



ENGLISH-
LANGUAGE
SUPPLEMENT
INSIDE

Illustration Bumi Cha
Design chialab.it

Crescere lettrici e lettori

Il 2025 è stato un anno complesso per il mercato del libro italiano, che ha registrato una contrazione a valore e a copie, confermando

il rallentamento seguito alla fase di espansione post-pandemica. In questo contesto, l'editoria per bambine e bambini, ragazze e ragazzi

si è distinto come l'unico segmento che non è arretrato a copie e che ha mostrato una lieve crescita a valore.

CONTINUA A PAG. 3



€ 7,00 / CXXXVII / Periodico
ISSN 11249137 60326
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



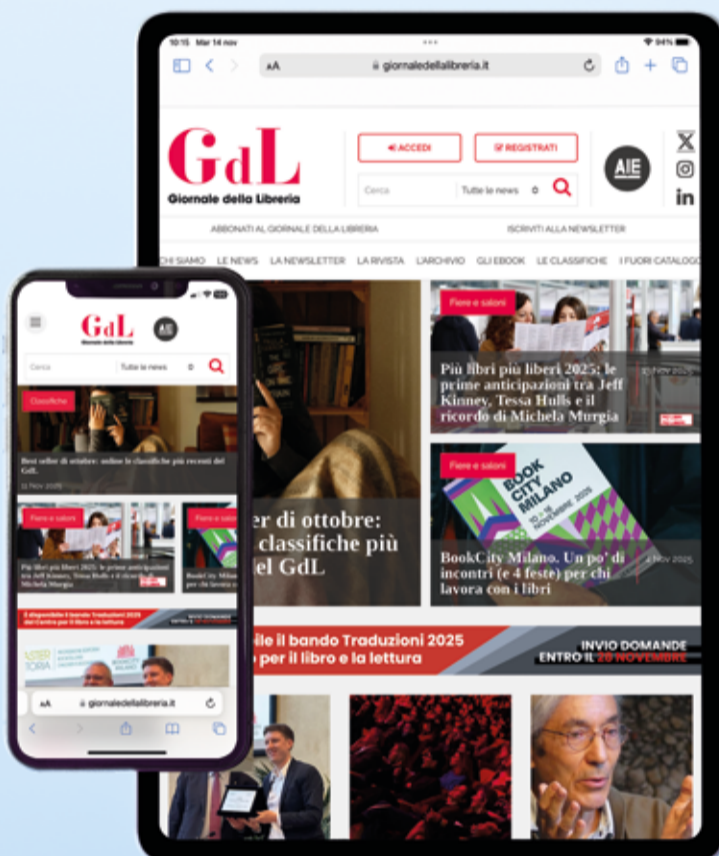
News, approfondimenti
e video giornalieri



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



SEGUE DALLA PRIMA

È un dato che va letto con attenzione. Non perché annulli le difficoltà del quadro generale, ma perché ne riequilibra l'interpretazione. Senza il contributo del comparto 0-14 anni, il 2025 avrebbe presentato un profilo più critico. Il segmento ragazzi si conferma dunque un elemento di stabilità in un mercato esposto a fragilità strutturali.

Come emerge dall'analisi pubblicata in apertura di questo numero, la tenuta è trainata soprattutto dalla prima infanzia. La fascia 0-5 anni continua a crescere, mentre le età successive mostrano dinamiche più articolate, con segnali di indebolimento nel middle grade e uno spostamento verso generi e linguaggi ibridi. In un Paese segnato da un calo demografico costante, il fatto che le copie acquistate per i più piccoli non diminuiscano in modo proporzionale indica che il libro conserva un valore forte nella percezione degli adulti di riferimento: educativo, relazionale, simbolico.

Le classifiche settoriali approfondite in queste pagine confermano la centralità del catalogo e dei long seller, capaci di attraversare le generazioni, accanto a una produzione che sperimenta formati, temi e contaminazioni. Le testimonianze degli editori restituiscono un settore vitale ma consapevole delle proprie sfide: il rapporto con la scuola, la promozione della lettura, il ruolo delle biblioteche, la difficoltà di mantenere continuità nella fascia scolare, l'evoluzione dei linguaggi in un ecosistema dominato dalla dimensione visiva e digitale.

Che questo numero esca, come da tradizione, in occasione della Bologna Children's Book Fair non è un fatto meramente calendariale. La produzione italiana per l'infanzia rappresenta una riconosciuta eccellenza, fortemente proiettata sul piano internazionale. La fiera è il luogo in cui questa dimensione si rende visibile: nello scambio di diritti, nelle coedizioni, nel dialogo con l'audiovisivo e il licensing, nelle connessioni tra editoria generale e contenuti per ragazzi.

