

GdL

Giornale della Libreria

NR
3

OTTOBRE 2026

giornaledellalibreria.it



AIE Associazione
Italiana
Editori
DAL
1869



Mettere in relazione

Il primo semestre del 2026 restituisce all'editoria italiana un segno positivo. Dopo la flessione dello scorso anno, il mercato trade a stampa è tornato

a crescere, sia a valore sia a copie. Il dato va però letto con attenzione: una parte decisiva della ripresa è legata al fondo destinato agli acquisti delle bi-

blioteche nelle librerie di prossimità, sostenendo due presidi essenziali per la lettura.

CONTINUA A PAG.3

ISSN (online) 2385118X
ISSN (carta) 11249137-61026



€ 7,00 / CXXXVI / Periodico
ISSN 11249137 61026
Poste Italiane SpA
Sped. in A.P. / DL 353/2003
(Conv. in L. 22/02/2004, n.46) Art. 1, c. 1, NE/PD

GdL

Giornale della Libreria
Dal 1888 la testata per chi i libri li ama.

www.giornaledellalibreria.it



News, approfondimenti
e video giornalieri



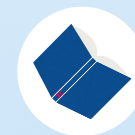
Rubrica settimanale
dedicata al lavoro



Newsletter
ogni martedì



Classifiche mensili
dei libri più venduti



Servizio
di fuori catalogo



La nostra rivista
in carta e digitale



ABBONATI ALLA NOSTRA RIVISTA

DIGITALE 35 euro

- Quattro numeri in download
- Accesso all'archivio digitale
- Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia in formato e-book

DIGITALE + CARTA 45 euro

- Quattro numeri a stampa e in download
- Accesso all'archivio digitale
- Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia in formato e-book

Per maggiori informazioni



La crescita, inoltre, non coinvolge tutti i comparti. L’editoria universitaria continua a perdere ricavi, anche per effetto di una pirateria che ha ormai superato il mercato legale e di una formazione sempre più affidata a slide, appunti e materiali prodotti con l’intelligenza artificiale. È un impoverimento grave, perché colpisce la preparazione di chi studia oggi. Questi dati ci ricordano che il mercato editoriale non vive isolato. La sua solidità dipende dalle relazioni tra politiche pubbliche e imprese, biblioteche e librerie, produzione e domanda di lettura. Gli incentivi possono sostenere la crescita, ma perché i risultati diventino duraturi occorre trasformarli in una strategia per la filiera. Anche sul piano internazionale la parola chiave è relazione. I risultati raggiunti nel 2025 nella vendita dei diritti confermano la capacità dei libri italiani di entrare in nuovi mercati. Dietro ogni contratto ci sono lavoro editoriale, competenze, fiere, sostegno alle traduzioni e rapporti costruiti nel tempo. La Fiera del libro di Francoforte è il luogo in cui questa rete diventa visibile. Non è soltanto il principale mercato mondiale dei diritti, ma uno spazio in cui l’editoria si confronta con trasformazioni che ne ridefiniscono i confini. Le storie passano dalla carta all’audio, allo schermo e ai videogiochi. Restano però centrali le persone e la loro capacità di incontrarsi. È questo il lascito che Juergen Boos indica nell’intervista pubblicata in questo numero, alla vigilia della sua ultima Buchmesse alla guida della manifestazione: portare insieme persone, opinioni e storie. Un compito necessario in un tempo segnato da guerre, polarizzazioni e controllo dell’informazione. Una fiera internazionale deve favorire il mercato, ma anche proteggere la libertà di pubblicare, il diritto di esprimersi e la proprietà intellettuale.

La stessa esigenza attraversa il dibattito sull’intelligenza artificiale. L’innovazione può offrire strumenti utili, ma non può svilupparsi sacrificando diritti, trasparenza e valore dei contenuti. L’editoria deve superare le risposte frammentate e costruire posizioni comuni. Dopo Francoforte il calendario ci porterà a Guadalajara, dove l’Italia sarà Ospite d’Onore nella più importante fiera libraria del mondo di lingua spagnola. Sarà l’occasione per presentare la nostra produzione e consolidare relazioni in un’area decisiva per i diritti dei titoli italiani. A questa apertura verso l’estero risponde anche l’inserito in lingua inglese al centro del numero. Attraverso i dati del *Rapporto sullo stato dell’editoria in Italia 2026*, offre una sintesi del settore e rende più riconoscibile l’editoria italiana all’estero. Anche BookCity Milano, a cui dedichiamo le pagine conclusive, nasce da una rete. Editori, librerie, biblioteche, scuole, università e territori costruiscono una manifestazione diffusa. La nuova curatela di Marco Balzano insiste sul dialogo, sul coinvolgimento dei quartieri e delle giovani generazioni e sul tempo da restituire ai cataloghi. Sono forme diverse della stessa responsabilità: creare le condizioni perché i libri continuino a essere strumenti di confronto, orientamento e partecipazione. Mettere in relazione persone, idee e culture non è soltanto ciò che l’editoria fa: è la condizione del suo futuro.

© Riproduzione riservata

Innocenzo Cipolletta
 Direttore responsabile del *Giornale della Libreria*

OTTOBRE 2026

In questo numero

PG / 4



Found in translation
 Mercato diritti
 di Bruno Giancarli

5

Nei primi sei mesi del 2026 il mercato torna a crescere

9

Italy of books. A tale in figures
 Speciale in inglese

6

Una fiera per unire
 Intervista a Juergen Boos
 di Samuele Cafasso e Alessandra Rotondo

7

Il mondo a Francoforte
 In fiera
 di Team Frankfurter Buchmesse

14

Come un grande libro
 FIL Guadalajara
 di Samuele Cafasso

16

Una BookCity in dialogo
 Intervista a Marco Balzano
 di Alessandra Rotondo

MERCATO DIRITTI

Nel 2025 l'Italia ha ceduto all'estero 8.645 diritti di traduzione: è il dato più alto di sempre

Found in translation

A 2 anni da Francoforte 2024 e alla vigilia di Guadalajara 2026, l'Osservatorio AIE sulla compravendita dei diritti fotografa un'editoria sempre più internazionale. Diminuisce la distanza tra acquisti e vendite, cresce la narrativa italiana e cambiano le geografie degli scambi.

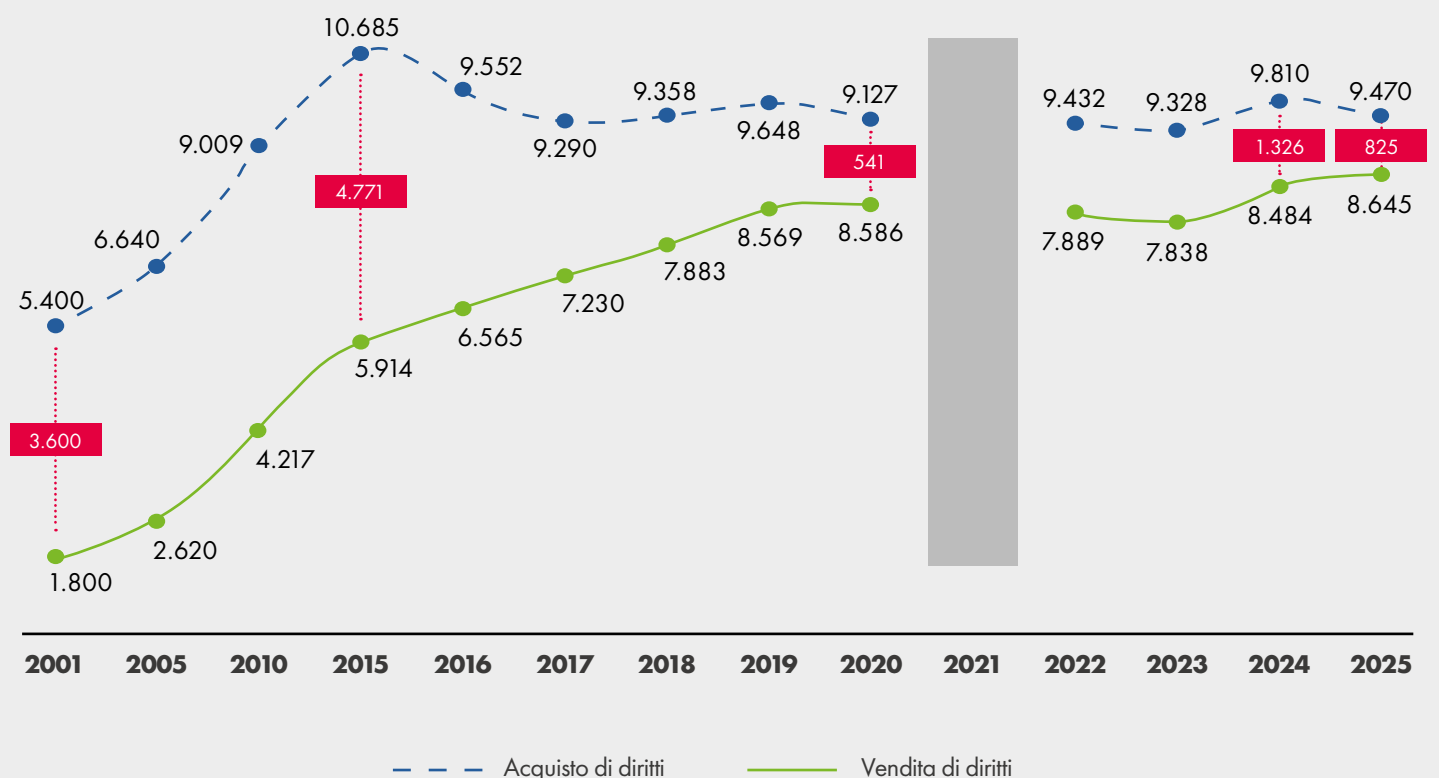
Francoforte e Guadalajara distano poco più di 9.700 chilometri. Se, a mo' di pietra miliare, a ogni chilometro corrispondesse un diritto di traduzione venduto dall'Italia all'estero nel 2025, non riusciremmo a coprire l'intera distanza: dovremmo fermarci circa mille chilometri prima, sulla costa del Texas. La storia raccontata da queste migliaia di pietre miliari, tra la città che ha ospitato l'Italia come Paese Ospite d'Onore nel 2024 e la città che lo farà nel 2026, sarebbe molto simile a quella dell'anno precedente. Nella continuità, tuttavia, emergono differenze che vale la pena commentare: l'Osservatorio AIE sulla compravendita dei diritti, con dati

relativi al 2025, ci permette di farlo. Nel 2025, la forte crescita registrata nel 2024 nelle vendite di diritti di traduzione all'estero, pari all'8%, si è consolidata, seppure a un ritmo inferiore: +2%, per un totale di 8.645 diritti ceduti. Gli acquisti, dopo il +5% del 2024, sono invece diminuiti del 3,5%, fermandosi a 9.470 diritti.

Per le vendite è il miglior risultato di sempre, mentre gli acquisti tornano su livelli simili a quelli del post-pandemia. Nell'arco di venticinque anni il tasso medio annuo di crescita è stato del 7% per le vendite e del 2% per gli acquisti. Il primo anno dopo Francoforte ha dunque portato l'editoria italiana al punto più alto del suo percorso di internazionalizzazione.

