALE
		Indipendenti	Catena / Franchising		
BL	18	15	3	6	24
PD	51	43	8	20	71
RO	9	6	3	5	14
TV	34	29	5	17	51
VE	61	48	13	12	73
VI	31	26	5	18	49
VR	46	37	9	11	57
Totale	250	204	46	89	339

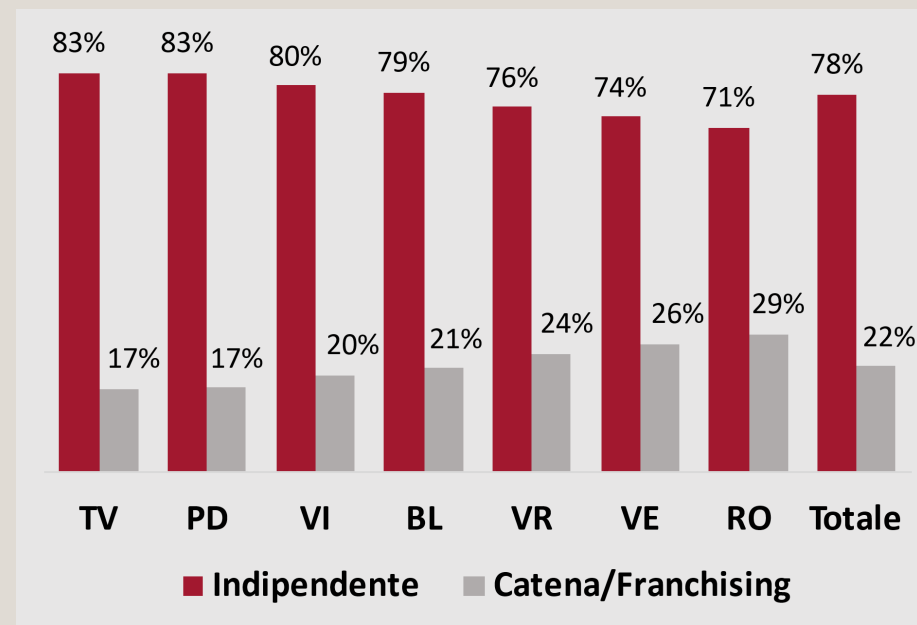


LOCALIZZAZIONE DELLE LIBRERIE

Tipologia



Distribuzione territoriale

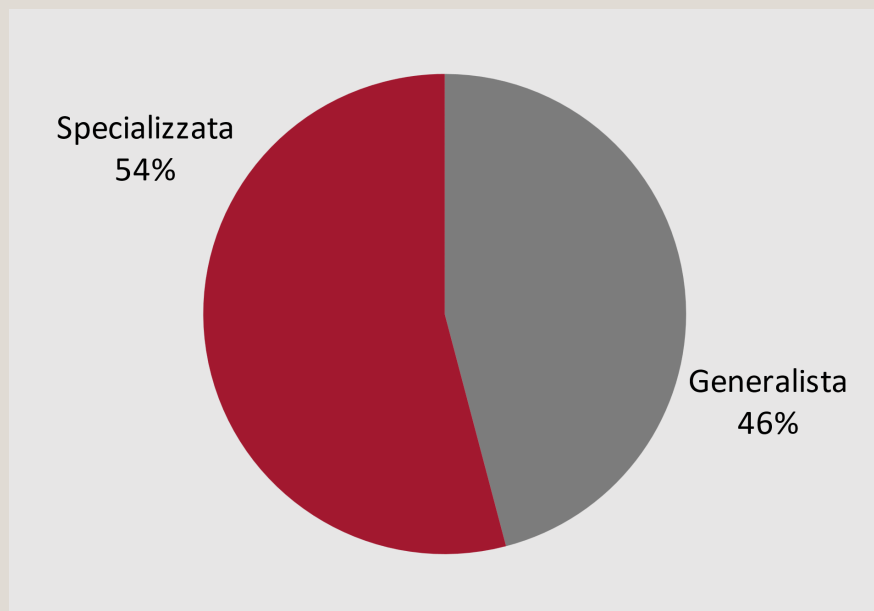


Delle 339 risposte pertinenti del Censimento, il 74% sono librerie, di cui l'82% librerie indipendenti (1% stagionali). Il restante 18% sono librerie di catena o in franchising. A Treviso e a Padova le librerie indipendenti raggiungono la quota più elevata con l'83%, contro la quota più bassa del 71% di Rovigo.



SPECIALIZZAZIONE DELLE LIBRERIE INDIPENDENTI

Tipologia delle librerie indipendenti



Specializzazione delle librerie indipendenti

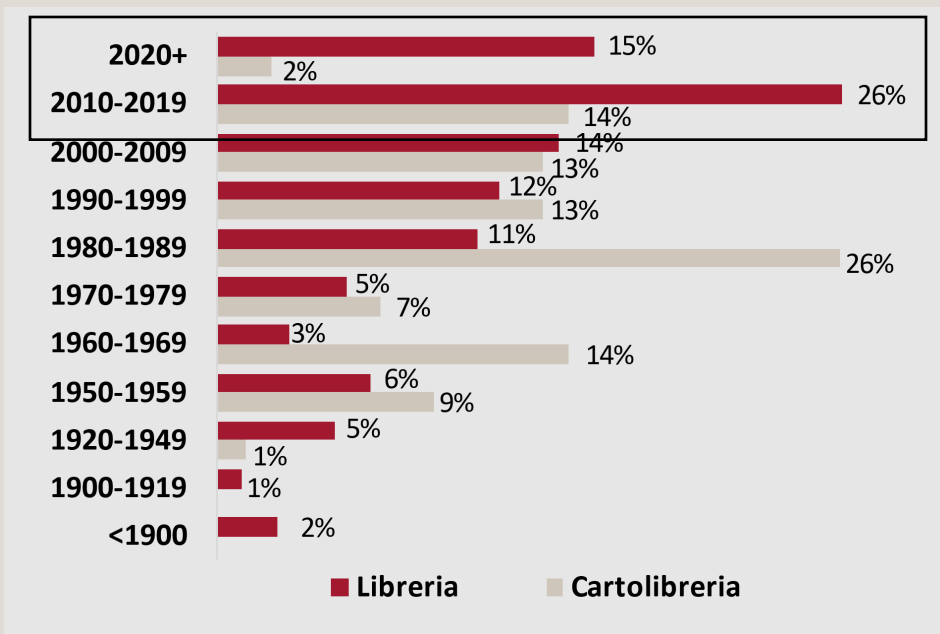


Delle 204 risposte delle librerie indipendenti il 54% dichiara di essere specializzata in uno o più settori. L'attenzione per i più giovani da parte delle librerie indipendenti emerge tra le specializzazioni più diffuse. Infatti, il 13% dichiara di essere specializzato in libri per bambini e ragazzi e l'11% nella prima infanzia. Anche il 9% delle librerie specializzate in fumetti si rivolge a una platea costituita prevalentemente da giovani.