In questa prospettiva si inserisce anche l'insero centrale in lingua inglese, realizzato in collaborazione proprio con BCBF: uno strumento rivolto al pubblico internazionale che frequenta la manifestazione.

Il numero si chiude con uno sguardo alle trasformazioni che stanno attraversando l'intera filiera. L'approfondimento dedicato alle applicazioni dell'intelligenza artificiale e alla sua relazione con l'«intelligenza editoriale» – sviluppato anche nel dialogo con la Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri – invita a leggere questi cambiamenti non in chiave futuribile, ma come parte di un processo già in atto. La questione non è se l'IA entrerà nel lavoro editoriale, ma come governarne l'impatto in modo coerente con la qualità, la responsabilità e la sostenibilità del settore.

Per l'editoria bambini e ragazzi, che più di altri ambiti lavora sulla formazione e sull'immaginario delle nuove generazioni, questa riflessione assume un valore ulteriore. Innovazione e tutela, apertura e consapevolezza: sono tensioni che non possono essere eluse.

Crescere lettrici, crescere lettori significa oggi tenere insieme continuità e cambiamento. Continuità nella qualità del catalogo, nella cura della relazione con scuola e famiglie, nella promozione della lettura come investimento culturale e sociale. Cambiamento nella capacità di governare nuove tecnologie, nuovi linguaggi, nuove modalità di fruizione.

È in questo equilibrio che si gioca il futuro del segmento ragazzi. E, con esso, una parte decisiva del futuro dell'intero mercato del libro italiano.

© Riproduzione riservata

Innocenzo Cipolletta

Direttore responsabile del Giornale della Libreria

MARZO 2026

In questo numero

PG / 4



**Bambini e ragazzi,
il segmento che resiste**
Mercato
di Giovanni Peresson

5

**Gli incontri AIE
alla Bologna
Children's Book
Fair**

14

**Libri
da piccoli**
Editori e tendenze
di **Alessandra Rotondo**

7

**La forza
del catalogo**
Classifiche bambini
e ragazzi
di **Rachele Marziolo**

16

**Il diritto
alle belle storie**
Promozione della lettura
di **Samuele Cafasso**

9

**Bologna
Children's Book
Fair 2026**

18

**Intelligenza
editoriale**
Scuola per librai UEM
di **Alessandra Rotondo**

Giornale della Libreria
AIE Associazione Italiana Editori
Registrazione n. 360 del Tribunale di Milano
del 28/08/1948 - Sped. abb. post. / 50%
Direzione e redazione
Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano
Tel. 02.89280802
redazione@giornaledellalibreria.it
Editore: Ediser srl
Abbonamenti e amministrazione
Ediser srl
Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano
Tel. 02.89280802
abbonamenti@giornaledellalibreria.it
www.giornaledellalibreria.it

Pubblicità
Ediser srl
Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano
tel. 02.89280801
pubblicita@giornaledellalibreria.it
La pubblicità contenuta nel presente fascicolo non supera complessivamente il 45% della superficie totale del periodico.
Prezzo d'abbonamento annuale
GdL carta+digitale
(offerta sottoscrivibile solo per spedizioni in Italia):
euro 45,00
GdL digitale: euro 35,00
Numero singolo: euro 9,00 (Italia)

Arretrati
Gli arretrati saranno spediti solo in formato digitale
Progetto grafico e impaginazione
zampediverse
www.zampediverse.com
Infografiche
zampediverse
Illustrazione di copertina
Bumi Cha (design chialab)
Stampa
Rotomail Italia spa
Vignate - Milano

Direttore responsabile
Innocenzo Cipolletta
Responsabile del coordinamento editoriale
Alessandra Rotondo
Redazione
Elisa Buletti
Samuele Cafasso
Monica Cattabriga
Daniela Poli
Alessandra Rotondo

© 2026, Ediser srl, Milano.
Chiuso in redazione il 27 febbraio 2026

MERCATO

Nel 2025 il comparto ragazzi tiene nonostante il calo generale, ma la crescita riguarda soprattutto la prima infanzia

Bambini e ragazzi, il segmento che resiste

Il 2025 si chiude con un segno negativo per il mercato del libro italiano, ma il settore bambini e ragazzi conferma una capacità di tenuta superiore alla media. La crescita, tuttavia, non è uniforme e riflette trasformazioni già in corso: aumenta il peso della fascia 0-5 anni mentre diminuisce quello delle età successive. Tra calo demografico, cambiamenti nei comportamenti di acquisto e spostamento verso nuovi generi, emerge un equilibrio fragile che ridefinisce i confini del segmento.