ANDAMENTO DI VENDITE E ACQUISTI DEI DIRITTI DI EDIZIONE: 2001-2025

Valori in numero di diritti



Fonte: Ufficio studi AIE

Numeri simili non nascono dal nulla e la Buchmesse, da sola, non basta a spiegarli. Nel 2025 l'Italia è stata Ospite d'Onore a Taipei, Salonicco e Lima. Nello stesso anno AIE, con il contributo dell'Agenzia ICE, ha organizzato stand collettivi alle fiere di Londra, Pechino, Francoforte, Shanghai e Guadalajara.

A queste iniziative si aggiunge il lavoro degli Istituti Italiani di Cultura, sia nella diffusione del libro italiano sia nella mediazione per l'accesso ai contributi alla traduzione del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, oltre ai contributi del Centro per il libro e la lettura. L'internazionalizzazione è il risultato dello sforzo di soggetti diversi, i cui frutti sono visibili nella crescita degli ultimi venticinque anni.

NON È UN CASO CHE LA NARRATIVA SIA IL GENERE CRESCIUTO DI PIÙ NEL 2025 IN TERMINI DI DIRITTI VENDUTI, CON UN AUMENTO DEL 15%.

Il saldo tra acquisti e vendite si è quasi dimezzato, raggiungendo nel 2025 gli 825 diritti, contro i 1.543 del 2022. L'assottigliarsi del divario non indica soltanto una minore dipendenza dalle editorie straniere, ma soprattutto il progressivo rafforzamento dell'autorialità italiana, il cui successo all'estero riflette quello ottenuto sul mercato interno.

Non è un caso che la narrativa sia il genere cresciuto di più nel 2025 in termini di diritti venduti, con un aumento del 15%. È anche il comparto che in Italia continua a registrare risultati positivi, mentre la saggistica arretra. L'espansione della narrativa di genere, storicamente dominata dalle proposte straniere, ha favorito la nascita di nuove autorialità italiane, spesso formatesi attraverso la lettura dei grandi successi internazionali e, nel caso del romance, anche su Wattpad. A questo fenomeno si affiancano i buoni risultati della narrativa non di genere.

Lo stesso parallelismo tra mercato interno ed esportazione dei diritti vale, in negativo, per la non fiction generale, in difficoltà negli ultimi anni. Il calo dell'8% dei libri per bambini sembrerebbe invece smentirlo, ma va letto alla luce del forte picco del 2024: i valori del 2025 restano nettamente superiori a quelli del 2022 e del 2023. Inoltre, alla diminuzione dei diritti venduti ha corrisposto un aumento delle coedizioni quasi identico in valori assoluti: 287 coedizioni in più contro 291 diritti venduti in meno.

Cambiano anche le aree geografiche di riferimento. L'Europa continua ad assorbire due diritti venduti su tre, ma nel restante terzo si osserva uno spostamento dal lontano al vicino Oriente. L'Asia pesa il 13% delle vendite, il valore più basso degli ultimi anni, pur restando il secondo continente per importanza, soprattutto per i libri per bambini. Il Medio Oriente, con la Turchia in testa, passa invece dal 5% all'8% in tre anni. Il Sud America cresce dal 6% del 2022 al 9% del 2025, dopo aver raggiunto il 10% nel 2024, mentre aumentano anche le vendite in Nord America.

L'EUROPA CONTINUA AD ASSORBIRE DUE DIRITTI VENDUTI SU TRE, MA NEL RESTANTE TERZO SI OSSERVA UNO SPOSTAMENTO DAL LONTANO AL VICINO ORIENTE.

Un ampliamento di segno diverso riguarda gli acquisti. Per la prima volta l'Europa scende sotto il 50%, mentre l'Asia sale al 16%. Una quota rilevante è rappresentata dai fumetti, ma cresce anche la narrativa, nel quadro di un interesse più ampio per le culture asiatiche che coinvolge diverse

Nei primi sei mesi del 2026 il mercato torna a crescere

Nel primo semestre 2026 il mercato trade a stampa ha invertito la tendenza negativa del 2025, quando la varia adulti e ragazzi aveva perso il 2,2% a valore e il 3% a copie. Tra gennaio e giugno le vendite sono cresciute del 5,1% a valore e del 4,2% a copie, raggiungendo 674,1 milioni di euro e 45,5 milioni di copie: 33 milioni di euro e quasi 2 milioni di copie in più rispetto allo stesso periodo del 2025.

A sostenere la ripresa è stato soprattutto il bonus biblioteche, il fondo da 60 milioni di euro destinato agli acquisti nelle librerie di prossimità tra novembre 2025 e giugno 2026, poi prorogato al 30 settembre. Nei primi quattro mesi dell'anno AIE stimava che ne fossero già stati utilizzati 30 milioni. L'effetto è evidente nelle librerie indipendenti, cresciute del 13,5% a valore nel semestre, mentre la grande distribuzione organizzata, esclusa dalla misura, è scesa per la prima volta sotto il 4% di quota di mercato.

Il bonus si è però innestato su tendenze già emerse nel 2025. A trainare il mercato sono ancora i generi narrativi: fumetti +17%, libri per bambini +10,5%, narrativa italiana +9,4% e straniera +8,8%. La saggistica generale cresce solo dell'1,5%, la specialistica dello 0,6%, mentre la manualistica perde il 5,8%. La crescita riflette quindi anche le preferenze dei consumatori, con la narrativa di genere, romance in testa, in forte espansione.

Con l'esaurirsi del bonus è difficile immaginare che il mercato continui a crescere allo stesso ritmo, ma il vantaggio accumulato a giugno rende probabile una chiusura d'anno positiva. Resta da capire se il fondo diventerà strutturale e se, nel tempo, biblioteche più ricche e librerie più solide riusciranno a produrre effetti duraturi sulla lettura e sugli acquisti. Un ulteriore impulso potrebbe arrivare nel 2027 dal Bonus Carta Valore, destinato a tutte le ragazze e i ragazzi che conseguiranno il diploma di scuola secondaria di secondo grado.

© Riproduzione riservata

ANDAMENTO DEI PRIMI SEI MESI DEL MERCATO TRADE DI VARIA PER GENERE, 2019-2026¹

Valori in milioni di euro

valore (Ml €)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Narrativa italiana	73,6	64,3	81,3	84,3	90,0	94,9	95,4	104,4
Narrativa straniera	95,4	87,3	113,1	122,3	123,2	127,0	123,2	134,1
Bambini e ragazzi	90,0	86,6	107,7	103,6	106,8	104,0	105,8	116,9
Fumetti	13,5	16,9	40,3	49,1	44,6	42,6	39,2	45,8
Manualistica	93,0	73,7	97,0	97,9	105,1	106,0	95,7	90,2
Saggistica generale	80,0	67,3	100,4	88,1	96,0	93,2	88,4	89,8
Saggistica specialistica	89,0	83,8	117,0	99,5	100,7	99,1	85,9	86,4
Altro	6,0	5,9	7,8	8,2	9,4	8,8	7,9	6,6
TOTALE	540,4	485,8	664,7	653,0	675,9	675,6	641,6	674,1

¹I dati si riferiscono alle vendite di libri a stampa in librerie di catena, indipendenti, store online, banchi libri della GDO.
Fonte: NielsenIQ BookData Panel Market Libri Italia ©Ufficio studi AIE

forme di consumo culturale. A questo allargamento corrisponde il calo del 16% degli acquisti di diritti di libri in lingua inglese rispetto al 2024. L'inglese continua comunque a rappresentare il 57% del totale, contro una quota che negli ultimi anni oscillava tra il 62% e il 65%.

La fotografia è quella di un'editoria vitale, in cui dietro la stabilità dei fenomeni consolidati emergono nuove possibilità di sviluppo. Le variazioni annuali possono dipendere dalla presenza di titoli particolarmente appetibili, dalle iniziative dei singoli Istituti Italiani di Cultura o dal dinamismo di editorie emergenti. È il caso del Brasile, forse il mercato cresciuto più rapidamente negli ultimi anni per la vendita di diritti di titoli italiani.

Osservati nel medio periodo, tuttavia, anche fattori eterogenei delineano tendenze precise. Gli effetti delle politiche culturali e della partecipazione come Paese Ospite d'Onore non si esauriscono nell'anno della fiera o in quello immediatamente successivo, ma si dispiegano nel tempo.

Alla luce di questi dati, è facile immaginare per Guadalajara 2026 un ruolo di acceleratore delle tendenze già in corso: in forme diverse, ma con risultati auspicabilmente positivi quanto quelli prodotti da Francoforte 2024.

© Riproduzione riservata

INTERVISTA A JUERGEN BOOS

Alla 22esima e ultima edizione sotto la sua guida, Boos racconta com'è cambiata la fiera. E cosa deve continuare a difendere

Una fiera per unire

Dalla moltiplicazione dei diritti alla crescita dei pubblici più giovani, dall'IA alla libertà di espressione. Il direttore uscente ripercorre i suoi anni alla guida della Fiera del libro di Francoforte e indica l'eredità che vorrebbe lasciare: connettere persone, opinioni e storie.

La prima Fiera del libro di Francoforte di Juergen Boos risale al 1976. Aveva quindici anni e ad accompagnarlo era stato uno zio libraio. Davanti al padiglione degli operatori statunitensi e britannici erano parcheggiate Bentley e Rolls-Royce: «Chiesi chi fossero quelle persone e mio zio mi rispose: "Sono gli editori britannici, sono gli agenti di Londra". Pensai: che industria, guidano tutti una Rolls-Royce. Credo che quei tempi siano finiti».

Cinquant'anni dopo quella visita e dopo ventidue anni alla guida della Frankfurter Buchmesse, Boos si prepara alla sua ultima edizione. «Francoforte è sempre stata molto particolare. Da una parte c'è il mercato professionale dei diritti, internazionale: più del 70% degli espositori arriva da tutto il mondo. Dall'altra è anche un enorme festival del libro, rivolto alle lettrici e ai lettori tedeschi. Ha sempre avuto due facce, ed entrambe sono cambiate completamente».

MOLTI PIÙ DIRITTI, MOLTI PIÙ INTERLOCUTORI

«Oggi ci sono molti più diritti da trattare rispetto al passato: i diritti per gli audiolibri, gli e-book, lo streaming, il cinema, il merchandising». Con i diritti si sono moltiplicati gli interlocutori. «Quando vent'anni fa abbiamo cominciato a lavorare con l'industria cinematografica e a organizzare i primi incontri sul passaggio dal libro allo schermo, tutti mandavano gli avvocati. Ci sono voluti anni prima che i due settori riuscissero a comprendersi».

È cambiata anche la geografia della fiera. «Sono appena tornato dalla Mongolia. L'Asia Centrale è oggi una regione in forte crescita. Le storie possono viaggiare in molti formati, canali e territori».

Boos riassume la trasformazione come il passaggio «dai diritti di distribuzione ai diritti di proprietà intellettuale». Il libro ora ha cambiato perimetro. «Il libro, nel senso di una storia, rimane centrale. Il libro stampato, invece, ha perso importanza in alcuni segmenti. Se guardiamo allo young adult o al romance, è ancora tutto carta. Se guardiamo all'editoria accademica, scientifica, tecnica e medica, è quasi tutto digitale. Ogni segmento ha il proprio formato».