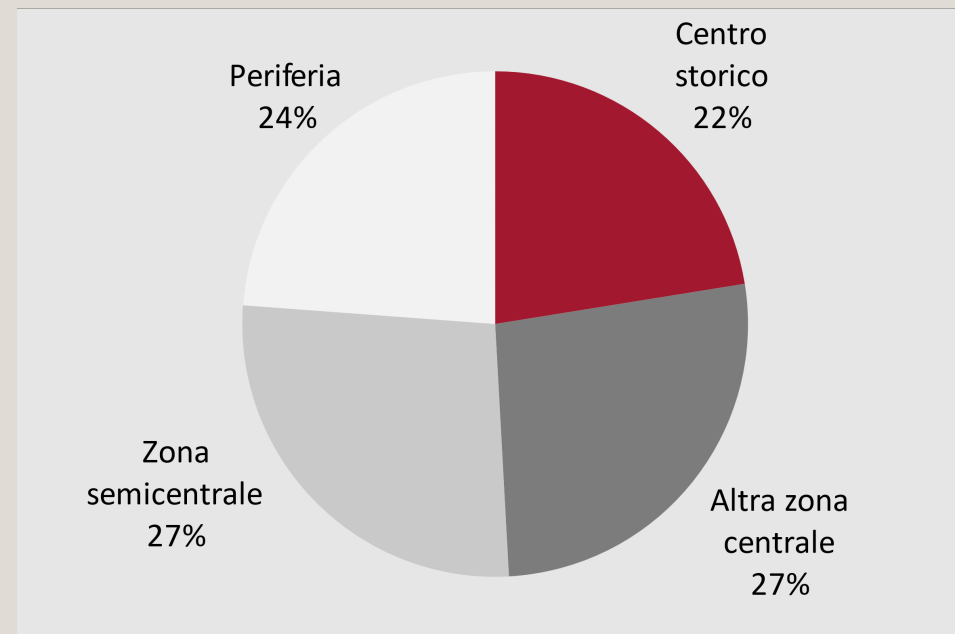


STORIA DELLE LIBRERIE

Anno di fondazione



Dal 2010 aperte 65 librerie indipendenti

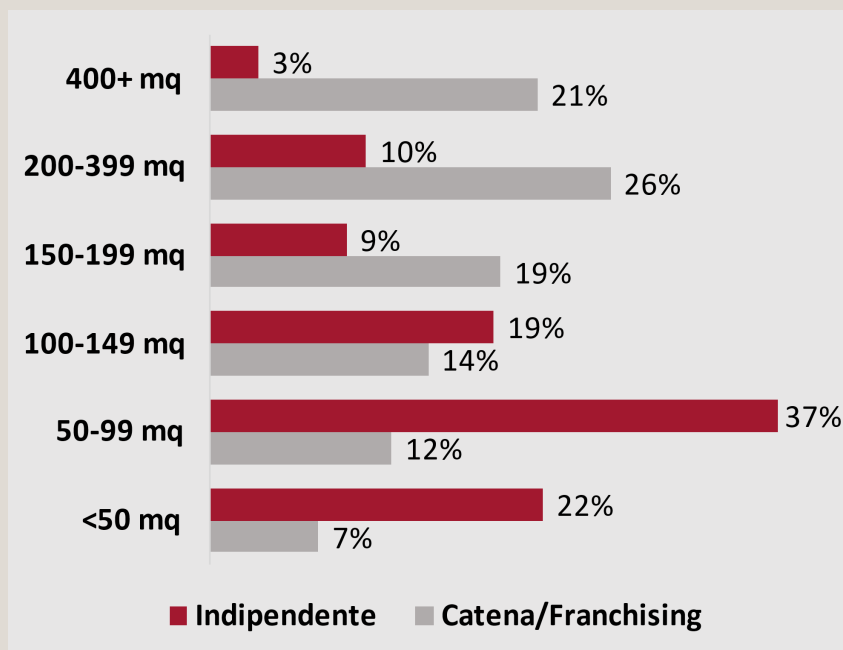


Dal 2010 si è registrato un incremento consistente delle librerie, pari al 41% per le librerie di catena/franchising e al 45% per quelle indipendenti. Il 18% delle indipendenti ha aperto dopo il 2020, nel periodo interessato dalla pandemia. Le 65 librerie indipendenti che hanno aperto dal 2010 in poi sono per quasi la metà collocate in zone centrali, mentre quasi una su quattro in zone periferiche.

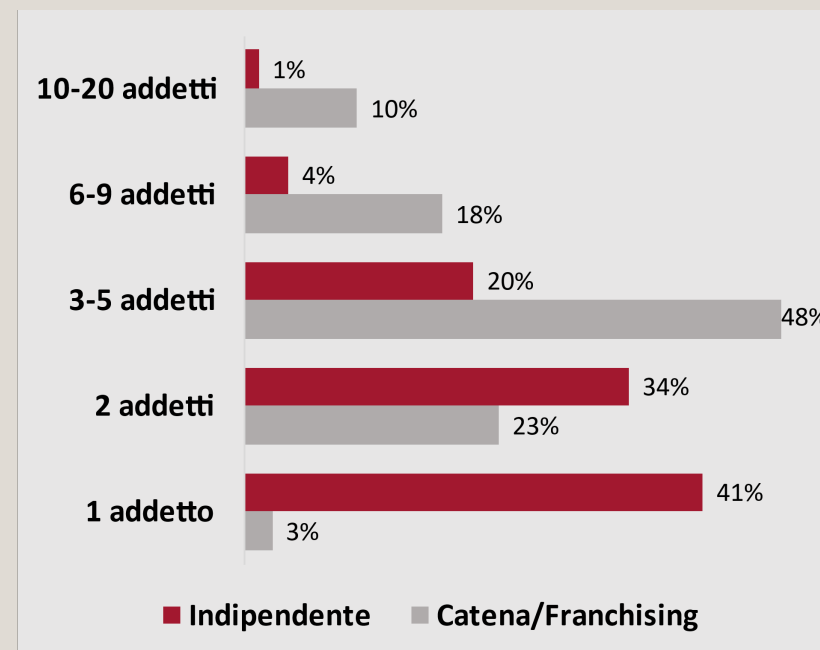


DIMENSIONI DELLE LIBRERIE

Superficie



Numero degli addetti

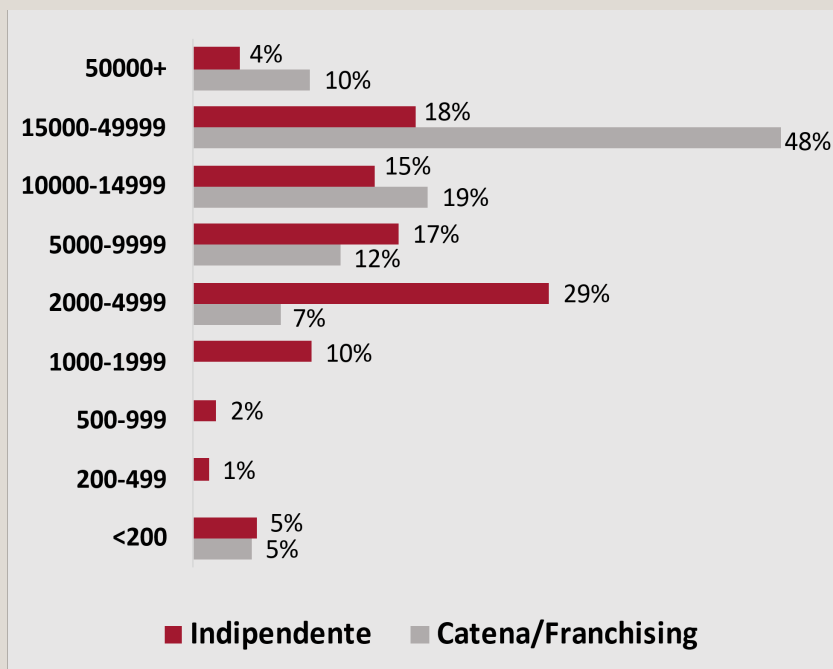


Se analizziamo la superficie in mq e il numero di addetti delle librerie, si registrano caratteristiche differenti tra librerie indipendenti e librerie di catena o franchising. Il 61% delle indipendenti ha una superficie inferiore ai 100 mq, mentre il 47% delle librerie di catena o franchising ha una superficie superiore ai 200 mq. Per quanto riguarda il numero di addetti, le librerie indipendenti registrano meno di 2 addetti nel 63% dei casi, mentre le librerie di catena/franchising hanno una presenza tra i 3 e i 9 addetti nel 66% dei casi.