Il 2025 non è stato un anno eccezionale per l'editoria italiana. Nei canali trade la spesa dei lettori si è ridotta di quasi 33 milioni di euro, pari a un -2,1%, mentre le copie acquistate sono diminuite di circa 3 milioni. A pesare sul risultato complessivo è stato anche l'andamento del periodo natalizio che, per la prima volta negli ultimi cinque anni, ha registrato performance peggiori rispetto all'anno precedente, con un calo del 3% della spesa e del 4% delle copie vendute. Si tratta di un segnale rilevante, perché conferma un rallentamento già visibile nel corso dell'anno e rende evidente come la fase di stabilizzazione successiva alla crescita post-pandemica non si sia ancora conclusa.

I LIBRI PER BAMBINI E RAGAZZI TORNANO A SVOLGERE LA FUNZIONE DI AMMORTIZZATORE RISPETTO AGLI ANDAMENTI NEGATIVI DEL MERCATO COMPLESSIVO.

All'interno di questo quadro emerge tuttavia un'eccezione. Non si tratta tanto della narrativa straniera, che ha recuperato solo nelle ultime settimane dell'anno grazie alle uscite simultanee di Dan Brown e Ken Follett. I due titoli hanno totalizzato, negli ultimi quattro mesi del 2025, poco meno di 500 mila copie vendute, contribuendo a portare il segmento a una chiusura d'anno pari a +2% a valore. Un risultato significativo ma legato a singole uscite di grande richiamo, più che a una dinamica strutturale del comparto. L'eccezione più interessante riguarda invece il mercato dei libri per bambini e ragazzi, che torna a svolgere una funzione già osservata negli anni Dieci, quella di ammortizzatore rispetto agli andamenti negativi del mercato complessivo, o di acceleratore nelle fasi positive. Nel 2025, a fronte del -2,1% registrato dal mercato di varia

adulti e ragazzi nei canali trade monitorati da NielsenIQ BookData, il settore fa segnare un valore analogo ma di segno opposto, pari a +2,1%. Il dato assume maggiore rilievo se osservato insieme all'andamento delle copie. In un anno in cui le copie complessivamente acquistate diminuiscono del 3%, il segmento bambini e ragazzi – esclusi fumetti per bambini e narrativa YA – registra una crescita, seppur modesta, di circa 70 mila copie. Il +0,3% rappresenta un incremento minimo, da prefisso telefonico, ma conferma la capacità di tenuta del comparto in un contesto di congiuntura negativa e di progressivo calo demografico. Nel 2025, infatti, si contano 166 mila bambini in meno rispetto all'anno precedente. Il dato complessivo, però, non deve essere letto come un andamento uniforme. Quel +2,1% a valore e +0,3% a copie è il risultato di dinamiche interne molto differenziate, che non rappresentano una novità ma che nel 2025 trovano ulteriore conferma.

LA QUOTA DI MERCATO DEL SETTORE RESTA SOSTANZIALMENTE STABILE, ATTORNO AL 17% ALMENO DAL 2019, MA CAMBIANO I PESI RELATIVI DEI SEGMENTI CHE LO COMPONGONO.

La quota di mercato del settore bambini e ragazzi all'interno della varia nei canali trade resta sostanzialmente stabile, attorno al 17% almeno dal 2019, ma cambiano i pesi relativi dei segmenti che lo compongono. È proprio questa redistribuzione interna a spiegare la tenuta complessiva del comparto. La scelta di rappresentare l'andamento attraverso le copie, piuttosto che attraverso il valore, permette di leggere con maggiore chiarezza questi spostamenti.

Il 2025 ripropone infatti, con lievi oscillazioni, la situazione dell'anno precedente. Le trasformazioni più evidenti emergono osservando il medio e lungo periodo, che mostra due diverse stagioni del settore. Prendendo il 2017 come anno di riferimento, la crescita è stata trainata in modo sempre più evidente dai libri destinati alla fascia prescolare, tra 0 e 5 anni. In otto anni sono state acquistate quasi 3 milioni di copie in più, un dato che non include gli acquisti effettuati in cartolerie, cartolibrerie, fiere e saloni del libro o librerie specializzate. Questo incremento si traduce in una crescita di quasi nove punti della quota di mercato della fascia 0-5 anni, mentre diminuiscono i volumi generati dalle età successive. Si registrano infatti quasi 640 mila copie in meno per la fascia tra 6 e 9 anni e circa 650 mila in meno per quella immediatamente successiva.

