

# Aprire una libreria in tempo di crisi

In Italia si legge poco e non è una sorpresa. Il problema riguarda i quotidiani ma anche i libri.

Secondo i dati forniti dall'Aie, l'Associazione italiana editori, il mercato librario nel 2024 ha chiuso il fatturato a 3,234 miliardi di euro, in calo dell'1,4% rispetto al 2023. Trend che è proseguito in modo più accentuato anche nei primi 9 mesi del 2025, durante i quali si sono vendute 1,9 milioni di copie in meno sull'anno precedente, per oltre 20 milioni di euro di minori introiti. Per quanto riguarda i generi è cresciuta la richiesta di narrativa e letteratura per bambini e ragazzi, mentre risultano in flessione saggistica, manualistica e fumetti. A parziale consolazione c'è il dato sui canali di vendita, che mostra un aumento degli acquisti nelle librerie fisiche (55,5% di quota mercato) e una diminuzione negli store online (40,2%), mentre la grande distribuzione si attesta al 4,4%.

Insomma, non è un bel periodo. Eppure c'è ancora chi crede nella forza e nelle potenzialità di questo comparto e decide di investirci con passione. Uno di questi è Vittorio Graziani, autore di un volume che è nello stesso tempo un manuale, una

di  
**MAURO CEREDA**

sorsa di autobiografia professionale e un atto d'amore: "Vendere libri è una cosa seria – Guida pratica per aspiranti librai e incorreggibili sognatori" (Utet). Graziani, che dopo una lunga carriera nel mondo dell'editoria, come addetto stampa e soprattutto libraio nelle librerie di catena, ha rilevato nel 2018 una storica libreria indipendente di Milano (la Centofiori, nata nel 1975),

accompagna il lettore alla scoperta del dietro le quinte di questo mondo, con un approccio anche molto concreto. Il messaggio di fondo è che quello del libraio è un bellissimo lavoro, ma che non bastano l'amore per la lettura e la buona volontà per avviare un'attività in proprio. È una professione che richiede tanta esperienza (in Italia non esiste un percorso formativo codificato come in altri Paesi e quindi si impara molto "sul campo") e solide basi, anche economiche. Aprire una libreria è un lavoro di squadra, che richiama tante competenze attorno ad un progetto serio e sostenibile, altrimenti è un attimo dovere abbassare la serranda. Il romanticismo va bene, ma poi i conti devono tornare.

"Il tema del volume – ha spiegato Graziani a Matteo



B. Bianchi in una puntata del podcast dedicato alla lettura ‘Coperti - na’ – è che diventare librai è una cosa veramente complicata, mentre intorno a me, negli anni, ho sempre visto una certa inconscienza nell’aprire una libreria, come se fosse facile: basta la passione! Questo mi ha sempre dato fastidio. Nel libro racconto a cosa va incontro, nel 2025, chi vuole aprire una libreria. Io faccio anche da consulente per altri, e vedo che ci sono grandi difficoltà. E’ anche un invito a tutto il settore a mettersi in discussione, a cercare una comunità di intenti, perché secondo me uno dei soggetti mancanti per la crescita culturale del nostro Paese sono proprio le librerie, a differenza delle case editrici che invece rappresentano un’eccezione”.

In Italia (dati 2024 dell’Associazione librai italiani) ci sono 3.706 librerie, che occupano circa 11 mila addetti. La fetta più rilevante del mercato è costituita dalle librerie di catena, con in evidenza quelle legate alle case editrici: Mondadori (la prima venne aperta nel 1954), circa 500 punti vendita in franchising oltre a una cinquantina a gestione diretta; Feltrinelli (dal 1957), 105 di proprietà e 10 in franchising; Giunti, con le sue 260 Giunti al Punto. Poi ci sono le circa 150 librerie Ubik del Gruppo Messaggerie (tutte in franchising) e le oltre 60 che fanno capo al marchio Il Libraccio, un’iniziativa imprenditoriale nata nel 1979 da un’idea di quattro amici che gestivano il mercatino di libri nuovi e usati del movimento studentesco milanese.

Nelle oltre 170 pagine del volume, che è stato presentato durante la quattordicesima edizione di Book-City Milano terminata alcuni giorni fa, si parla dei tanti aspetti che vanno considerati quando si decide di aprire una libreria: studi e analisi di fattibilità (dove è meglio, in quale quartiere?); investimenti, risorse e bilanci; rapporti con distributori e case editrici;



arredi, allestimenti e metrature dei locali; struttura e organizzazione del personale; scelta dell’assortimento e delle sezioni (narrativa, saggistica, letteratura per l’infanzia...); consulenze; relazioni con la clientela; software gestionale; iniziative per la fidelizzazione (tessere a punti, merchandising...); comunicazione. La comunicazione è fondamentale e oggi passa soprattutto per i social. Graziani e la sua squadra hanno deciso di puntare in particolare su Instagram, affidandosi ai suggerimenti di una professionista. Quasi ogni giorno la Centofiori pubblica

delle storie curate e accattivanti, con consigli di lettura, brevi interviste agli autori, annunci di iniziative ed eventi. Storie molto apprezzate dagli utenti (che poi, incuriositi, spesso diventano anche clienti), tanto che dai mille followers degli inizi l’account ha oggi superato quota 37 mila. Questo attivismo fra i banchi, gli scaffali e online non è passato inosservato: nel 2025 Vittorio Graziani è stato eletto libraio dell’anno dalla Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri, il premio italiano più prestigioso per chi svolge questa professione.