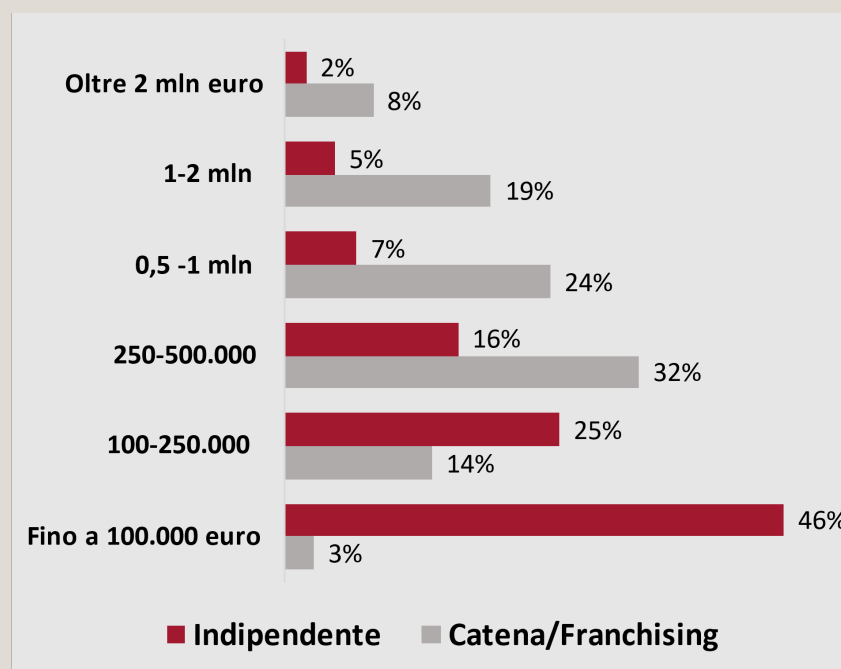


DIMENSIONI DELLE LIBRERIE

Numero di libri



Fatturato 2023

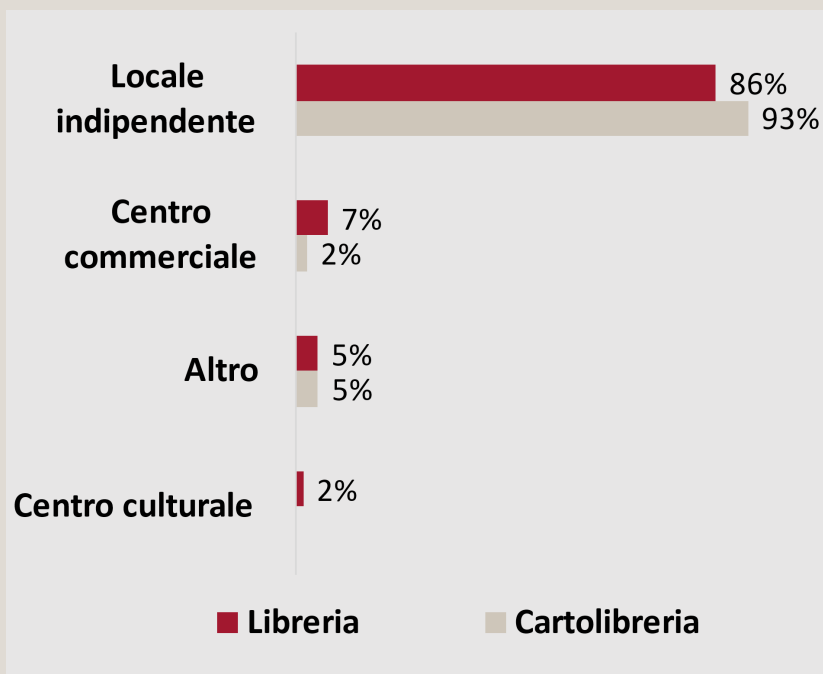


Per quanto riguarda il numero di libri presenti in libreria e il fatturato annuo, viene confermata la diversità tra le librerie indipendenti e le librerie di catena o franchising. Nel 46% le librerie indipendenti non superano un fatturato di 100 mila euro annui e, nel 30% dei casi, un numero di libri tra i 2000 e i 5000. Le librerie di catena o franchising registrano invece, per il 32%, un fatturato tra 250 e 500 mila euro e oltre la metà ha tra i 15.000 e i 50.000 libri.



CONTESTO DELLE LIBRERIE

Localizzazione della sede



Localizzazione delle librerie indipendenti



Le librerie e le cartolibrerie sono collocate per oltre l'86% in locali indipendenti. Il 7% delle librerie si trova all'interno di centri commerciali e un numero residuale del 2% in centri culturali. La tipica libreria indipendente è caratterizzata da un solo punto vendita, una soluzione che interessa l'87% del totale.



CARATTERISTICHE DELLE LIBRERIE

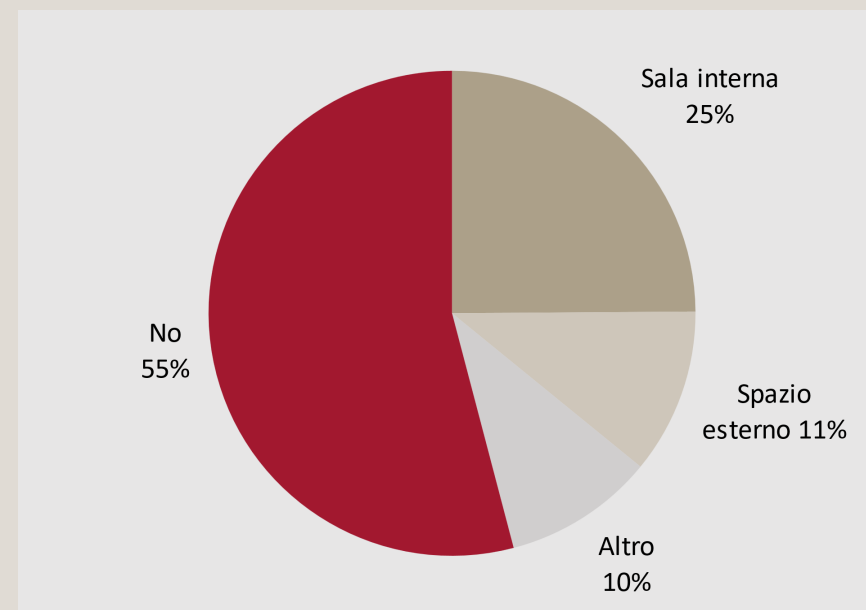
Numero di librerie editrici:

- 27 librerie indipendenti
- 2 di catena /franchising
- 1 libreria stagionale

Librerie in consorzi e gruppi d'acquisto:

- 8 librerie indipendenti

Spazi in libreria dedicati alla realizzazione di eventi

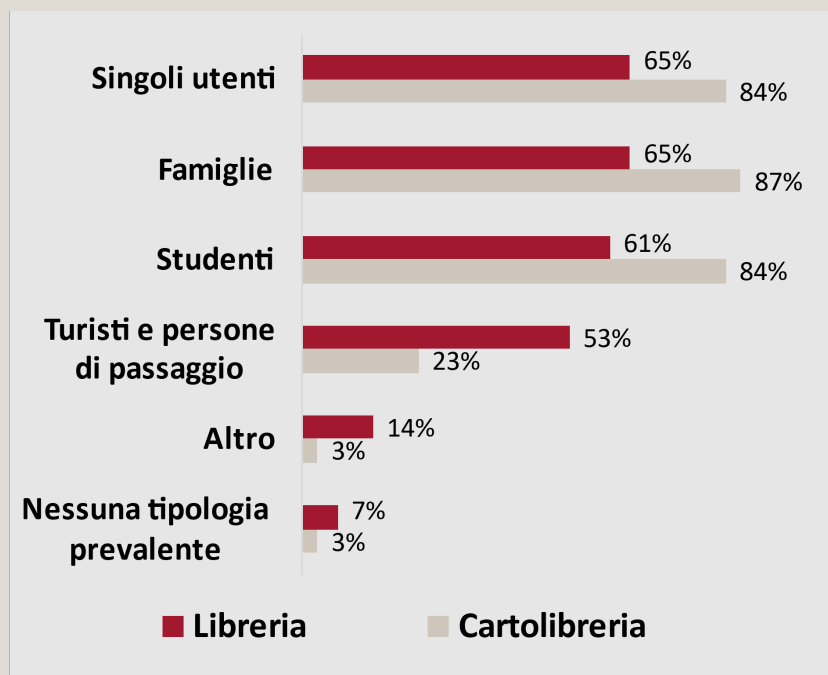


Sono 86 le librerie che dichiarano di avere spazi dedicati alla realizzazione di eventi, di cui 62 sono spazi interni. Oltre la metà di queste librerie si trovano nel centro storico dei contesti urbani in cui sono situate. Infine 33 librerie hanno convenzioni o accordi con altri soggetti per la realizzazione di eventi (ad esempio, Sale dell'Amministrazione comunale, Biblioteche, Centri parrocchiali ecc.)