UNA FIERA PER PUBBLICI DIVERSI

La nuova disposizione degli espositori distingue meglio le due anime della Buchmesse. Nei primi tre giorni prevale il lavoro professionale; nel fine settimana arriva il grande pubblico. «Le lettrici e i lettori sono aumentati molto. Sono diventati troppi per gli spazi della fiera e abbiamo dovuto trovare modi per accoglierli. Ma vogliamo anche continuare a proteggere i giorni dedicati al business». Inoltre manga, fumetto, young adult e romance hanno portato in

fiera un pubblico progressivamente più giovane. «È positivo, perché abbiamo tutti paura di perdere lettrici e lettori».

UN PORTO SICURO PER LE DIFFERENZE

Tra guerre e tensioni, il compito di Francoforte non può limitarsi agli scambi commerciali. Alla fiera partecipano persone provenienti da circa 140 Paesi. «Dobbiamo creare un porto sicuro nel quale si possa discutere di tutto. Per questo, come fiera, dobbiamo fare di più e offrire più spazi per il confronto». L'obiettivo non è e non può essere neutralizzare il conflitto, ma renderlo affrontabile attraverso le parole: è in questa prospettiva che si inserisce Frankfurt Calling, il programma dedicato ai temi politici e sociali più attuali. «Non dovremmo mai smettere di discutere, di parlarci. Dobbiamo proteggere questa libertà, così come il diritto degli autori e delle autrici a prendere la parola». Le priorità sono due: «Da una parte la libertà di pubblicare, dall'altra, sul versante professionale, la protezione della proprietà intellettuale». E la minaccia non proviene soltanto dai governi: «Gli algoritmi delle grandi aziende tecnologiche influenzano ciò che vediamo. È molto pericoloso che possano condizionare il nostro modo di pensare».

UNA POSIZIONE COMUNE SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Lo stesso equilibrio guida il ragionamento sull'intelligenza artificiale. «Non dovremmo essere contrari per principio. Può aiutarci nei flussi di lavoro». Il limite è il conflitto con proprietà intellettuale e trasparenza. «Dobbiamo proteggere i contenuti ed essere in grado di identificare ciò che è stato creato da una macchina. È molto importante che i contenuti siano etichettati».

Il settore, secondo Boos, deve evitare risposte frammentate. «È anche per questo che Francoforte è importante: perché ci sono tutti. Dobbiamo arrivare a dichiarazioni comuni e a un punto di vista condiviso su ciò che sta accadendo con l'intelligenza artificiale, su quanto sia una minaccia e quanto sia un'opportunità. Probabilmente è entrambe le cose».

PORTARE LE PERSONE INSIEME

Parlando della propria eredità, Boos torna alle persone. «Vorrei essere ricordato come qualcuno che ha provato a portare le persone insieme: connettere persone, connettere opinioni, connettere storie. Non dividere, ma unire».

È anche la sua definizione del lavoro editoriale: «L'editoria mette in relazione gli editori con gli autori e con tutte le persone che stanno dietro ai libri. E poi le storie con chi le legge».

© Riproduzione riservata

IN FIERA

Eventi, luoghi e appuntamenti da non perdere alla Fiera del libro di Francoforte, dal 7 all'11 ottobre 2026

Il mondo a Francoforte

La squadra della fiera ha selezionato alcuni degli appuntamenti da non perdere dell'edizione 2026. Il programma completo è disponibile su www.buchmesse.de e nell'app ufficiale Frankfurter Buchmesse.

di TEAM
FRANKFURTER BUCHMESSE

ORIENTARSI IN FIERA

La nuova disposizione dei padiglioni separa con maggiore chiarezza gli spazi professionali, ai piani superiori, da quelli rivolti al grande pubblico, ai piani terra. Per muoversi in fiera sono disponibili l'app e la pianta su www.buchmesse.de/en/hall-plan.

LE TENDENZE DELL'EDITORIA

Dirigenti e figure esperte dell'editoria internazionale si confronteranno sui temi che stanno trasformando il settore. Con un palco in ogni padiglione, nel 2026 gli incontri professionali sono più numerosi che mai.

Da non perdere
Global 50 CEO Talk
mercoledì 7 ottobre, ore 12.00, Dialogue Stage
Publishers and Distributors Meeting
mercoledì 7 ottobre, ore 11.00, Global Stage
Still Burning: The Climate Crisis We Stopped Talking About
giovedì 8 ottobre, ore 14.00, Global Stage
Charleston Library Conference
venerdì 9 ottobre, ore 9.30, Innovation Stage

FOCUS SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Quali opportunità offre l'IA all'editoria e quali problemi solleva? A Francoforte numerosi incontri provano a rispondere, con uno sguardo anche alla ricerca, alla cultura e alla visibilità dei libri nei motori di ricerca.

Da non perdere
Micro-Conference: AI in Academic Publishing
mercoledì 7 ottobre, dalle 13.00 alle 16.00, Dialogue Stage
AI in Culture: Truth or Fiction?
a cura dell'International Research Centre on Artificial Intelligence sotto gli auspici dell'UNESCO
mercoledì 7 ottobre, ore 16.30, Dialogue Stage
GEO Hacks: Getting Your Books Found in the Age of AI Search
mercoledì 7 ottobre, ore 14.00, Global Stage
AI in Asia's Publishing Industry: How Is It Currently Being Used?
giovedì 8 ottobre, ore 10.30, Asia Stage

QUARANT'ANNI DI FRANKFURT RIGHTS MEETING

Un appuntamento centrale per chi si occupa di diritti e licensing. Le sessioni online e l'evento di networking sono disponibili a partire da 24 euro. Programma e informazioni: www.buchmesse.de/frm

Da non perdere
40 Years Frankfurt Rights Meeting
online a settembre e in fiera martedì 6 ottobre, ore 17.00, Dialogue Stage

L'AUDIO CONTINUA A CRESCERE

Le principali realtà internazionali dell'audio si ritrovano a

Francoforte per discutere tendenze, modelli e prospettive. Il programma di giovedì pomeriggio si chiuderà con un momento di networking.

Da non perdere
News from Spotify
mercoledì 7 ottobre, ore 10.30, Dialogue Stage
Micro-Conference: Audio Insights
con appuntamenti a cura di Audible, Spotify, Publishing Perspectives e altre realtà del settore
giovedì 8 ottobre, dalle 14.00 alle 18.30, Dialogue Stage
Networking Reception by the Audio Publishers Association
giovedì 8 ottobre, ore 17.00, Dialogue Stage

FRANKFURT CALLING: PROSPETTIVE SULLA CULTURA E SULLA POLITICA

Realizzato con partner come ONU, Amnesty International, IPA e PEN, il programma culturale e politico della fiera riunisce voci della letteratura, della cultura, del giornalismo, della politica, della scienza e dell'attivismo per mettere a confronto prospettive diverse oltre i confini nazionali.

Da non perdere
In Conversation with Pulitzer Prize Winner Jill Lepore
mercoledì 7 ottobre, ore 11.00, Dialogue Stage
Beyond the Headlines: Authors from Countries in Crisis Reflect on Human Rights
venerdì 9 ottobre, ore 15.00, Global Stage
In Conversation with International Booker Prize Winner Yáng Shuāng-zǐ
sabato 10 ottobre, ore 15.00, Global Stage
Daybreak in Gaza con Mahmoud Muna e Matthew Teller
domenica 11 ottobre, ore 11.30, Global Stage

DALLA PAGINA ALLO SCHERMO

Con partner come i festival di Berlino, Cannes e Karlovy Vary, la Buchmesse mette in contatto editoria, cinema, streaming e videogiochi. Il programma Book-to-Screen comprende incontri, matchmaking e occasioni di networking.

Da non perdere
The Art of Making Things Happen
con il produttore cinematografico italiano Carlo Cresto-Dina
giovedì 8 ottobre, ore 17.00, Discovery Stage
Book-to-Screen Masterclass: Trends in European Adaptations con Agnes Schneeberger
venerdì 9 ottobre, ore 10.00, Discovery Stage
Book-to-Screen Talk
con Kateřina Tučková, Jaroslav Rudiš e lo sceneggiatore Constantin Lieb
venerdì 9 ottobre, ore 17.00, Discovery Stage

IL FUTURO DELL'EDITORIA PER RAGAZZE E RAGAZZI
La Frankfurt Kids Conference 2026 ruota attorno al tema Rewri-



ting the Future. Tra le voci invitate, Perminder Mann, CEO di Simon & Schuster UK, e Karine Leclerc, co-fondatrice di Éditions La Doux. Ingresso gratuito con pass espositori o professionali.

Da non perdere
Frankfurt Kids Conference:
Rewriting the Future

mercoledì 7 ottobre, ore 15.30, Imagination Stage

PARITÀ DI GENERE E NUOVE GENERAZIONI

Diversi panel guarderanno al futuro del settore: come favorire parità e diversità? E come coinvolgere davvero le nuove generazioni?

Da non perdere
PublisHer x FBM: Women in Publishing
giovedì 8 ottobre, ore 16.00, Global Stage
Young Voices from Around the World – What's Their Take?
giovedì 8 ottobre, ore 17.00, Global Stage
Publishing Equality: Shaping the Future of the Book Industry
venerdì 9 ottobre, ore 9.00, Global Stage

LA REPUBBLICA CECA OSPITE D'ONORE

La Repubblica Ceca porterà a Francoforte più di 75 autrici e autori. Accanto agli incontri letterari, il programma comprende anche appuntamenti dedicati a traduzione, IA e diritto d'autore.

Da non perdere

Translating Europe: The ENLit Network

mercoledì 7 ottobre, ore 13.00,
Guest of Honour Pavilion

AI in Publishing: Challenges, Practical Applications and Copyright

mercoledì 7 ottobre, ore 14.00,
Guest of Honour Pavilion

FOCUS SU AMERICA LATINA E ASIA

A cinquant'anni dal primo focus della fiera sull'America Latina, debutta nel Pad. 3.1 la LatAm Stage, dedicata ai temi più rilevanti per l'editoria della regione. All'Asia Stage, nel Pad. 5.1, si parlerà invece di mercati, vendite e tendenze in Asia.

Da non perdere

Publishing Markets in Asia: 11 Markets – from Singapore to Vietnam

mercoledì 7 ottobre, dalle 10.30 alle 16.00,
Asia Stage

Planting the Seed: Discovering and Shaping the Next Literary Phenomena

mercoledì 7 ottobre, ore 12.00, LatAm Stage

Beyond the Bookstore: Which Channels are Driving Sales in Latin American Publishing?

giovedì 8 ottobre, ore 10.00, LatAm Stage

What is Selling Well in Asia?

venerdì 9 ottobre, ore 10.30, Asia Stage

PREMIARE L'EDITORIA

Francoforte è anche il luogo in cui si assegnano importanti riconoscimenti letterari e editoriali.