L'ABBANDONO DEI LIBRI PER BAMBINI NON COINCIDE NECESSARIAMENTE CON UNA RIDUZIONE DELLA LETTURA, QUANTO PIUTTOSTO CON UNO SPOSTAMENTO VERSO ALCUNI LEMBI DELLA NARRATIVA ADULTA.

Anche sotto questo profilo il 2025 non introduce elementi di discontinuità. Si conferma piuttosto un progressivo allontanamento, a partire già dall'età della scuola primaria, dall'acquisto di libri appartenenti a quello che tradizionalmente veniva identificato come mercato bambini e ragazzi. L'abbandono non coincide necessariamente con una riduzione della lettura, quanto piuttosto con uno spostamento verso storie, personaggi e linguaggi che si collocano in un'area più ampia della narrativa. Fumetti e manga, ma anche le diverse declinazioni assunte negli ultimi anni dalle letterature di genere, tra romance e fantasy, hanno dato origine a processi di contaminazione capaci di intercettare con maggiore efficacia fratture identitarie e disallineamenti generazionali. Queste linee narrative e le loro molteplici ibridazioni, insieme a nuove forme di relazione, identità, collezionismo legate all'oggetto libro, trovano spazio all'interno delle community di lettura e contribuiscono a ridefinire i percorsi di accesso e di permanenza nella lettura.

Gli incontri AIE alla Bologna Children's Book Fair

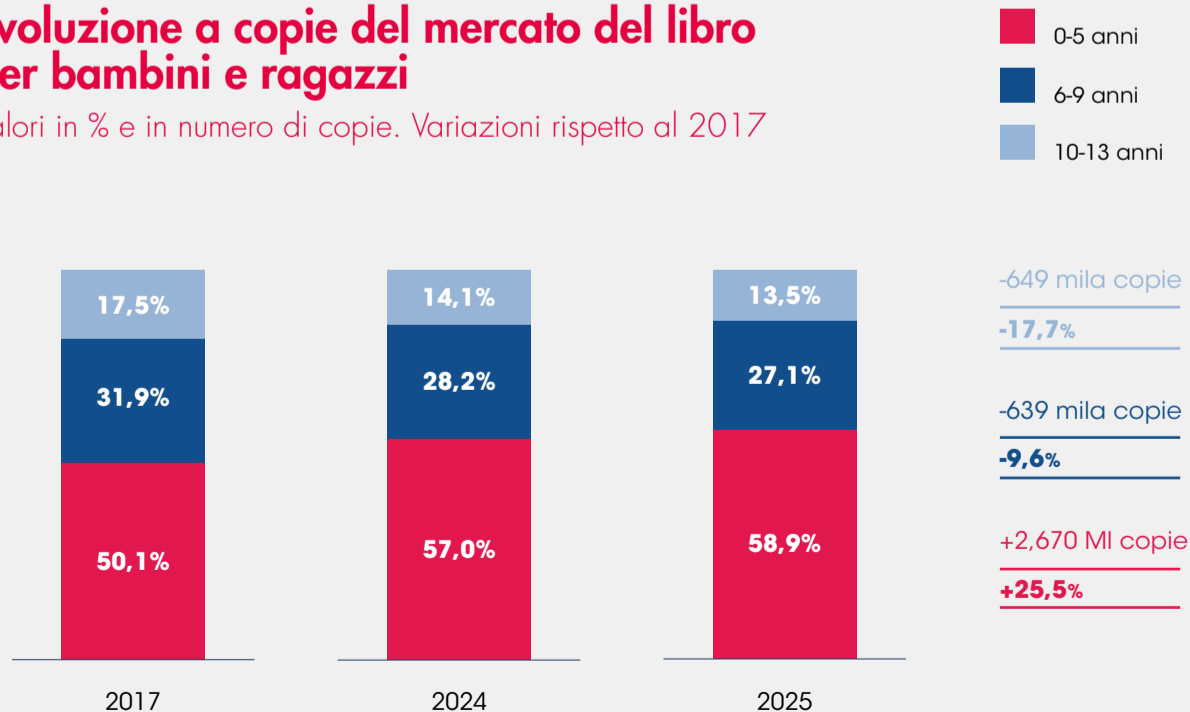
Anche per l'edizione 2026 della Bologna Children's Book Fair, l'Associazione Italiana Editori rinnova la propria presenza all'interno di BolognaBookPlus, lo spazio professionale della manifestazione dedicato al mercato editoriale generalista e allo scambio dei diritti nato proprio dalla collaborazione tra l'Associazione e la fiera. La base operativa di AIE è anche quest'anno alla **BBPlus Hall 29 Mall 1**, dove trova posto la collettiva italiana: uno spazio pensato per sostenere la presenza degli editori italiani in fiera e favorire incontri professionali con operatori internazionali, agenti e partner commerciali. La collettiva rappresenta uno dei principali strumenti di promozione dell'editoria italiana all'interno della fiera. Gli editori presenti utilizzano lo stand come luogo di lavoro per appuntamenti dedicati alla vendita e all'acquisizione di diritti, contribuendo a rafforzare la visibilità della produzione italiana nel contesto internazionale della Bologna Children's Book Fair. Accanto agli editori, lo spazio ospita anche alcune aziende della filiera editoriale – tra distribuzione, servizi editoriali e realtà specializzate – con l'obiettivo di valorizzare l'intero ecosistema produttivo del libro italiano e favorire occasioni di incontro B2B.