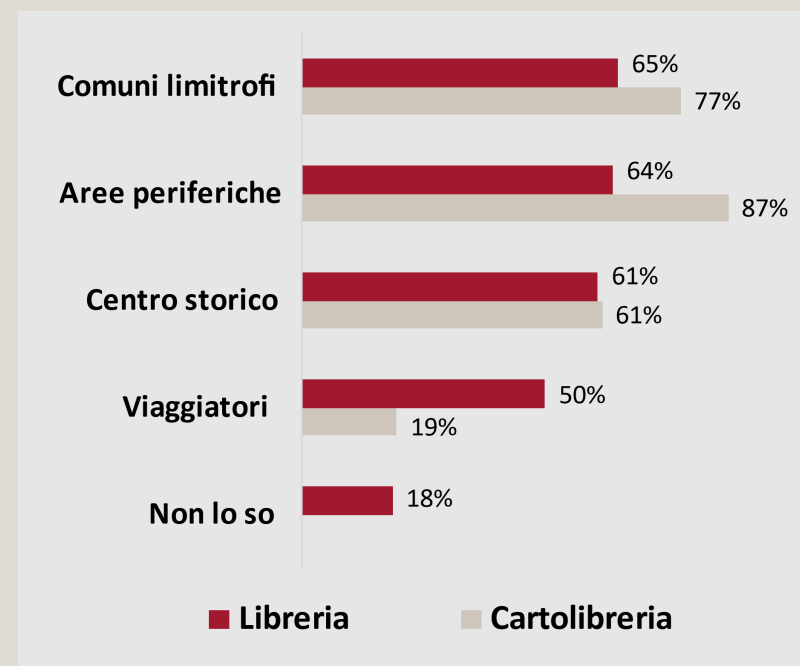


ATTIVITÀ DI VENDITA

Clienti prevalenti



Provenienza dei clienti

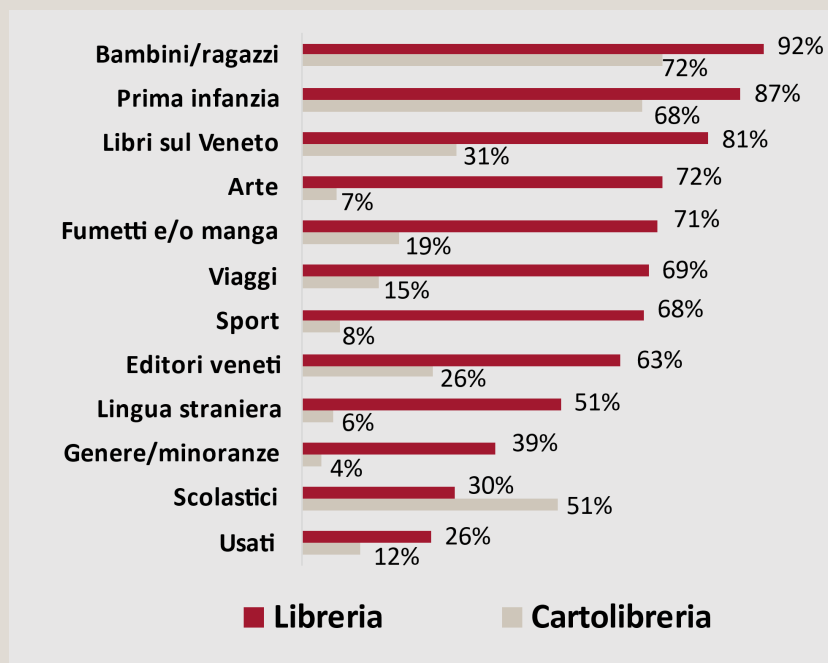


Le tipologie di clienti prevalenti per le librerie sono i singoli utenti, le famiglie, gli studenti e i turisti. La quota segnalata va dal 65% dei singoli utenti al 53% dei clienti occasionali di passaggio come turisti o viaggiatori. La provenienza prevalente dei clienti è dal Comune di residenza/domicilio o dai Comuni limitrofi. Il 50% delle librerie ha segnalato i viaggiatori come clienti frequenti nel loro punto vendita.

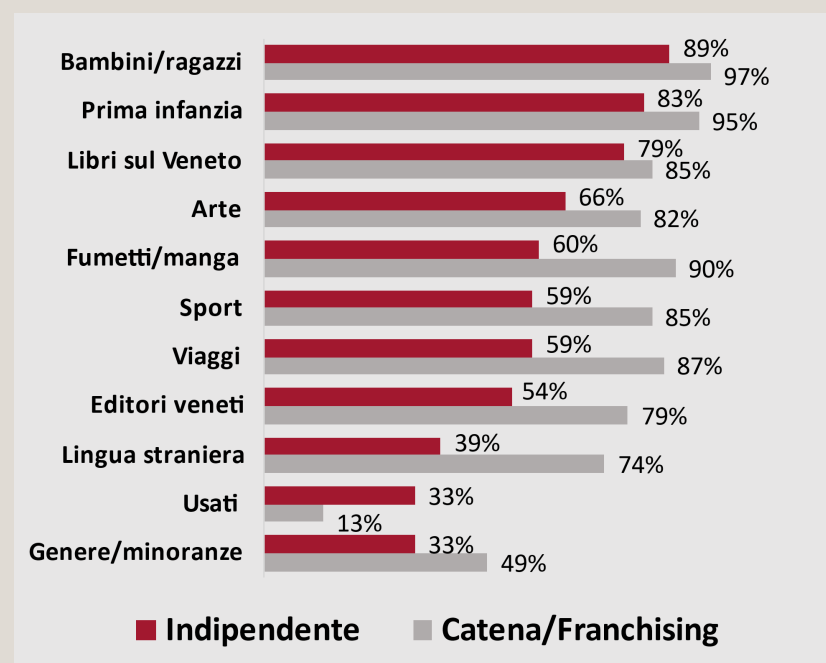


ATTIVITÀ DI VENDITA

Sezioni nelle librerie generaliste



Sezioni per tipologia di libreria

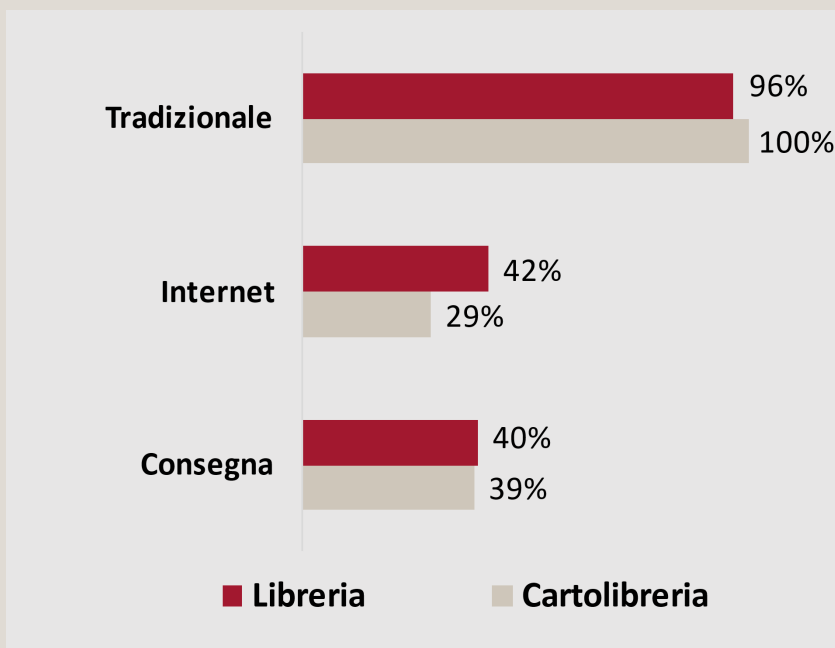


Nel maggior numero di librerie e cartolibrerie generaliste sono presenti sezioni dedicate all'infanzia, ai bambini ai ragazzi. Le stesse tipologie sono disponibili in oltre il 95% delle librerie di catena o franchising. La sezione dedicata a temi locali è presente in oltre l'81% delle librerie, di cui l'85% sono di catena o franchising e il 79% librerie indipendenti.