Da non perdere

New: IPA Freedom of Expression Defenders Award

mercoledì 7 ottobre, ore 14.30, Global Stage

Aficionado Award

giovedì 8 ottobre, ore 11.00, Global Stage

Cesare De Michelis International Prize for Publishing

giovedì 8 ottobre, ore 16.00, Inspiration Stage

HAPPY HOUR E NETWORKING

Dentro e fuori la fiera non mancheranno occasioni per ritrovare contatti, conoscere nuove persone e ampliare la propria rete professionale.

Da non perdere

Frankfurter Buchmesse Kickoff Run

lunedì 5 ottobre, ore 15.45, Frankfurter Wirtshaus, Mainkai 35, Francoforte

The Hof – Live: Building Career Pathways in Publishing

mercoledì 7 ottobre, ore 17.00, Global Stage

Simmering Issues with the Scholarly Kitchen Chefs

giovedì 8 ottobre, ore 9.00, Innovation Stage

© Riproduzione riservata



For 40 years we have been the meeting point of all bibliographic, cataloguing, logistical-commercial and marketing supporting data in the publishing world. Every piece of information received finds its place in our database and is transmitted after being verified, standardized and enriched by our editorial staff. Our products and services are essential for all the operators in the supply chain: publishers, promotional networks, distributors, wholesalers, brick-and-mortar and online bookstores.

Informazioni Editoriali, at the service of book professionals since 1985.



www.ie-online.it
www.arianna.org
www.ibuk.it

ITALY OF BOOKS. A TALE IN FIGURES

It's a good time for the internationalization of Italian publishing: in 2025, rights sales of Italian books abroad, with 8,645 contracts signed, reached their highest level since the Italian Publishers Association began tracking this data in 2001. Sales continued to grow by 1.9% in 2025, following the 8% leap forward in 2024, the year Italy was Guest of Honor at the Frankfurter Buchmesse. This gives us reason for optimism that the momentum will continue: in just a few weeks, in November 2026, Italy will be Guest of Honour at the Feria Internacional del Libro de Guadalajara, the world's leading marketplace for the Spanish-language market, which has always been numerically the most important market for Italian publishers. It will be an opportunity we won't miss. Behind these numbers, which reflect growing international attention to Italian books, lies years of work that has seen publishing houses grow and reinvent themselves, supported along their path to internationalization by institutions — above all the Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale and the Ministero della Cultura — and by AIE. Participation in international book fairs supported by ITA-Italian Trade Agency, and initiatives that see Italy as Guest of Honour country, are all part of a broader growth strategy that also includes translation grants. Thanks to the commitment of the Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale and the Ministero della Cultura, through the Centro per il libro e la lettura, our country allocates 1.5 million euros every year to translation grants — a significant figure that has grown over the years. With this special issue of the *Giornale della Libreria*, the AIE's magazine, we want to give all publishing professionals the chance to better understand, through a handful of figures and charts, the value and characteristics of our industry, the fourth largest in Europe by sales value. The figures included here are drawn from the *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2026*, the reference report for sector analysis published every year by our Association thanks to the work of its Research Department. Across six sections — market size, production, trade market, internationalization, reading, and purchasing habits — we set out to offer a comprehensive picture of a publishing industry that is open to the world, one that grapples with frontier issues such as the impact of AI and the protection of copyright, while at the same time seeking to make itself even better known abroad. Publishing is a great factory of ideas and stories: our ambition is for Italian ones to find attentive ears around the world, and for books to continue to strengthen the connections that tie us to the rest of the planet.

© All rights reserved

Innocenzo Cipolletta
President of AIE,
the Italian Publishers Association

The Size of the Market

The Fourth Biggest Publishing Industry in Europe by Sales Value

Italian publishing plays a leading role in the country's cultural industry: books give rise to films, TV series, video games, fuel television debates, enliven cultural festivals, and support the world of education and research. In 2025, the sector recorded sales of €3,198 million, down 1.2% on the previous year, reflecting weak public support for demand — in particular, reduced funding for libraries (restored only in the last part of 2025) and stricter rules on cultural vouchers for young people (to be revised in 2027, with wider allocation).

Italian publishing is fourth in Europe and sixth in the world by sales value, despite its linguistic base being limited to national borders. Sales cover all the cultural needs of citizens and reflect the diversity of the publishing offer: leisure reading, education, training, professional development, research, and more, through printed books, e-books, audiobooks, databases, and online services.

The book world in Italy thus employs over 70,000 people. There are 5,498 active publishing houses and about 3,000 bookshops in the country. Trade sales — i.e., fiction and non-fiction sold in physical and online bookshops, large retailers, and other outlets — amount to €1,699 million (printed books, e-books, and audiobooks). Educational publishing is worth €824 million (school textbooks €773 million, extracurricular publishing €51 million), professional publishing €462 million, academic publishing €140,8 million.

N.B. A survey of the professional market launched in 2026 led to a redefinition of the figures related to professional sales (books, e-books, print magazines, digital solutions related to databases, training courses online and in-person, professional conferences, and dedicated software) and installment sales.

TOTAL VALUE OF THE MARKET

2025
3,198
EUR MILLION

1.2% LESS COMPARED TO 2024

NUMBER OF ACTIVE PUBLISHERS

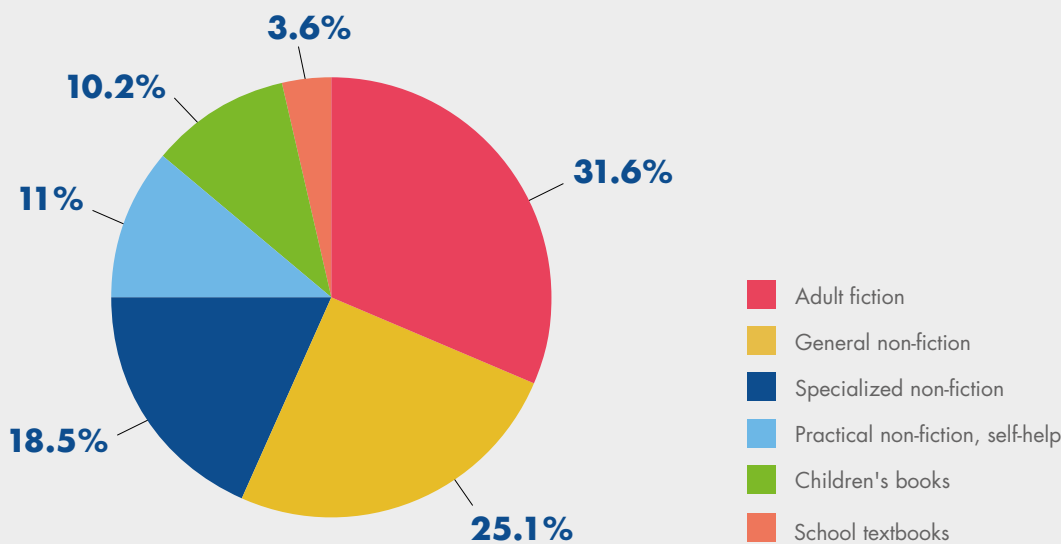
2025
5,498

2.3% MORE COMPARED TO 2024
678 publishers with sales value of more than €100,000 in the trade channel

THE MARKET IN 2025

	EUR million
Sales in physical and online bookshops, supermarkets	1,484
Sales at trade fairs, festivals and smaller outlets	101
E-books	84
Audiobooks (subscriptions)	30
Total trade	1,699
School textbooks	773
Professional	462
Installment, collectibles, hybrids	117
Sales to libraries	67
B2B	30
Export of Italian books abroad	50

PRINTED TITLES PUBLISHED IN 2025: 84,737 (TRADE, SCHOOL TEXTBOOKS, ACADEMIC BOOKS AND PROFESSIONAL)



CATALOGUE OF AVAILABLE TITLES

2025
1.53
MILLION

0.2% LESS COMPARED TO 2024

PRINTED TITLES PUBLISHED PER YEAR (TRADE MARKET ONLY)

2025
67,692

0.7% MORE COMPARED TO 2024
(Self-publishing titles excluded)

Production

An Offering that Keeps on Growing

Italian publishing confirms the production levels of the past five years, with the number of new titles consistently above 80,000 per year; in 2025, it totaled 84,737 titles, a slight increase from 83,914 the previous year. This figure includes school textbooks, which account for 3.6% of the total, and self-published titles, which make up 17% — a share that has grown sharply, up from 4.8% of the total in 2010.

Such a broad offering, together with advances in printing and distribution techniques that reduce the need to let titles go out of print, allows Italian publishing to maintain a catalog of more than 1.5 million available titles on the market. Total annual print runs stand at around 200 million copies. Managing such a large volume of books and titles is possible thanks to an offering that reaches the public through multiple channels. Physical bookstores — both chain and independent — online bookstores, and supermarkets form a balanced system that diversifies the offering and maximizes the visibility of the range of titles available to readers (see *purchasing habits*). The evolution of online communication and social media promotion also makes it possible to reach increasingly specific audience niches.

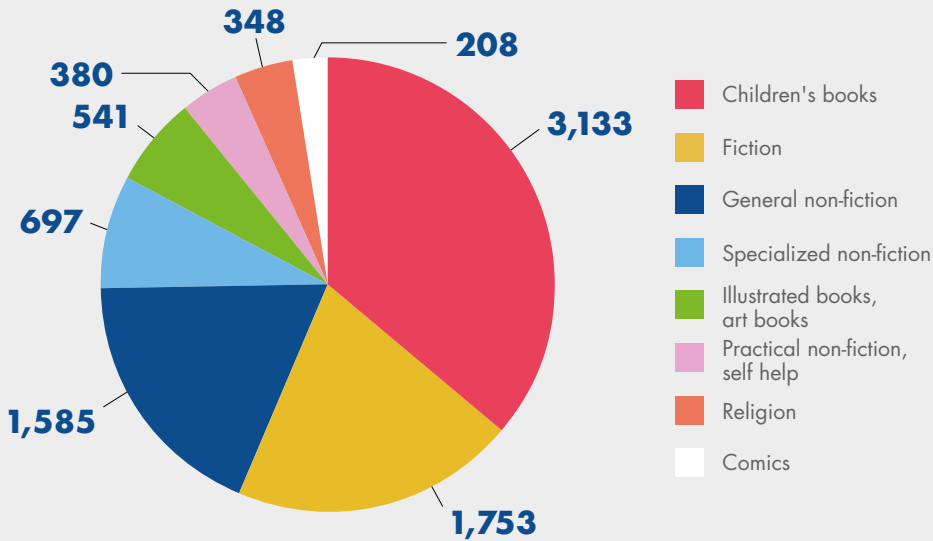
To these figures must be added those for digital production: in 2025, 33,284 new titles were published in e-book format, down 11.6% from the previous year. Of all these new e-book titles, 29% were self-published works. Some 61.3% of titles are released with a print edition available as well. The e-book thus serves a dual function: on one hand, it is a widely used tool for self-publishing; on the other, it is a format that complements the print book, allowing publishers to reach a broader readership across different price points and consumption habits.

