

L'Associazione librai: cresce l'occupazione ma l'83% dei comuni resta senza presidio

di **KATIA FAVARETTO**

In Italia ci sono 4.451 librerie, ma nell'83% dei comuni non se ne trova neppure una. Il paradosso della geografia della lettura: il settore resiste, mentre interi territori rimangono senza un punto vendita di libri. A fotografarlo è *Tra cultura e mercato*, il rapporto realizzato dall'Associazione librai italiani con il **Centro Studi Guglielmo Tagliacarne**, presentato il 21 ottobre a Roma, in occasione degli Stati Generali delle Librerie. Nel 2025 le imprese attive sono 3.755, gli addetti 12.200. Nei comuni sotto i 5 mila abitanti, però, la quota senza librerie arriva al 95%.

«Una libreria in periferia è un patrimonio, una sorta di avamposto della cultura», osserva Alessandro Rinaldi, del **Centro Studi Tagliacarne**. Il punto, dunque, non è soltanto commerciale. La libreria, spiega, «diventa qualcosa di più che un luogo di rivendita di libri»: è uno spazio di aggregazione, di iniziative, «un luogo di comunità». Dove mancano altri presidi, è una questione di accesso alla cultura.

Il censimento restituisce una tenuta inattesa. Tra il 2017 e il 2025 i punti vendita di libri nuovi restano stabili; quelli dell'usato crescono del 7,9%. Nello stesso periodo aumentano anche gli occupati, rispettivamente del 9,1% e del 16,8%. Le librerie indipendenti rappresentano il 76,4% dei negozi, contro il 13,3% gestito direttamente dai grandi gruppi e il 9,7% in franchising. Tra i dipendenti dei negozi di libri nuovi le donne sono il

65,8%, ma cresce anche la quota di giovani.

Resistere, tuttavia, non significa necessariamente guadagnare. La ricerca misura la consistenza della rete, ma non consente di stabilire quali margini restino ai piccoli operatori, stretti tra costi, approvvigionamenti e la competizione dei grandi *player* dell'e-commerce. Per gli indipendenti la risposta, secondo il ricercatore, passa «da modelli di gestione capaci di valorizzare i vantaggi delle piccole dimensioni: una selezione dei titoli calibrata sulla domanda locale, la specializzazione in determinati generi e un'organizzazione degli spazi e del personale commisurata al bacino di clienti». Anche la conoscenza della clientela e il rapporto fiduciario possono fare la differenza, offrendo un servizio difficilmente replicabile dalla grande distribuzione.

Il rapporto restituisce così l'immagine di un settore meno fragile di quanto si potesse immaginare, ma profondamente diseguale nella distribuzione territoriale. La presenza delle librerie cresce nei centri più popolosi e nelle aree con una maggiore diffusione dell'istruzione universitaria, mentre diminuisce nei piccoli comuni, spesso caratterizzati anche da spopolamento e invecchiamento della popolazione. Una mappatura che permette di leggere con maggiore precisione la struttura del comparto e, soprattutto, di individuare dove l'accesso ai libri continua a essere più difficile.