ATTIVITÀ DI VENDITA

Modalità di vendita



Piattaforme utilizzate dalle librerie per e-commerce

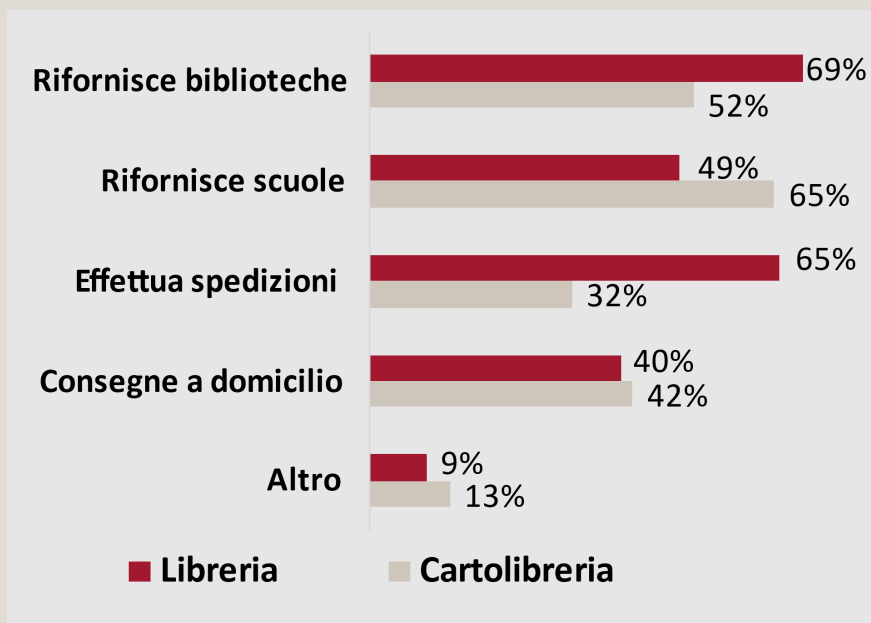


Il sistema di vendita tradizionale interessa la quasi totalità dei rispondenti sia nelle librerie che nelle cartolibrerie. Per chi fa e-commerce, nelle librerie registriamo che il 28% ha dichiarato di avere una piattaforma di proprietà contro il 15% che utilizza piattaforme di terzi.

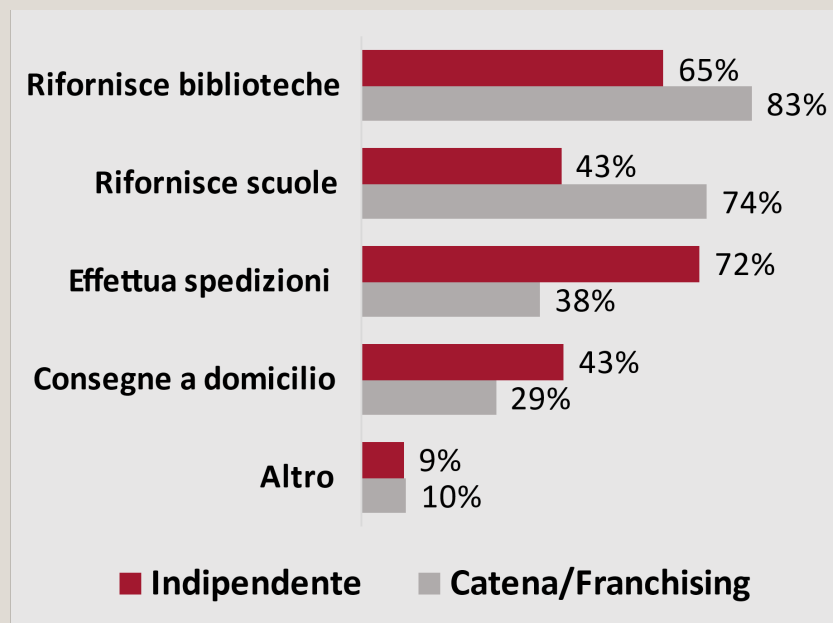


ATTIVITÀ DI VENDITA

Clienti istituzionali e modalità d'invio



Clienti istituzionali e modalità d'invio per tipologia libreria

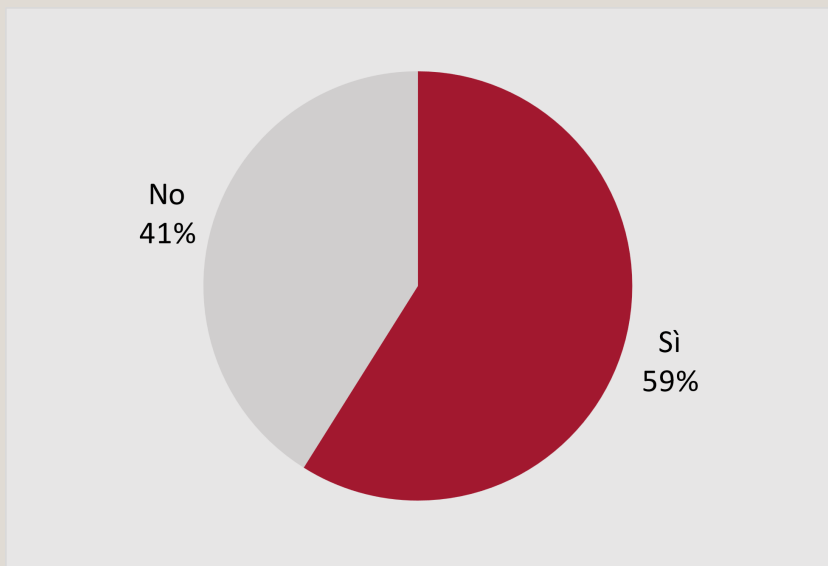


Il cliente istituzionale più segnalato dalle librerie è la biblioteca, indicata dal 69% delle realtà, mentre il 65% delle cartolibrerie rifornisce le scuole. Sulla modalità di invio dei libri, il 65% delle librerie dichiara di effettuare il servizio di spedizione dei libri contro il 32% delle cartolibrerie.

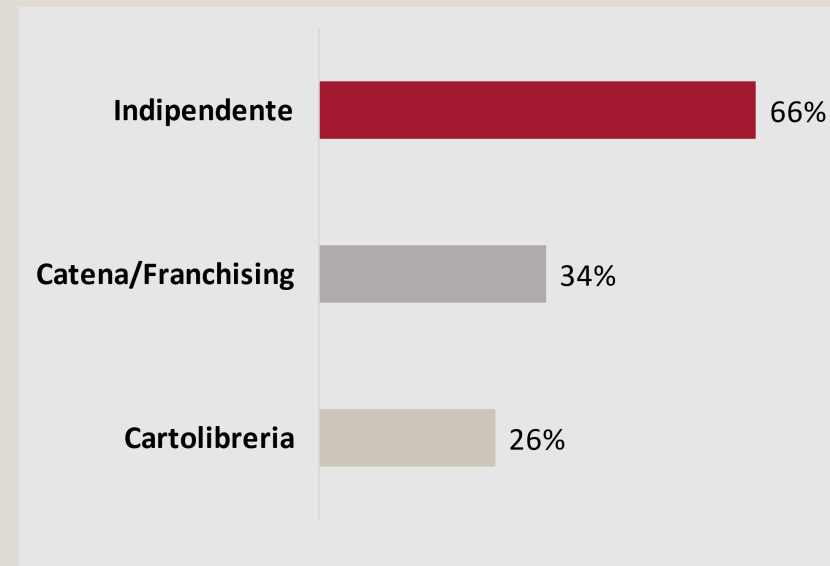


ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Dotazione di proprio sito internet