Internationalization

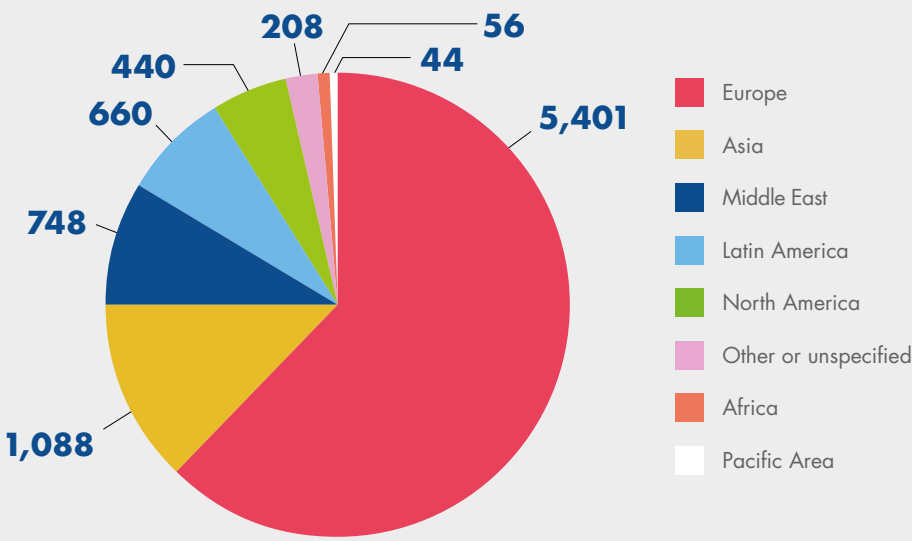
Rights Sales Hit a New Record

Sales of translation rights for Italian books abroad continue to grow, in parallel with Italy's participation as Guest of Honour at the world's leading book fairs: after Frankfurter Buchmesse in 2024, Taipei, Thessaloniki, and Lima in 2025, Guadalajara International Book Fair will follow in November 2026. In 2025, 8,645 rights contracts were signed, up 1.9% from 2024, according to the survey conducted by AIE (contracts finalized by literary agencies are not included in the count). It's the best result since AIE began to track data in 2001. These figures reflect the growing international profile of Italian publishing, the result of publishers' work and the support of Italian institutions in collaboration with the Italian Publishers Association (AIE). Purchases of foreign titles for translation into Italian, by contrast, declined: in 2025 there were 9,470, down 3.5% from 2024. The gap between sales and purchases continues to narrow, and in certain specific segments — such as children's and young adult books — Italy has for several years now exported more than it imports. Looking at the longer term, compared to the 1,800 contracts signed in 2001, sales have nearly quintupled, with an average annual growth rate of 7%. Purchases, which stood at 5,400 titles in 2001, have nearly doubled, with an average annual growth rate of 2%. This national effort is supported by translation grants from the Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale and the Ministero della Cultura, through the Centro per il libro e la lettura, totaling approximately €1.5 million a year. This is complemented by the activities of SEPS – Segretariato Europeo per le Pubblicazioni Scientifiche. International visibility is supported through an annual plan developed by ITA-Italian Trade Agency, in collaboration with AIE, which includes participation in foreign book fairs and incoming programs for international buyers at Italy's major trade fairs.

TRANSLATION RIGHTS SOLD ABROAD IN 2025
BY GENRE



TRANSLATION RIGHTS SOLD ABROAD IN 2025
PER GEOGRAPHIC AREA



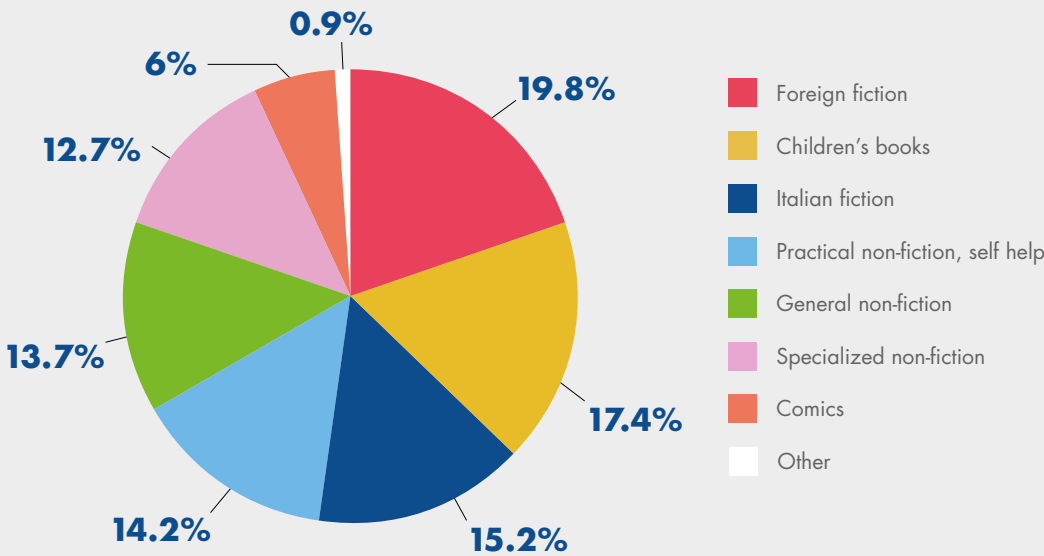
FOREIGN RIGHT
SALES: IMPORT

2025
9,470
3.5% LESS COMPARED TO 2024

FOREIGN RIGHT
SALES: EXPORT

2025
8,645
1.9% MORE COMPARED TO 2024

TRADE GENRES (SHARE VALUE)



TRADE MARKET
VALUE

2025
1,699
EUR MILLION
2.1% LESS COMPARED TO 2024

TRADE MARKET:
PRINTED COPIES SOLD

2025
99.5
MILLION
3% LESS COMPARED TO 2024

Trade Market

2026 Rebounds After Difficult 2025

Trade publishing — meaning fiction and nonfiction books sold in physical and online bookstores and supermarkets, digital included — is the largest segment of Italian publishing and recorded a 2.1% decline in 2025 compared to the previous year, with sales of €1,699 million. The market downturn reflects the phasing-out of demand-support measures that had been in place in previous years, particularly funding for libraries and cultural spending vouchers for young people. In the first six months of 2026, helped in part by the restoration of library funding (60 million for the end of 2025 and 2026), the trade market grew by 5.1%, with sales of €674.1 million. All genres grew (comics +16.9%, children's and young adult +10.5%, Italian fiction +9.4%, foreign fiction +8.8%, general nonfiction +1.5%, and specialized non-fiction with a modest +0.6%), with the exception of practical manuals, whereas in 2025, only foreign fiction (+1.9%) and the children's and young adult segment (+2.1%) had grown in value. Sales in the trade segment are overwhelmingly in print, accounting for 92.8% of the overall market (2025 data). E-books account for 5.3% and audiobooks (subscriptions) for 1.9%. The market is split roughly evenly between major publishing groups — Gruppo Feltrinelli, Gruppo Giunti, Gruppo editoriale Mauri Spagnol, and Gruppo Mondadori — which together hold a 55.0% share, and independent publishing houses, which hold 45.0%. By genre, a third of the market consists of Italian and foreign fiction (35.0%), another quarter of general and specialized nonfiction (26.4%), 14.2% of practical manuals and self-help, 17.4% of children's and young adult books, 6% of comics, and 0.9% other.

Reading

A Country Moving at Different Speeds

Italy is a country where three out of four people describe themselves as readers, and one that today faces challenges partly similar to, and partly different from, those faced by its European counterparts in promoting reading. Data on reading frequency and time spent reading point, as elsewhere, to signs of waning interest in books linked to the increasingly pervasive use of smartphones and new technologies. On the national side, strong territorial disparities persist between the North and South of the country.

In 2025, readers — defined as those who read at least one book, even partially, in the previous twelve months, including e-books and audiobooks (AIE Reading Observatory) — numbered 33.7 million in the 15–74 age group, or 76% of the reference population, up three percentage points from the previous year. Readers of print books only totaled 31.0 million (up from 29.7 million in 2024), e-book readers totaled 14.6 million (up from 14.2 million), and audiobook listeners totaled 6.7 million (up from 6.2 million).

The average weekly time spent reading, at 4 hours and 7 minutes, was in line with the previous year. Reading frequency, however, declined compared to 2024. Among all readers, the share reading at least weekly fell from 69% to 61%. The share reading at least once a month rose from 17% to 22%, and the share reading a few times a year rose from 13% to 16%.

On the issue of territorial disparities, the national average breaks down into 77% of readers in the Central and Northern regions and 62% in the Southern regions and Islands (2024): the data show a strong correlation with the availability of libraries in a given area, the number of active bookstores, and the range of cultural events on offer.

READERS (AT LEAST ONE BOOK IN THE LAST YEAR)

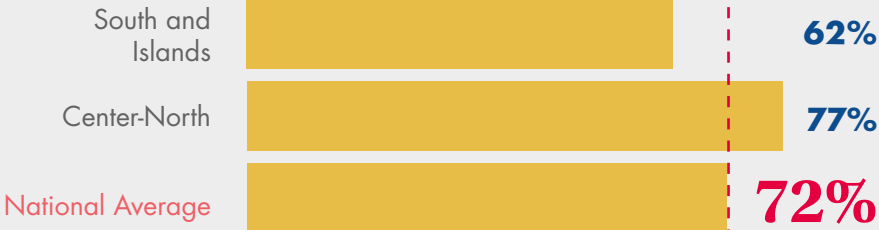
2025
33.7
MILLION

AIE Reading Observatory
on the population 15-74 years old
In 2024 readers were 32.4 million

A COUNTRY DIVIDED IN READERSHIP

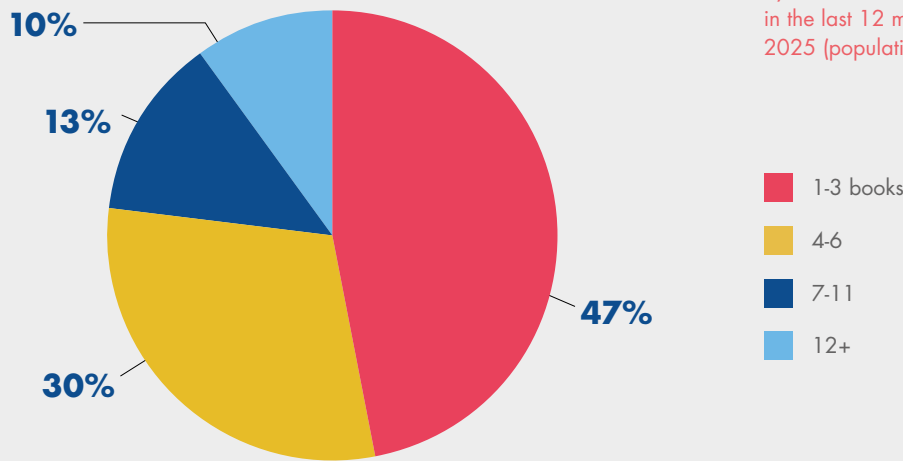
Percentage of readers among population aged 15+, at least one book per year