Il programma degli appuntamenti AIE si apre lunedì 13 aprile alle 11.30, al BBPlus Theatre, con **The Italian General and Children's Book Markets in 2025**, incontro rivolto agli operatori stranieri dedicato alla presentazione dei dati più recenti sul mercato editoriale italiano. L'appuntamento offre una panoramica sull'andamento complessivo del settore, con un approfondimento sul comparto bambini e ragazzi, analizzando vendite, produzione editoriale e circolazione dei diritti di traduzione nel contesto internazionale. Sempre lunedì 13 aprile, dalle 15.30 alle 17.15 al The Illustrators Café, AIE partecipa a **Building the Future Generation of Readers: Best Practices and Policies for Reading Promotion**, incontro organizzato insieme a Bologna Children's Book Fair in collaborazione con la Federation of European Publishers (FEP), l'International Publishers Association (IPA) e il Syndicat national de l'édition (SNE). Il confronto mette al centro le politiche e le pratiche di promozione della lettura, condividendo esperienze e modelli sviluppati in diversi Paesi per favorire l'avvicinamento delle nuove generazioni ai libri. Martedì 14 aprile alle 13.30, nella sala The Content Café, prosegue **I mestieri del fumetto**, a cura della Commissione Comics e Graphic Novels di AIE. Il ciclo d'incontri a cui l'appuntamento appartiene approfondisce di volta in volta le diverse fasi del processo editoriale, dall'editing alla traduzione, dalla progettazione grafica alla curatela, offrendo uno sguardo sulle competenze professionali coinvolte in un segmento in continua evoluzione. Sempre martedì 14 aprile, alle 14.30 in Sala Wagner, AIE e Fondazione Cariplo, in collaborazione con Nati per leggere e Bologna Children's Book Fair, presentano **Leggere al nido. Indagine e confronto sulle pratiche di lettura 0-3**. L'incontro restituisce i risultati della quarta edizione di #ioleggoperchéLAB-NIDI, affiancando alla presentazione dei dati un confronto sulle pratiche di lettura nei servizi educativi per la prima infanzia e sul valore strategico della fascia 0-3 nella costruzione di un rapporto precoce e duraturo con i libri. Completa il programma, nella serata di lunedì 13 aprile, al Palazzo Re Enzo, la premiazione del **Bologna Prize for the Best Children's Publishers of the Year (BOP)**, riconoscimento internazionale promosso da Bologna Children's Book Fair e AIE in collaborazione con l'International Publishers Association, che valorizza ogni anno l'eccellenza editoriale nel settore ragazzi a livello globale.

© Riproduzione riservata

Evoluzione a copie del mercato del libro per bambini e ragazzi

Valori in % e in numero di copie. Variazioni rispetto al 2017



Esclusi fumetti per bambini e YA.
Esclusa categoria residuale «Miscelanea bambini e ragazzi».

Fonte: Ufficio studi AIE
su dati NielsenIQ BookData

È probabilmente in questo spazio che si sposta una parte consistente di quel milione e trecentomila copie che si perdono quando si esce dalla prima infanzia. In questa fase alle scelte dei genitori subentra progressivamente l'autonomia di scelta delle ragazze e dei ragazzi, spesso mediata dai social, con effetti visibili anche sull'organizzazione di vetrine e scaffali. I tentativi di innovazione degli spazi commerciali – come per esempio il nuovo format di libreria Feltrinelli, BookBubble, a Milano – così come le evoluzioni d'offerta e di layout di altre catene e librerie indipendenti, possono essere letti anche come una risposta a questa trasformazione della domanda.

NEL MIDDLE GRADE ALLE SCELTE DEI GENITORI SUBENTRA PROGRESSIVAMENTE L'AUTONOMIA DI SCELTA DELLE RAGAZZE E DEI RAGAZZI, SPESSO MEDIATA DAI SOCIAL, CON EFFETTI VISIBILI ANCHE SULL'ORGANIZZAZIONE DI VETRINE E SCAFFALI.