Dotazione di proprio sito internet per tipologia di libreria

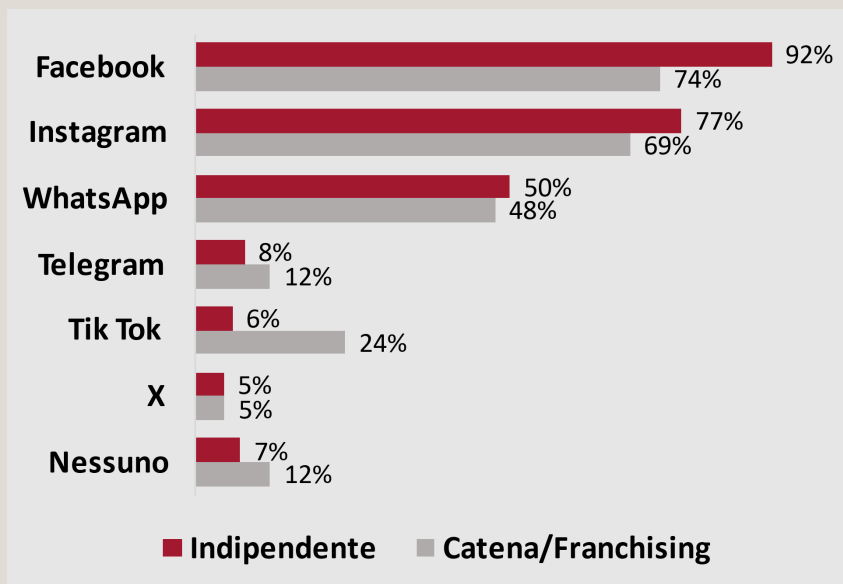


Il 59% delle librerie dispone di un proprio sito internet, di cui il 66% sono librerie indipendenti e il 34% librerie di catena o franchising. In quest'ultimo caso molte librerie dispongono di un sito sviluppato e amministrato dalla catena o franchising.

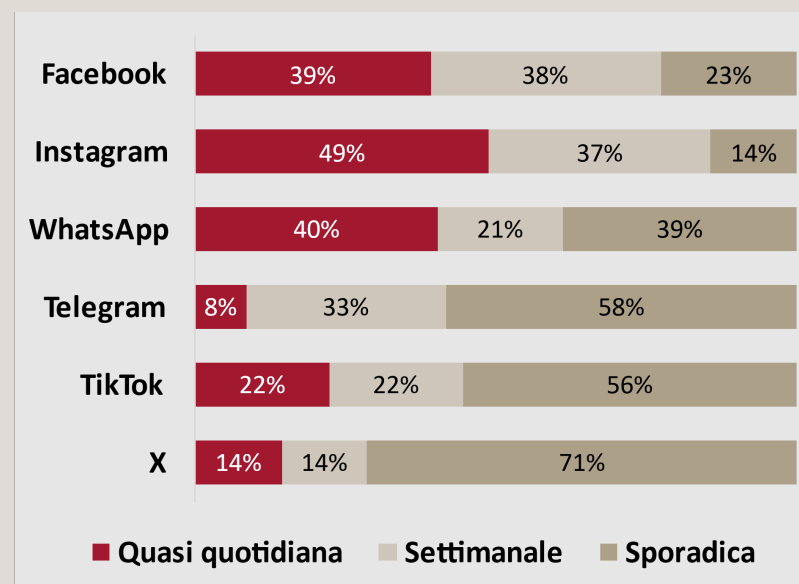


ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Dotazione di social/chat delle librerie



Aggiornamento dei social da parte delle librerie indipendenti



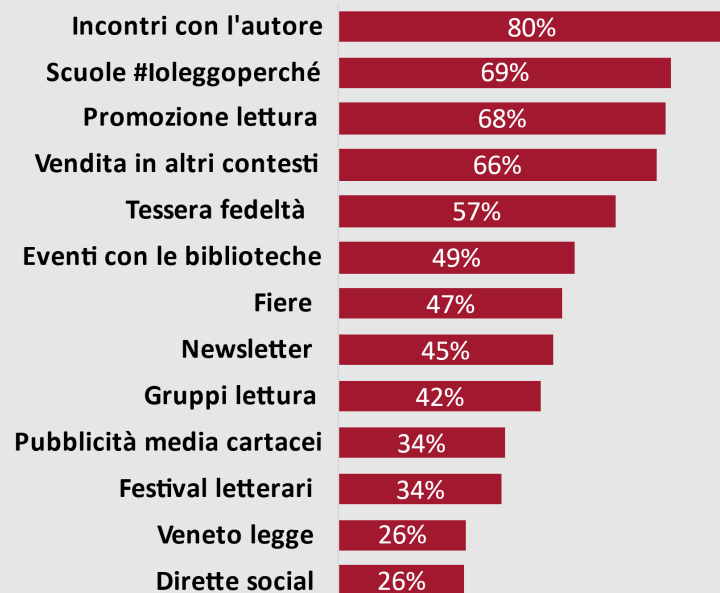
La dotazione di canali social e chat è più presente tra le librerie indipendenti. Il 92% dispone di un profilo Facebook, il 77% ha Instagram e il 50% utilizza WhatsApp. La loro frequenza di utilizzo/aggiornamento è quotidiana o quasi per una quota tra il 39% e il 49%.

Le librerie di catena o franchising dichiarano di utilizzare maggiormente gli stessi social e chat, con una sola distinzione per TikTok, con il 24% che dichiara di farne uso.



ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Attività di promozione delle librerie



Attività di promozione delle librerie indipendenti

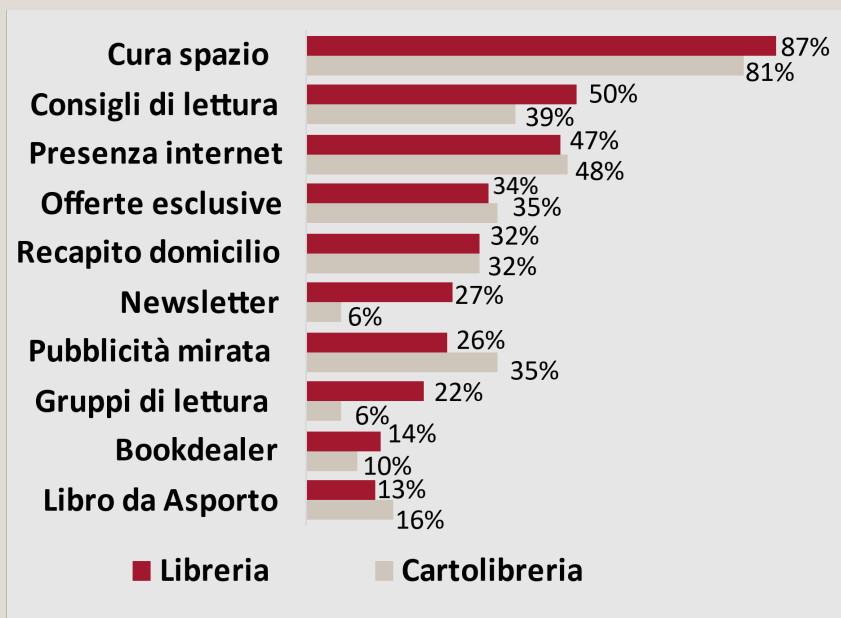


La principale attività di promozione per fidelizzare il cliente è l'incontro con l'autore: l'80% delle librerie organizza tale evento. La seconda iniziativa è l'evento con le scuole “#ioleggoperché”, mentre per le librerie indipendenti troviamo la promozione alla lettura, segnalata dal 67% del totale.