2024

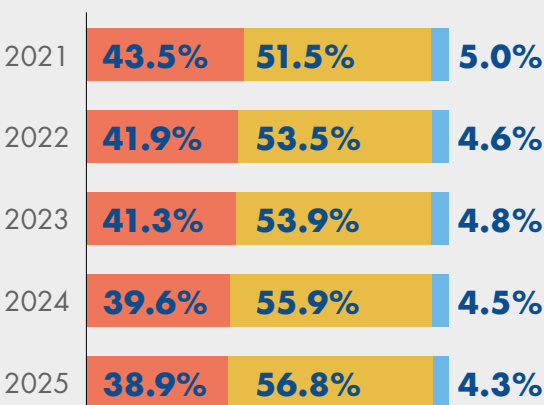


STRONG AND WEAK READERS

Percentage of readers by number of books read in the last 12 months. 2025 (population aged 15-74)



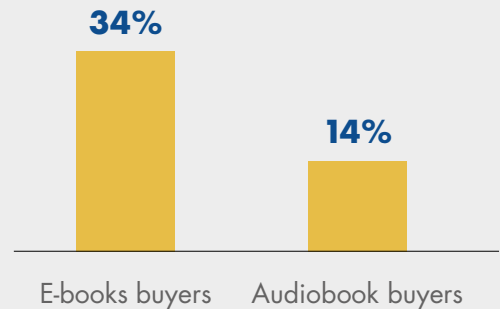
BOOK SALES CHANNELS



Online bookshops Physical bookshops Supermarkets

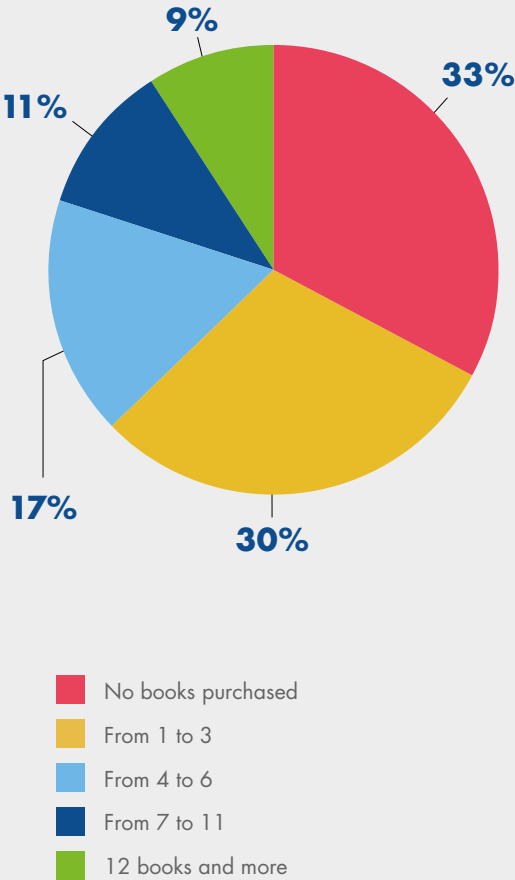
BUYERS OF DIGITAL BOOKS

Values in %. Population 15-74 years old



BUYERS OF PRINTED BOOKS BY NUMBER OF BOOKS PURCHASED

Values in %. Population 15-74 years old



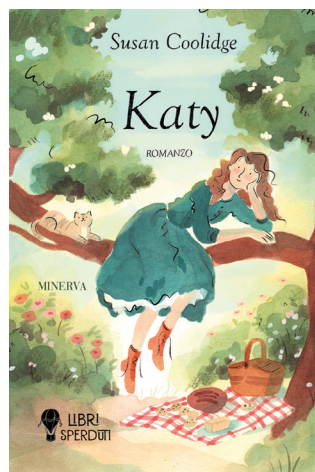
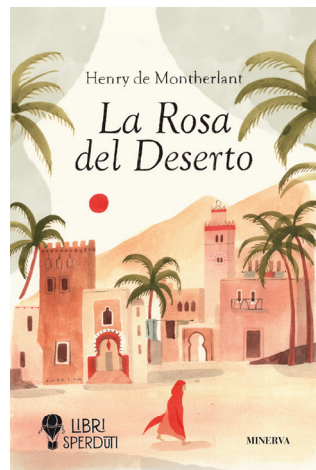
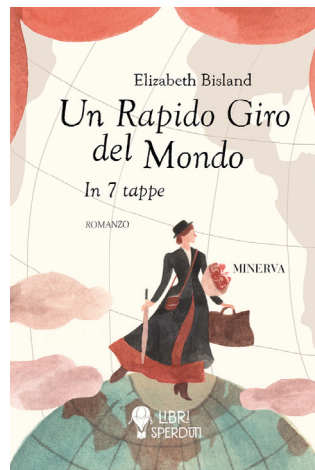
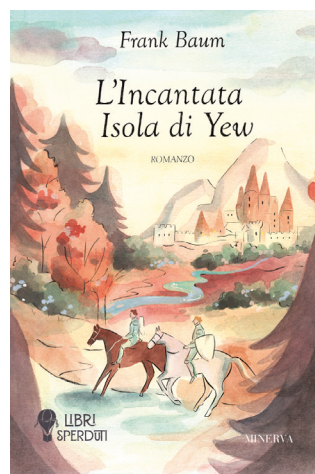
Purchasing habits

Italians Prefer Bookshops to E-commerce

Chain and independent bookshops are the preferred purchasing channel for Italian readers: this is where the vast majority of printed books are bought each year, 56.8% in 2025. They are followed by online bookstores, which have seen a sharp rise since the pandemic (38.9% in 2025), and then supermarkets (4.3% in 2025).

Since 2021, bookstores have steadily regained ground compared to online sales. This phenomenon can also be linked to a renewed fascination with books as objects, particularly among young people, who are very attentive to the aesthetics and physicality of a book and want to experience it before buying it. In this regard, it is also worth noting that digital formats, e-books and audiobooks, have a market share in Italy of around 6-7%. The percentage of people who say they read only e-books or listen to audiobooks remains around 8-9%.

Sixty-seven percent of 15-to-74-year-olds say they bought at least one printed book for themselves or others in 2025. The average number of books purchased is 6.2, as in it was in 2024 and slightly down from 2023 (6.6). The Italian book market continues to be towed by strong readers. Those who say they read more than 12 books a year generate 43% of copies sold: almost half of the market. This figure rises to 65% if we take into account readers buying at least seven books a year. At the other end of the scale, another 38% of readers – those who read no more than three books a year – generate just over 14% of copies purchased.



LIBRI SPERDUTI

La collana *Libri sperduti* nasce per riscoprire quegli **autori**, quelle **autrici** e quei **libri sottovalutati**, dimenticati, messi da parte, **ma necessari**.

Si tratta di testi nati dal genio e dall'idea di grandi autori e autrici, volumi letti e annotati, parole cresciute nell'animo di chi fino al suo ultimo giorno li ha custoditi perché si salvassero dal peggiore dei nemici: **l'oblio**.

*Continua a
seguire la collana*



MINERVA

www.minervaedizioni.com



FIL GUADALAJARA

Diciotto anni dopo, l'Italia torna Ospite d'Onore alla più importante fiera del mondo ispanofono

Come un grande libro

Dal 28 novembre al 6 dicembre, la cultura italiana sarà protagonista in Messico con un programma articolato in grandi percorsi tematici, che racconterà la ricchezza e la varietà della nostra editoria.

Nel nome di Umberto Eco, l'Italia si prepara a tornare alla Fiera Internazionale del Libro di Guadalajara (FIL) come Ospite d'Onore. Dal 28 novembre al 6 dicembre presenterà un programma letterario con oltre sessanta autrici e autori, prendendo a prestito le parole che il protagonista de *Il nome della rosa*, Guglielmo da Baskerville, rivolge al suo giovane allievo Adso da Melk: «È tutto il viaggio che ti insegno a riconoscere le tracce con cui il mondo ci parla come un grande libro».

Diciotto anni dopo l'ultima partecipazione, l'Italia torna quindi protagonista nella più importante fiera dedicata allo scambio dei diritti nel mercato ispanofono con lo slogan «Il mondo ci parla come un grande libro». L'appuntamento arriva due anni dopo la partecipazione come Ospite d'Onore alla Buchmesse di Francoforte e dopo che, nel 2025, il nostro Paese ha ricoperto lo stesso ruolo a Taipei, Lima e Salonicco.

«L'Italia è un Paese con una tradizione letteraria e editoriale di straordinaria ricchezza, la cui influenza è stata determinante nella formazione del pensiero, delle arti e della cultura occidentale e che, al tempo stesso, vanta una scena contemporanea vivace, diversificata e in costante rinnovamento» sottolinea la direttrice della FIL, Marisol Schulz.

L'iniziativa è frutto del lavoro del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, insieme all'Ambasciata d'Italia e all'Istituto Italiano di Cultura di Città del Messico; del Ministero della Cultura, attraverso la Direzione generale Biblioteche e diritto d'autore, la Direzione generale Spettacolo, la Direzione generale Cinema e Audiovisivo con Cinecittà, la Direzione generale Musei e il Centro per il libro e la lettura; dell'Agenzia ICE per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, con la collaborazione dell'Associazione Italiana Editori.

«È un'occasione irripetibile per consolidare il comparto editoriale nell'area ispano-americana, prima industria culturale del nostro Paese» ha spiegato il Vice Presidente del Consiglio dei Ministri e Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Antonio Tajani. «La promozione del libro italiano all'estero gioca un ruolo chiave, perché ogni titolo tradotto è un ambasciatore della nostra identità, in linea con la strategia di diplomazia della crescita e di promozione del nostro export».

Non solo letteratura: ci saranno anche dieci mostre, nove concerti e numerose altre iniziative, dalla gastronomia al cinema fino agli scambi accademici, per un programma culturale che si estenderà a tutta la città. I libri, naturalmente, saranno protagonisti. «Da sempre il libro è strumento di partecipazione, capace di creare condivisione tra mondi, idee, culture ed esperienze differenti» spiega il Ministro della Cultura Alessandro Giuli. «Con tale consapevolezza l'Italia, forte del suo secolare patrimonio di libri fonamen-

tali, sale sul palcoscenico della più grande fiera libraria del mondo ispanofono».

«La presenza a FIL 2026 rappresenta il punto più alto della strategia promozionale di Agenzia ICE per l'editoria italiana, che nel 2026 prevede la partecipazione a 7 fiere internazionali, ed è stata preceduta da un ciclo di visite di operatori messicani a Case editrici italiane organizzata con AIE a giugno 2026» ha spiegato il direttore generale Lorenzo Galanti. Ma come sarà, nel concreto, l'Italia del libro che vedremo a Guadalajara? «Racconteremo in Messico l'Italia di oggi, la vivacità della sua proposta editoriale, attraverso un programma letterario che abbiamo contribuito a definire e realizzare con il Centro per il libro e la lettura: autrici e autori, giovani e affermati, pubblicati da editori piccoli, grandi e medi, protagonisti della narrativa, della saggistica, matite dell'illustrazione, fumettisti, narratori per bambini e ragazzi» ha spiegato il presidente di AIE Innocenzo Cipolletta. «Abbiamo voluto dar voce a tutta la ricchezza di un'industria editoriale fatta da più di 5 mila editori, che pubblicano ogni anno più di 70 mila titoli. Guadalajara è una fiera particolarmente importante per l'editoria italiana che ha nella lingua spagnola il suo maggior mercato di esportazione dei diritti di traduzione, il 15% di tutte le vendite realizzate nel 2024».