Sul fondo restano due elementi strutturali già emersi lo scorso anno. Da un lato il paradosso di un mercato che continua a crescere nonostante il calo demografico, fenomeno che il 2025 conferma.

Dall'altro il fatto che il mercato tradizionale del libro per bambini resti governato, per circa il 60%, dal segmento 0-5 anni, e quindi dalle scelte e dalla spesa di genitori e adulti di riferimento.

AI LIBRI PER I PIÙ PICCOLI CONTINUA A FAR RIFERIMENTO UNA GENERAZIONE DI GENITORI SEMPRE PIÙ ISTRUITI. ELEMENTO CHE, DA UN LATO, SPIEGA LA TENUTA DEL SETTORE; DALL'ALTRO NE EVIDENZIA LA CRESCENTE DIPENDENZA DA FENOMENI PIÙ AMPI E IN FISILOGICO DIVENIRE.

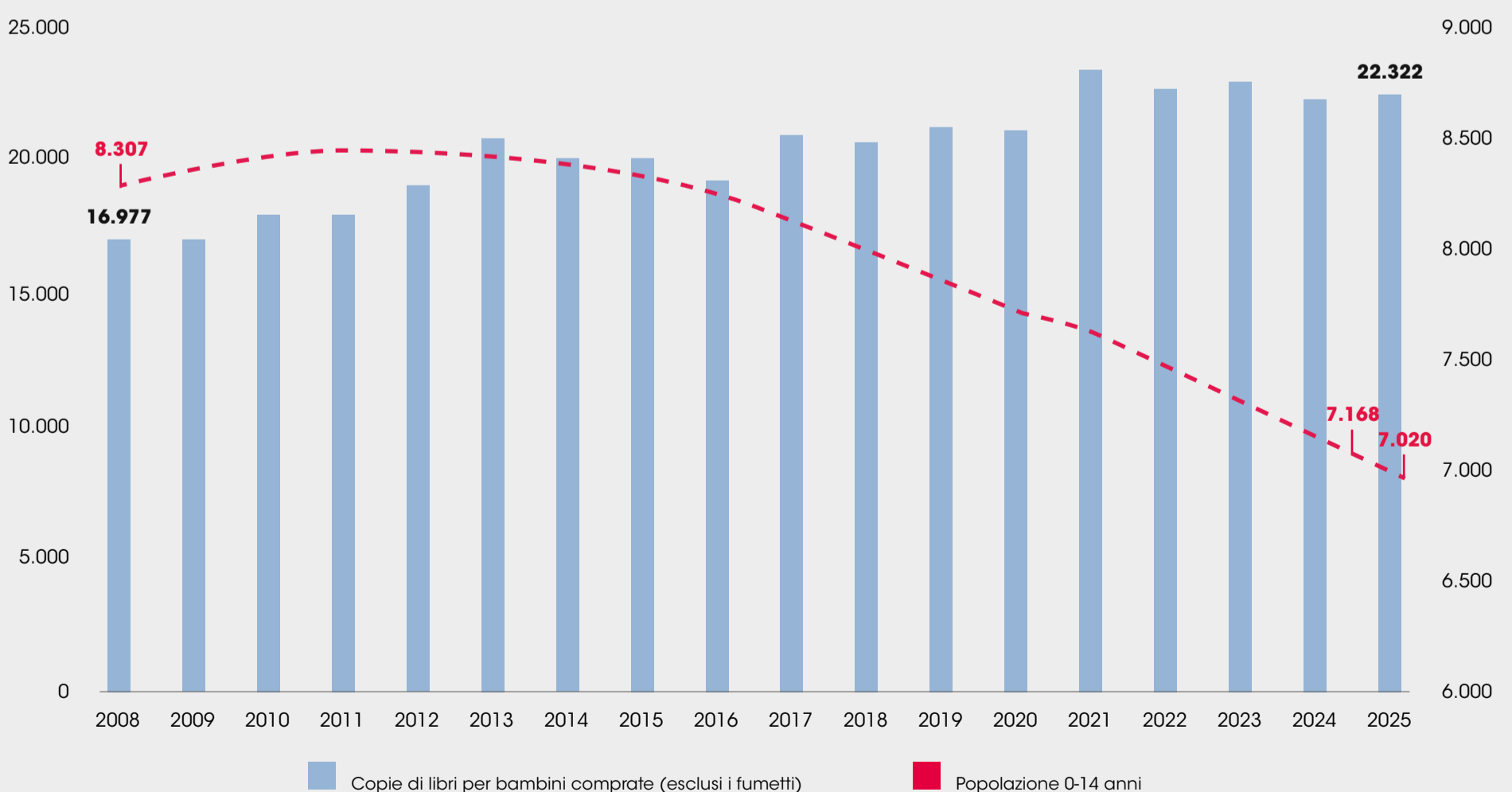
Anche questo elemento è però in evoluzione, insieme alla stratificazione socio-anagrafica e al livello di istruzione delle famiglie. Per esempio, nel 2018 il 22% delle madri con figli tra 0 e 14 anni era laureato, mentre sette anni dopo la quota sale al 30%. Nello stesso periodo le madri con titolo di studio fermo alla scuola primaria o secondaria di primo grado passano dal 32% al 25%. Un cambiamento che contribuisce a spiegare la capacità di tenuta del segmento dell'editoria per i più piccoli, a cui una generazione di genitori sempre più istruiti continua a far riferimento con convinzione. Ma che ne evidenzia anche la crescente dipendenza da equilibri sociali e culturali più ampi e in fisiologico e perenne mutamento.