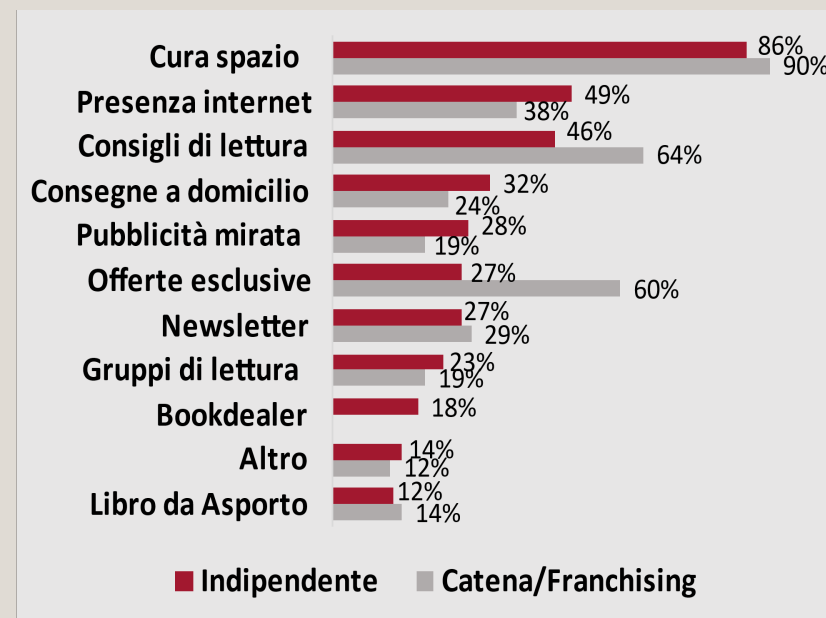


ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Attività di fidelizzazione



Attività di fidelizzazione per tipologia di libreria

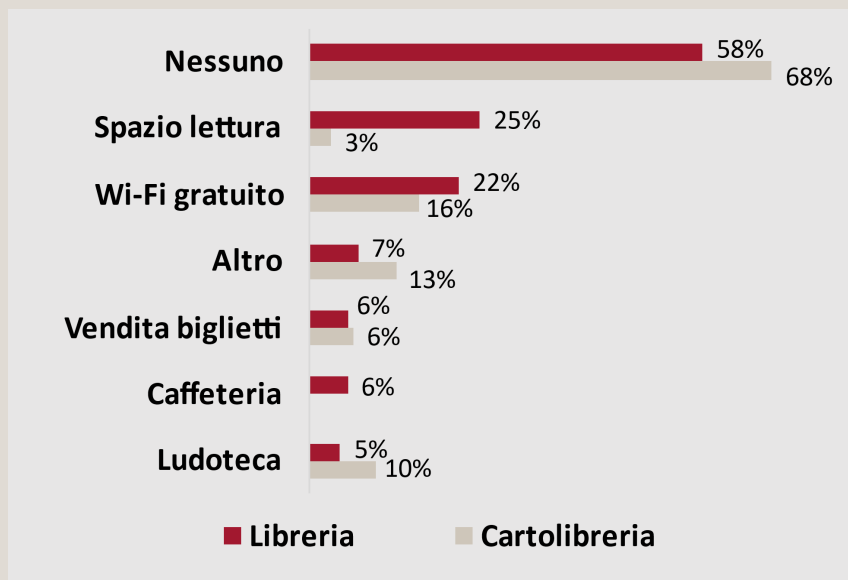


La cura dello spazio di vendita è una delle attività più praticate dalle librerie per accogliere e mantenere i clienti nel tempo. I consigli di lettura, assieme alla comunicazione in internet e alle consegne a domicilio, sono le azioni di fidelizzazione tipiche dalle librerie indipendenti.

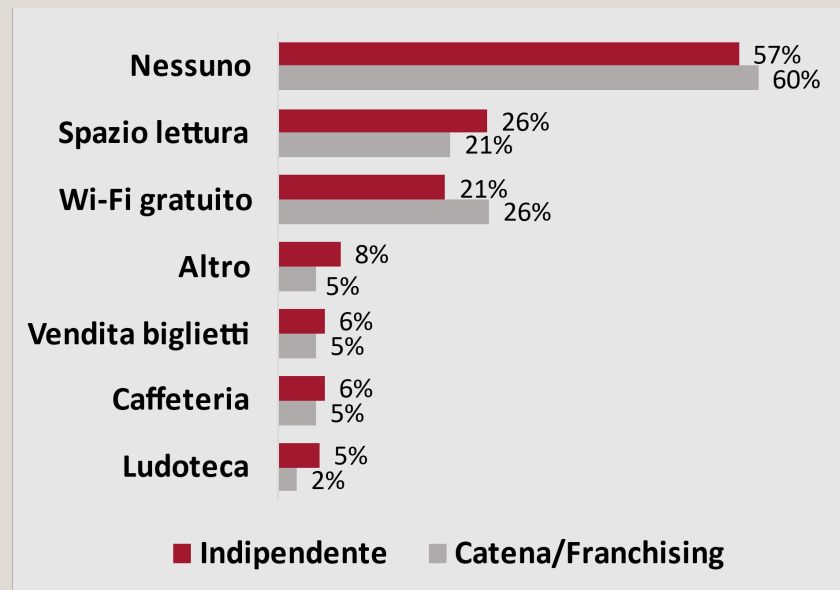


ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Servizi offerti dal punto vendita



Servizi offerti dal punto vendita per tipologia di libreria

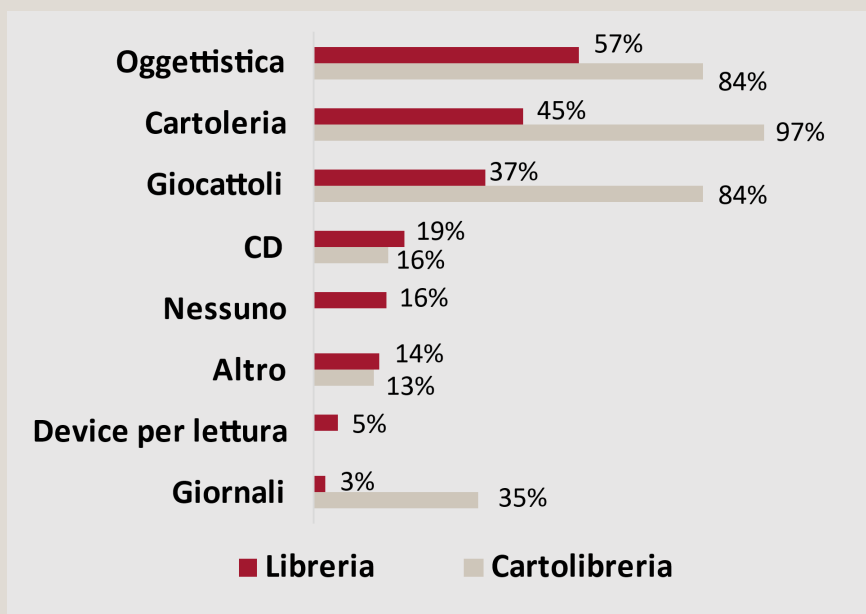


Solo il 42% delle librerie offre servizi aggiuntivi nel punto vendita e il 32% delle cartolibrerie. I servizi più diffusi sono lo spazio lettura per le librerie indipendenti e il Wi-Fi gratuito per le librerie di catena o franchising. Gli altri servizi come vendita biglietti, caffetteria e ludoteca sono presenti in un numero contenuto di librerie.