DA BARICCO A MANARA

Ad aprire il programma sarà Alessandro Baricco, che parlerà del grande scrittore e semiologo Umberto Eco; a chiuderlo sarà Milo Manara, che racconterà *Il nome della rosa* a fumetti. In mezzo, un viaggio attraverso mondi differenti ma comunicanti, senza confini tra il tempo, le storie, la conoscenza scientifica, le immagini e gli immaginari di bambine, bambini, ragazze e ragazzi.

Il mondo del tempo sarà il grande contenitore in cui si passerà senza soluzione di continuità dalle fondamenta della civiltà alle grandi tappe della storia, fino alle sfide del XXI secolo. Si partirà dall'Antico Testamento, protagonista di una lezione di Aldo Cazzullo, per attraversare il Rinascimento con Alessandro Campi e Alessandro Masi, il Risorgimento con Mauro Novelli e Lorenzo Pavolini e il rapporto tra memoria, oblio e censura con Mario Calabresi e Giorgio Caravale. Lo sguardo si sposterà quindi verso il futuro del pianeta, assediato da mutazioni climatiche, tensioni geopolitiche e crisi dei sistemi democratici, con Bruno Arpaia ed Emanuele Coccia, Guido Mazzoni e Paolo Pecere. A percorrere tutti questi temi sarà il prezioso filo rosso del tempo della poesia, affidato a Laura Pugno e Luigi Nacci.

IL MONDO DELLE STORIE

Orizzonti più propriamente letterari caratterizzeranno gli appuntamenti raccolti nel *Mondo delle storie*, con un ruolo di primo piano affidato all'universo femminile. Una serie di

incontri ne esplorerà le molte sfaccettature attraverso le voci di Stefania Auci, Annalena Benini, Giulia Caminito, Antonella Lattanzi, Roberta Lepri, Valeria Parrella, Elena Stancanelli e Nicoletta Verna. La letteratura sarà però attraversata in tutte le sue forme: dall'analisi di fenomeni come il romance, con Erin Doom e Felicia Kingsley, al giallo, con Maurizio de Giovanni. Si ragionerà sul rapporto con la storia con Helena Janeczek e Laura Pariani, Giorgio Caravale e Nicoletta Verna; sulla vita nelle metropoli contemporanee con Violetta Bellocchio e Nora Venturini; sulla crescita personale con Viola Ardone e Dario Ferrari; sulle sorti dell'amore con Vincenzo Latronico e Veronica Raimo; sulla ricerca della felicità con Vittorio Lingiardi e Rosa Matteucci; sui meccanismi del racconto sportivo con Olga Campofreda e Aurelio Picca. Si parlerà anche della famiglia, così centrale nel romanzo italiano, affrontata da prospettive differenti da Andrea Bajani, Federica Manzon, Rosa Matteucci e Francesca Melandri. Parteciperà al programma anche Matteo Nucci, autore di *Platone. Una storia d'amore*.

CONOSCENZA E IMMAGINI

Al mondo della conoscenza guarderanno gli appuntamenti dedicati alle grandi questioni del presente, tanto quelle di natura universale – dal ruolo della scienza alla rivoluzione tecnologica – quanto quelle che investono le esistenze individuali. Rien-

trano in questo percorso la lectio *Strappare un millimetro all'ignoto* della neuroscienziata e senatrice a vita Elena Cattaneo; il confronto tra Mario Calabresi e Carlo Vecce sulle rivoluzioni della stampa e di Internet; quello sulla crisi dell'uomo moderno tra Stefano Ciccone e Alberto Pellai; le riflessioni sulle solitudini e sui masochismi di Daria Bignardi e Vittorio Lingiardi. Il programma si aprirà anche al mondo delle immagini: da quelle firmate da Paolo Bacilieri alle ironiche illustrazioni di Pera Toons, amate dal pubblico più giovane; da quelle che Nicole Tecchio realizzerà per conferire un'identità visiva alla FIL Niños, il padiglione dedicato alla letteratura per l'infanzia, alle immagini vintage dell'eroe a fumetti Corto Maltese, al centro di un dialogo su Hugo Pratt tra Marco Steiner e Milo Manara. Il mondo delle ragazze e dei ragazzi – e della sua vivace editoria, una delle eccellenze italiane – si intreccerà trasversalmente con le diverse sezioni del programma, proponendo anche momenti ironicamente «vietati agli adulti», come l'incontro tra Giuditta Campello e Susanna Mattiangeli.

UN MONDO SENZA CONFINI

Quello che l'Italia offrirà a Guadalajara sarà letteralmente un mondo senza confini, come recita la sezione forse più avventurosa del programma. La bussola della curiosità porterà a incontrare «viandanti, migranti e scritture in movimento» con Luigi

Nacci, Laura Pariani e Stenio Solinas; a esplorare il «profondo Sud» con Mario Desiati e Claudia Durastanti; a recuperare ricordi messicani con Fabian Negrin e Alessandro Raveggi. Guadalajara sarà anche l'occasione per celebrare importanti anniversari culturali. Si comincerà dagli ottocento anni dalla morte del patrono d'Italia san Francesco d'Assisi, al quale sarà dedicato un incontro con Aldo Cazzullo e Davide Rondoni, per proseguire con il bicentenario della nascita di Carlo Collodi. Il suo *Pinocchio* sarà ricordato in un dialogo a tre voci tra Giordano Bruno Guerri, Daniela Marcheschi e la direttrice della Bologna Children's Book Fair Elena Pasoli. I centocinquant'anni dalla nascita di Filippo Tommaso Marinetti offriranno lo spunto per le riflessioni di Giordano Bruno Guerri sulle «vite strabilianti» dei futuristi, mentre il centenario della nascita di Dario Fo permetterà a Daniela Marcheschi di raccontare la straordinaria storia del suo Premio Nobel per la Letteratura del 1997. «Sotto il suggestivo motto "Il mondo ci parla come un grande libro", questo incontro assume un valore storico inestimabile, poiché coincide con la recente commemorazione dei 150 anni di relazioni diplomatiche tra il Messico e l'Italia» ricorda il Presidente della FIL, José Trinidad Padilla Lopez. «Siamo pronti a scrivere un capitolo memorabile in questo giardino comune della letteratura».

© Riproduzione riservata



RESEARCH

STUDY

READ



Your next digital read starts here!



www.torrossa.com
YOUR DIGITAL BOOKSTORE

INTERVISTA A MARCO BALZANO

La nuova edizione di BookCity Milano sarà più attenta ai quartieri, ai cataloghi e alla parola pubblica di chi scrive

Una BookCity in dialogo

Alla sua quindicesima edizione, la manifestazione milanese affida la curatela del programma a Marco Balzano. Il tema ariostesco del senno perduto diventa una chiave per interrogare il presente e per ripensare, con l'editoria e la città, il ruolo dei libri nello spazio comune.

La prossima edizione di BookCity Milano, in programma dal 23 al 29 novembre 2026, segna un nuovo passaggio nella storia della manifestazione. Dopo anni di crescita, diffusione e consolidamento, il programma viene affidato alla curatela di Marco Balzano, scrittore e insegnante, tra le voci più riconoscibili della narrativa italiana contemporanea. Balzano raccoglie il testimone da Oliviero Ponte di Pino ed Elena Puccinelli, che hanno seguito il programma dalla prima alla quattordicesima edizione, contribuendo in modo decisivo a definirne la fisionomia.

Nel frattempo, BookCity è diventata una Fondazione, attualmente presieduta da Luca Formenton, nel cui consiglio d'amministrazione siedono Ferruccio de Bortoli, Carlo Feltrinelli, Luca Formenton, Stefano Mauri e Piergaetano Marchetti come garante.

Da qui parte la nuova edizione: una settimana in cui libri, autrici e autori, editori, librerie, biblioteche, scuole, università, istituzioni culturali e pubblico entrano in relazione dentro un palinsesto ampio, policentrico, attraversato dalla città. La prima BookCity curata da Balzano nasce dalla volontà di confermare questa identità, provando a riattivarne alcune vocazioni profonde.

«È STATA UNA SORPRESA ED È UN ONORE ESSERE IL DIRETTORE DEL PROGRAMMA» RACCONTA BALZANO.

«È stata una sorpresa ed è un onore essere il direttore del programma» racconta Balzano. «Mi ci sono buttato a capofitto anche perché coincideva con un anno in cui non avevo libri in uscita, ma solo alcune promozioni all'estero del mio ultimo romanzo. Con il gruppo di lavoro, che in parte già conoscevo da scrittore, si è creata subito armonia».

Le linee di lavoro, spiega, si sono definite con chiarezza fin dall'inizio. «BookCity deve restare un festival diffuso sulla città dell'editoria, ma deve andare ad abitare anche nei distretti più lontani dal centro. Non deve occupare l'intero suolo milanese, ma coltivare, insieme alle aree più centrali, anche una maggiore attenzione per le periferie».

Per una manifestazione che si svolge nella città dell'editoria, conta anche il modo in cui il programma guarda alla vita dei libri e ai loro tempi. BookCity, precisa Balzano, «deve rimanere una manifestazione letteraria, in cui i libri appena usciti hanno una vetrina di spicco, ma deve anche far parlare i cataloghi e non collaborare a una vita del libro troppo compressa nel solo lancio promozionale».

Nella stessa direzione va il lavoro con scuole, università e

librerie. Per Balzano bisogna «coinvolgere scuole e università di più e meglio, lasciar lavorare le grandi librerie di catena, solide e strutturate, e dialogare con quelle indipendenti per far entrare nei loro spazi di comunità le grandi scrittrici e i grandi scrittori».

È UNO DEI PUNTI PIÙ NETTI DELLA VISIONE DI BALZANO: CHIEDERE ALLE SCRITTRICI E AGLI SCRITTORI DI ABITARE BOOKCITY NELLO SPAZIO DELLA PRESA DI PAROLA E DEL RAGIONAMENTO PUBBLICO.

A essere ripensato è anche il ruolo di chi scrive. «Vorrei che gli autori si mettessero in gioco non solo per presentare i propri libri, ma come intellettuali. Per questo ho creato dei format in cui terranno delle lezioni». È uno dei punti più netti della visione di Balzano: chiedere alle scrittrici e agli scrittori di abitare BookCity non soltanto nello spazio della promozione, ma in quello della presa di parola e del ragionamento pubblico.

Se dovesse immaginare la «sua» BookCity, non soltanto l'edizione di novembre ma l'idea di manifestazione a cui contribuire, Balzano sceglie tre parole: «Dialogante, inclusiva, giovane». Tre parole che dicono il metodo con cui è stato costruito il programma: il dialogo con i soggetti della filiera e della città, l'attenzione alla pluralità dei linguaggi e dei luoghi, il rapporto con le nuove generazioni come sfida decisiva per chi si occupa di libri, lettura e partecipazione culturale. Il percorso di Balzano come scrittore entra in questa visione in modo non lineare. «Da una parte tanto, dall'altra poco» dice. «Tanto perché, come diceva Giovanni Raboni, gli eventi letterari – festival e simili – sono come dei libri, se li si crea con un'idea forte alla base e con un'intenzione chiara da portare negli incontri».