© Riproduzione riservata



Evoluzione a copie del mercato del libro per bambini e ragazzi e della popolazione infantile 0-14 anni

Valori in migliaia di copie e migliaia di bambini



Esclusi fumetti per bambini e YA

Fonte: Ufficio studi AIE su dati di fonte diversa

CLASSIFICHE BAMBINI E RAGAZZI

Un'esplorazione dei titoli per lettrici e lettori più giovani più venduti del 2025

La forza del catalogo

Dagli illustrati italiani ai grandi long seller internazionali, passando per i libri-gioco: la top 100 restituisce un panorama di titoli in buona parte già visti. Accanto alle novità dell'anno, infatti, continuano a dominare storie e personaggi consolidati, capaci di attraversare le generazioni.

di RACHELE MARZIOLO

Così come successo nel 2024 in confronto con l'anno ancora precedente, e così come emerso in occasione della presentazione dei dati AIE durante la Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, anche il 2025 non si è concluso con una performance positiva per il mercato del libro in Italia, a riprova di una congiuntura di breve periodo non particolarmente felice dopo la prorompente crescita dell'immediato post-pandemia. In un simile contesto, caratterizzato da risultati non soddisfacenti per i titoli di catalogo e, ancor più, per le novità pubblicate nell'anno, i libri per bambini e ragazzi sono però l'unico genere

ad aver registrato una performance positiva – o, quanto meno, stabile – a copie, con un +0,3% rispetto al 2024. Un risultato, lo abbiamo visto nell'articolo precedente, ancora più sorprendente se si considera il contesto di continua denatalità e invecchiamento della popolazione in cui versa il nostro Paese: da un lato ci sono meno bambini tra gli 0 e i 14 anni, ma dall'altro ciascuno di loro ha comprato o ricevuto in regalo in media un numero leggermente superiore di libri, passando dai 3,1 del 2024 ai 3,2 del 2025. Provando a indagare le ragioni di questa controtendenza dei libri per bambini e ragazzi rispetto al mercato generale, non si può non menzionare anche il ruolo del prezzo di vendita, che negli

I 10 TITOLI PER BAMBINI E RAGAZZI, DI AUTORE ITALIANO, PIÙ VENDUTI NEL 2025



1

Il mio primo dizionario. Nuovo MIOT (paperback)
di AA.VV.,
Giunti Editore, 6-9 anni



2

Per questo mi chiamo Giovanni
di Luigi Garlando,
Rizzoli Libri, 6-9 anni



3

Il talento della rondine
di Matteo Bussola,
Salani (GeMS), 10-13 anni



4

Io gomitolo, tu filo
di Alberto Pellai,
De Agostini Libri, 0-5 anni



5

Il Devoto-Oli junior. Il mio primo vocabolario di italiano
di Giacomo Devoto, Gian Carlo Oli,
Le Monnier (Gruppo Mondadori),
6-9 anni



6

La cosa più importante
di Antonella Abbatiello,
Fatatrac (Edizioni del Borgo),
0-5 anni



7

Vado in prima. Attività, giochi, pregrafismi, lettere e numeri
di Roberta Fanti,
Edizioni del Borgo, 0-5 anni



8

Ero un bullo. La vera storia di Daniel Zaccaro
di Andrea Franzoso,
De Agostini Libri, 10-13 anni



9

Il mio primo dizionario. Nuovo MIOT (hardcover)
di AA.VV., Giunti Editore,
6-9 anni



10

I colori
di Deborah Forni,
Edizioni del Borgo, 0-5 anni

ultimi anni è stato condizionato dall'assorbimento dei più alti costi di produzione e distribuzione. Rispetto ad altri generi, infatti, tra il 2024 e il 2025 il prezzo dei libri per bambini ha subito un aumento, seppur superiore all'inflazione, più contenuto, il che ha probabilmente contribuito alla stabilità delle vendite in termini di copie. Proviamo dunque a esaminare i titoli che hanno determinato questo andamento nell'ultimo anno, focalizzandoci nello specifico sui primi 100 titoli più venduti nei canali trade: librerie di catena e indipendenti, librerie online e grande distribuzione. Precisiamo che i dati riportati hanno come fonte NielsenIQ BookData e sono relativi ai libri a stampa, espressi al prezzo del venduto. Le classifiche di seguito presentate escludono inoltre i fumetti per bambini.