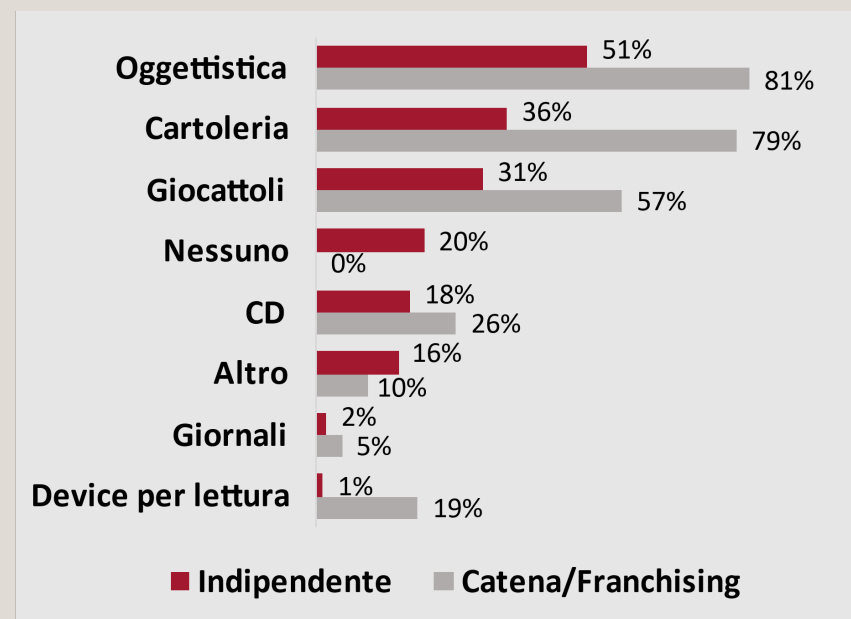


ATTIVITÀ PROMOZIONALI E SOCIALI

Servizi / altri prodotti venduti



Servizi / altri prodotti venduti per tipologia di libreria



Quasi il 60% delle librerie vende altri prodotti, oltre i libri, all'interno del proprio spazio vendita. L'oggettistica e i gadget sono presenti nell'81% delle librerie di catena o franchising. Nelle librerie indipendenti la categoria "altro" è del 16%, dove la vendita si concentra in stampe, magliette, borse ecc.



ADESIONI A INIZIATIVE DI PROMOZIONE ALL'ACQUISTO

Aderisce a	Indipendente	Catena/Franchising
Tax-Credit Librerie	44%	31%
Bonus biblioteche	63%	86%
18App	67%	95%
Carta della cultura e del Merito	44%	88%
Carta del Docente	74%	97%

La Carta del Docente è l'iniziativa a cui le librerie hanno maggiormente aderito con il 74%, che raggiunge quasi la totalità nel caso delle librerie di catena o franchising. Segue il bonus 18App, con il 67% delle librerie indipendenti e il 95% delle librerie di catena/franchising che hanno aderito all'iniziativa.

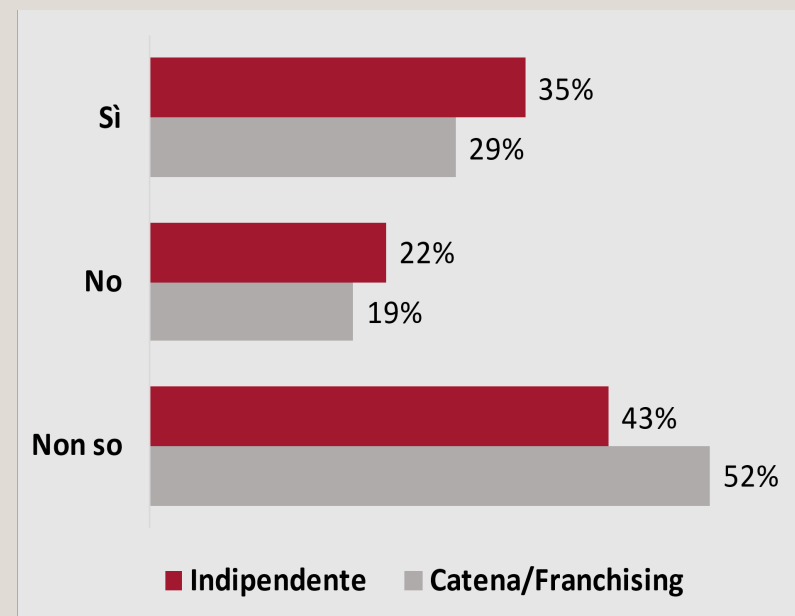


SOFTWARE E INVESTIMENTI

Il 36% delle librerie ha fatto innovazione digitale nel biennio 2022-2023

Investimenti	Indipendente	Catena/Franchising
Sviluppo sito web	54%	19%
Gestione digitale inventario	61%	75%
E-commerce	44%	31%
APP per mobile	24%	36%

Il 35% intende investire nel 2024

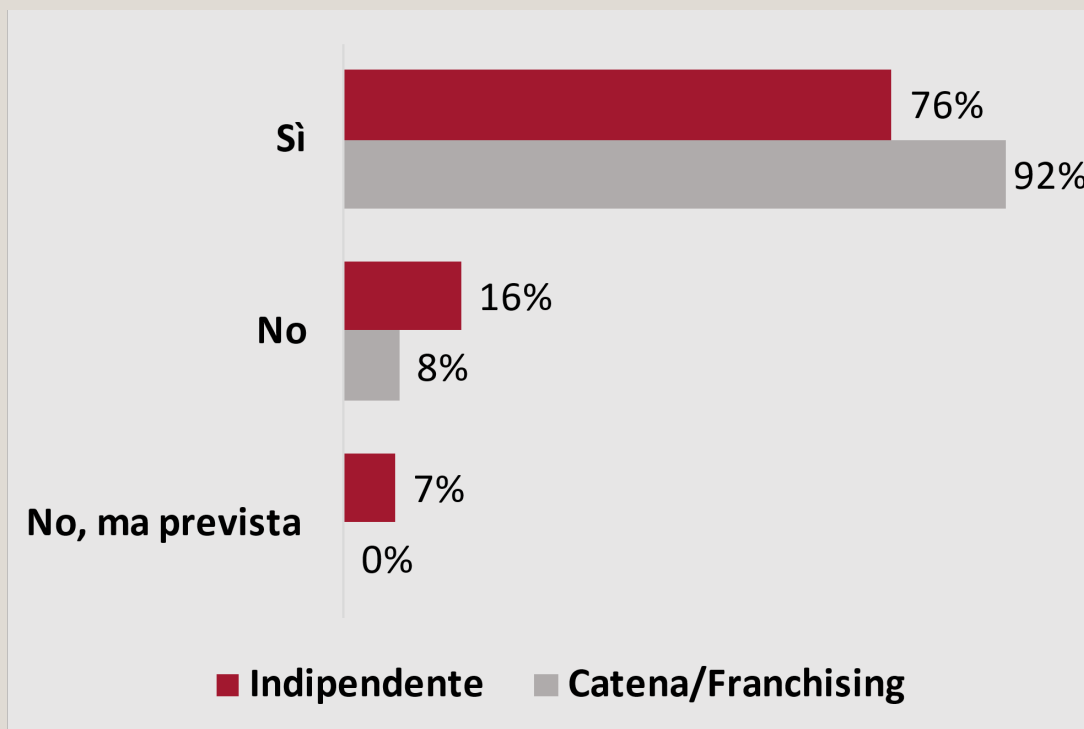


Il 36% delle librerie ha investito in innovazione digitale nel biennio 2022-2023, di cui prevalgono gli interventi di sviluppo del sito web ed e-commerce per le librerie indipendenti, mentre per le librerie di catena o franchising prevale l'investimento in gestione digitale dell'inventario. Oltre il 35% delle librerie ha intenzione di investire nel digitale per il prossimo futuro.



SOFTWARE E INVESTIMENTI

Utilizzo di software gestionali in base a tipologia di libreria



Il 76% delle librerie utilizza software gestionali.

Di queste, il 92% sono librerie di catena o franchising.

Il 7% delle librerie indipendenti prevedono di adottare un software gestionale nel prossimo futuro.



SOFTWARE E INVESTIMENTI

Finanziamenti bancari 2022-2023

Bisogni	Indipendente	Catena/Franchising
Investimenti	18%	25%
Liquidità	90%	75%

Il 36% delle librerie ha richiesto un finanziamento nel biennio 2022-2023.

Il 18% delle librerie ha richiesto un finanziamento bancario.

Per quelle che hanno chiesto un finanziamento il bisogno più stringente è quello della liquidità, manifestato da oltre il 90% delle librerie.



PER CONCLUDERE

Il 28% delle librerie è iscritto all'Albo delle librerie di qualità, di cui:

- 23% librerie indipendenti
- 48% librerie di catena o franchising

Il 50% delle librerie segnala la necessità di effettuare corsi di formazione, di cui:

- 44% librerie indipendenti
- 69% librerie di catena o franchising