Questa intenzione riguarda soprattutto la qualità del discorso pubblico. «Io voglio una BookCity dove si discuta dei temi che ci riguardano, con le persone autorevoli che abbiamo, con parole diverse da quelle dei social e di molta TV». Allo stesso tempo, Balzano tiene a distinguere la curatela dal perimetro dei propri gusti o dei temi che attraversano la sua scrittura. «Se devo organizzare una manifestazione, non devo trincerarmi dietro ciò che mi piace o più mi rappresenta: devo cercare di essere plurale e inclusivo io prima e più di tutti. Quindi storia, lingua e memoria: certo. Ma anche musica, astronomia, pedagogia».

Il tema scelto per questa edizione, «Il senno sulla Luna. Sette giorni di libri, ragioni e follie», parte dall'*Orlando furioso* di Ariosto e dall'immagine di Astolfo che sale sulla Luna per

recuperare il senno perduto da Orlando. Ma parla con evidenza anche al nostro tempo: alle guerre, allo smarrimento collettivo, alla difficoltà di orientarsi nel rumore dell'informazione, al rapporto sempre più ambiguo con la tecnologia, alla tenuta del senso critico. Per Balzano, il tema non è una cornice da applicare al programma, ma uno strumento di lavoro. «Cerco di tradurlo facendo in modo che per gli eventi più importanti, quello di apertura compreso, ci sia un gancio tra l'autore, l'opera e il tema scelto. Il tema è uno dei criteri di selezione: non l'unico, ovviamente. Dove abbiamo la possibilità di avere ospite un'autrice o un autore importante che viene a parlarci di altro, andremo a interrogarlo anche su questo. Non è un appoggio: è una rampa di lancio».

BookCity, del resto, è sempre stato anche un grande dispositivo di relazione. Ogni anno il programma nasce dall'interazione tra editori, fondazioni, biblioteche, scuole, università, librerie, musei, teatri, istituzioni culturali, associazioni e realtà territoriali. «Sono andato a parlare con tutte queste parti in causa e coi loro rappresentanti, nessuno è rimasto fuori» racconta Balzano. Molti degli eventi già definiti, spiega, sono nati proprio da questo confronto. «Pensi che sono andati avanti per quasi due mesi. Da soli non si va da nessuna parte, bisogna mettersi in contatto: immaginare assieme perché solo così poi ci si sente responsabili di ciò che si è proposto e di ciò che si è realizzato». Da alcuni anni a questo lavoro contribuisce anche l'Osservatorio AIE per

BookCity Milano, che legge la città attraverso le abitudini di lettura e di acquisto, i consumi culturali, le biblioteche, le librerie, i musei e gli altri luoghi della partecipazione culturale. Uno strumento che aiuta BookCity a conoscersi meglio e a progettare il proprio futuro a partire da dati, comportamenti, pubblici reali. Per Balzano, ricerche di questo tipo «sono utili e aiutano: a pensare meglio la comunicazione, il linguaggio, gli attori da portare sulla scena».

DA ALCUNI ANNI A QUESTO LAVORO CONTRIBUISCE ANCHE L'OSSERVATORIO AIE PER BOOKCITY MILANO, CHE LEGGE LA CITTÀ ATTRAVERSO LE ABITUDINI DI LETTURA E DI ACQUISTO, I CONSUMI CULTURALI, LE BIBLIOTECHE, LE LIBRERIE, I MUSEI E GLI ALTRI LUOGHI DELLA PARTECIPAZIONE CULTURALE.

Guardare ai pubblici significa anche misurarsi con quelli cruciali da intercettare. «Dobbiamo stare attenti a non lasciare i giovani nel loro mondo parallelo al nostro. È una scommessa difficilissima». La questione non riguarda soltanto la presenza di ragazze e ragazzi agli eventi, ma il modo in cui una manifestazione letteraria riesce a parlare con loro senza inseguirli, senza semplificare, senza accontentarsi di formule già consumate.

Lo stesso vale per le periferie, che Balzano invita a raccontare fuori dagli stereotipi: «sono fucine di idee e non solo difficoltà sociali». Per farlo, la strada in-

dicata è progressiva e concreta: «Io credo che fare meno eventi e selezionare dei quartieri siano passi concreti: non possiamo dire che coinvolgeremo immediatamente tutte le periferie, ma iniziare a dare esplicita attenzione a delle zone e poi con queste esperienze andare a coinvolgere tutti». Meno dispersione, dunque, e più attenzione alla qualità del radicamento.

Negli ultimi anni, inoltre, la manifestazione ha progressivamente allargato il proprio perimetro al territorio lombardo. «Una realtà come BookCity Pavia è solida, forte, organizzatissima. Glielo dico per esperienza diretta, da scrittore, e per la restituzione di molti amici e colleghi. Alcune province devono consolidarsi, ma BookCity c'è, sia come stimolo a farlo secondo la voce della loro territorialità, sia in dialogo con Milano».

La BookCity di Marco Balzano, insomma, sembra muoversi lungo una precisa traiettoria: custodire ciò che negli anni ha reso la manifestazione riconoscibile e insieme dare maggiore profondità ad alcune sue parole chiave. In questo senso, il tema dell'edizione di quest'anno è un invito a usare i libri per provare a orientarsi dentro un tempo che spesso sembra smarrire misura, ragione, capacità di ascolto. BookCity non promette di recuperare da sola quel senno perduto. Ma può continuare a costruire le condizioni affinché Milano, il suo territorio, le sue persone, tornino a cercarlo insieme.

© Riproduzione riservata

Celebrating 20 Years of Arab Writing Excellence

This year, the Sheikh Zayed Book Award marked its 20th anniversary as one of the world's most prestigious awards for Arabic literature. For two decades, it has celebrated outstanding literary and scholarly works that enrich Arab culture and extend its global reach.

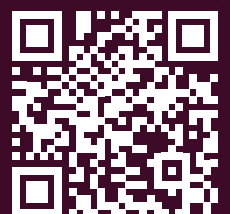
Visit us at Frankfurt Book Fair | Hall 5.1, Stand B13



جائزة الشيخ زايد للكتاب
Sheikh Zayed Book Award
الذكرى العشريون | 20th Anniversary



مركز أبوظبي
للغة العربية
Abu Dhabi Arabic
Language Centre



Find out more at
zayedaward.ae

Il catalogo come patrimonio: produrre meglio per dare più vita ai libri

In un mercato editoriale in cui la domanda è sempre più frammentata e difficile da prevedere, la flessibilità produttiva diventa una scelta strategica. Alessandro Antonuzzo, direttore generale di Rotomail, racconta come una gestione più dinamica delle tirature possa aiutare gli editori a mantenere disponibili i titoli, valorizzare la backlist e ridurre il rischio di magazzino.

Che cosa sta cambiando nella gestione dei cataloghi editoriali?

La gestione dei cataloghi editoriali sta passando da una logica statica, guidata dai costi di produzione per unità, a una logica dinamica, basata sui dati e sulla domanda reale.

In passato, mantenere vivo un catalogo significava spesso produrre tirature relativamente ampie, immobilizzare capitale in magazzino e accettare un certo livello di invenduto e di resi. Oggi questo modello è sempre meno sostenibile, sia dal punto di vista economico sia da quello ambientale.

Il cambiamento principale è rappresentato dalla possibilità di produrre quantità molto più vicine al fabbisogno effettivo: dalla singola copia alle microtirature, fino alle ristampe brevi e frequenti. Il print on demand non è più soltanto uno strumento per recuperare titoli fuori catalogo, ma diventa una componente strutturale della gestione editoriale.

Perché la flessibilità è diventata una scelta strategica?

Perché consente agli editori di reagire più rapidamente alla domanda, ridurre il rischio di invenduto e utilizzare meglio il capitale. Per Rotomail, flessibilità significa essere competitivi su tirature che vanno dalla singola copia fino a diverse migliaia di esemplari: è il risultato di quindici anni di investimenti industriali e di sviluppo software.

In questo scenario, quale valore assume il catalogo?

Il catalogo diventa un patrimonio da valorizzare, non più un costo da sostenere. Attraverso i portali POD Rotomail e POD Editori offriamo agli editori un vero e proprio magazzino virtuale gratuito, nel quale conservare i file pronti per la stampa e produrre i titoli solo quando si manifesta la domanda. In questo modo si amplia la disponibilità del catalogo, si riducono le scorte e l'invenduto e si valorizza anche la coda lunga.

Come cambia il ruolo dello stampatore?

Lo stampatore non è più soltanto un fornitore produttivo, ma un partner che integra tecnologia, software e logistica. Nel caso di Rotomail, significa gestire l'intero flusso: dalla ricezione dell'ordine e dall'archiviazione dei file fino alla produzione, al controllo, al tracciamento e alla spedizione.

Grazie ai workflow strutturati dei nostri portali, semplifichiamo inoltre attività che, nei processi tradizionali, richiedevano più persone, più tempo e continui scambi di e-mail. Il valore non sta quindi soltanto nello stampare bene, ma anche nel ridurre la complessità operativa per l'editore e nel rendere il catalogo sempre disponibile.

Qual è il ruolo della tecnologia in questa evoluzione?

La tecnologia industriale rende possibile produrre in modo competitivo quantità molto diverse, dalla singola copia alle migliaia di esemplari. Rotomail ha investito in sistemi di stampa digitale, linee di finitura automatizzate e tecnologie produttive integrate, capaci di ridurre i tempi di avviamento, i cambi di lavorazione e i costi sulle basse e medie tirature.

Questo consente di adattare rapidamente la produzione alla domanda reale, mantenendo qualità, velocità e sostenibilità economica lungo tutto il ciclo di vita del titolo.

Quali saranno le principali sfide dei prossimi anni?

Le principali sfide saranno integrare sempre meglio dati, produzione e distribuzione e ridurre scorte, resi e capitale immobilizzato, mantenendo al tempo stesso elevata la disponibilità dei titoli.

Un ruolo crescente sarà svolto anche dall'intelligenza artificiale: per gli editori potrà supportare l'analisi della domanda, la gestione del catalogo e le decisioni di ristampa. Rotomail, dal canto suo, ha già iniziato a utilizzare strumenti di intelligenza artificiale per migliorare la pianificazione produttiva, il controllo dei processi, la manutenzione e l'impiego della capacità industriale.

Contenuto in collaborazione con Rotomail



**BOLOGNA
CHILDREN'S
BOOK
FAIR**



**BOLOGNA
BOOK
PLUS**

In partnership with



THREE GLOBAL EVENTS FOR INTERNATIONAL RIGHTS AND LICENSING TRADING

**5-8 APRIL 2027
BOLOGNA, ITALY**

Find out more at www.bolognachildrensbookfair.com

Events by



With the support of



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



**PUBLISHING
RIGHTS
LICENSING
TRANSMEDIA**

Fiera Nazionale della Piccola e Media Editoria

**PIÙ
LIBRI
PIÙ
LIBERI**

**La Nuvola, Roma
4—8 dicembre 2026**

www.plpl.it

Una manifestazione di



Associazione
Italiana
Editori

DAL
1869