

ItaliaOggi

Homepage > Marketing e media > Media

Libri, si legge ma non in libreria

I visitatori del Salone del libro salgono a 231 mila. Per i book club, stima di 300 mila membri. Le librerie calano nel 2025. Ma a Milano Feltrinelli aprirà in corso Genova, Libraccio in zona Solari

di **di Marco A. Capisani** 20/05/2025



Valérie Perrin al Salone del libro 2025 (©Giulia Fasano)

Iscriviti a MarketingOggi

il tuo indirizzo email

Iscriviti

In Italia si acquistano sempre meno **libri** ma adesso a soffrire è anche la narrativa italiana, l'ultimo dei generi letterari a resistere, almeno fino allo fine del 2024. Ora, invece, segna a valore un -1,5%, pari a 60,1 milioni di

euro da gennaio ad aprile 2024 (dati Aie). Eppure il Salone del libro chiude la sua 37ª edizione con 231 mila visitatori in crescita del 4% rispetto al 2024 e, tra i principali editori, **Mondadori** registra un +15% nel venduto, **Feltrinelli** un +10%, Adelphi è a +20%, Gems a +35% mentre Edizioni e/o, NN, Add e HarperCollins portano a casa un +30%, come reso noto dalla kermesse piemontese. Certo, vendite concentrate in 5 giorni per un pubblico selezionato, ma anche rappresentativo dei nuovi lettori italiani. Il 49% dei visitatori ha meno di 35 anni; su Instagram e **TikTok** più della metà dei follower del Salone ha meno di 34 anni e, nella sola community della piattaforma cinese di video brevi, un utente su tre non ha più di 24 anni.



Valérie Perrin al Salone del libro 2025 (©Giulia Fasano)

I libri più venduti al Salone del libro

I titoli e gli autori più acquistati a Torino spaziano da *Hunger Games* di **Suzanne Collins** a *L'amore mio non muore* di **Roberto Saviano** (libro più venduto del Salone 2025), da *La strada giovane* di **Antonio Albanese** a **Philip Roth** e **Valérie Perrin** e senza dimenticare *Quel posto che chiami casa* di **Enrico Galiano** e *La trilogia Miss Bee* di *Alessia Gazzola*.

- *Leggi anche: Anche i quotidiani si danno ai libri*

Librerie, l'espansione dei negozi

Insomma, l'interesse dei lettori-consumatori c'è ma sembra difficile fidelizzarlo durante tutto l'anno e incanalarlo nelle **librerie**. Queste ultime continuano la loro espansione di negozi e, a conferma, presidiano nuove zone cittadine (alla ricerca di una dimensione di quartiere da studiare socialmente, per focalizzare l'assortimento). A **Milano** per esempio, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*, **Libraccio** aprirà in via Foppa-via Lanino (zona via Solari) e **Feltrinelli** in corso Genova. Sta di fatto però che, nel primo quadrimestre di quest'anno, gli store di catena e indipendenti (spesso con un posizionamento generalista) perdono il 2,1% del business, ossia oltre 5 milioni di euro su 240 milioni complessivi (dati Aie), con un significativo arretramento delle **librerie indipendenti**. Del resto, andando per generi letterari, oltre al segno negativo della narrativa (compensato dai titoli di genere e dal romance), anche i sempre verdi titoli per bambini e ragazzi crescono solo grazie alle pubblicazioni per la prima **infanzia** (0-5 anni), poi fino ai 13 anni si compra di meno.

- *Leggi anche: Milano, Rizzoli riapre in Galleria*
- *Leggi anche: Il gruppo Feltrinelli torna in utile a fine 2024*

Il fenomeno dei book club

Se i **festival** e gli eventi dedicati ai libri sono un fenomeno culturale ed economico noto ma non ancora ben analizzato, ancora meno lo sono gli emergenti **gruppi di lettura**. Adei (Associazione degli editori indipendenti ora sotto la nuova presidenza di **Della Passarelli**, editrice di Sinnos) ha presentato al Salone di Torino il monitoraggio iniziale della ricerca S.T.O.R.I.E. (l'indagine proseguirà nel tempo), per cui sono 300 mila gli italiani che fanno parte di gruppi di lettura (in tutto stimati sugli oltre

12.500 **book club**). In questi incontri gli appassionati rappresentano l'altra metà dei lettori tricolori rispetto agli eventi. Solo il 20% è della **Gen Y** (tra i 28 e i 44 anni), seguito dalla **Gen X** al 32% (tra i 45 e i 60) mentre il 38% è rappresentato dai Baby boomers (60-75 anni). In definitiva, canali diversi per pubblici diversi. Un po' anche nella scelta di cosa leggere: i gruppi di lettura prediligono i cataloghi Einaudi (27%) e Adelphi (18%) e poi editori indipendenti tra cui Iperborea (11%), NN, Keller, Neri Pozza (tutti al 7%) e, infine, **Feltrinelli** e **Mondadori** (entrambi al 6% al pari di Sellerio e poco prima di Sur al 5%).

Riproduzione riservata

Native content
**HUB4FIN: Nuove
opportunità finanziarie
per le PMI sarde e
l'innovazione**