SONO I TITOLI DESTINATI ALL'ETÀ PRE-SCOLARE A OCCUPARE LA MAGGIORANZA DELLA CLASSIFICA BAMBINI E RAGAZZI DEL 2025, CON 45 POSIZIONI.

A riprova di un trend che ritroviamo nelle vendite complessive dei libri per bambini negli ultimi anni, sono soprattutto i titoli destinati all'età pre-scolare (fino a 5 anni) a occupare la maggioranza della classifica complessiva del 2025, con 45 posizioni. Il dato segnala un progressivo «ringiovanimento» del mercato e, allo stesso tempo, una marcata spinta alla sperimentazione tematica, grafica e di formato che i titoli per i più piccoli consentono. Accanto ai libri da colorare e ai libri-gioco trovano spazio illustrati che ruotano attorno a temi come la natura (*Il ladro di sole* e *Il ladro di neve*, in terza e sesta posizione della classifica generale bambini e ragazzi), le emozioni e la famiglia (*Io gomito, tu filo*, in decima posizione sempre nella stessa classifica). Seguono poi i titoli dedicati alla fascia 10-13 anni, con 31 posizioni in classifica, guidati da long

seller e best seller internazionali come *Harry Potter* e la saga *Diario di una schiappa*, e infine quelli destinati ai bambini tra i 6 e i 9 anni con 24 posizioni. Nonostante occupino solo un quarto della classifica, per il secondo anno di fila il libro più venduto è però proprio un titolo destinato a questa fascia d'età, *Il mio primo dizionario. Nuovo MIOT*: si tratta sì di parascolastica, ma il risultato conferma il peso delle scelte d'acquisto adulte e l'importanza attribuita agli strumenti di supporto alla lettura e all'apprendimento.

Andando oltre, ulteriori ragionamenti possono essere fatti considerando, all'interno della classifica dei più venduti, il rapporto tra le novità e i titoli di catalogo da un lato; quello tra autorialità italiana e straniera dall'altro. Se infatti la top 10 generale dei titoli più venduti nel 2025 è composta esclusivamente da novità uscite nell'anno, lo stesso discorso non vale per quella dei libri per bambini e ragazzi: qui le novità sono solo quattro, ed è invece marcato il ruolo di long seller come *Il piccolo principe* e dei titoli di catalogo. Non solo: ben cinque titoli su dieci erano presenti anche nella top 10 di settore dei più venduti nel 2024, a conferma di dinamiche di acquisto che tendono a privilegiare titoli consolidati e riconoscibili, capaci di mantenere nel tempo un forte appeal anche presso il pubblico più giovane.

SE LA TOP 10 GENERALE 2025 È COMPOSTA ESCLUSIVAMENTE DA NOVITÀ, NEI LIBRI PER BAMBINI E RAGAZZI LE NOVITÀ AI VERTICI SONO SOLO QUATTRO, ED È INVECE MARCATO IL RUOLO DI LONG SELLER E CATALOGO.

Considerando i primi 100 titoli di autore italiano, vediamo che questa prevalenza del catalogo a sfavore delle novità è sì presente, ma leggermente più contenuta rispetto alla speculare classifica degli

autori stranieri: sono 74 i titoli di catalogo in classifica, mentre nel caso degli stranieri il rapporto è 80/20 tra catalogo e novità. Nel caso degli autori italiani, inoltre, subito dopo il primato dei titoli per l'età pre-scolare, sono i titoli per la fascia della scuola primaria a occupare ben 34 posizioni, di cui quattro in top 10. Si tratta anche in questo caso di long seller come i già sopramenzionati dizionari di italiano, ma anche di titoli come *Per questo mi chiamo Giovanni* di Luigi Garlando (Rizzoli, 2022). E non solo: nove titoli su dieci figuravano già tra i primi 10 più venduti nel 2024; per gli autori italiani, infatti, solo uno tra i titoli in top 10 è una novità del 2025 (*Il talento della rondine* di Matteo Bussola, in terza posizione).

CONSIDERANDO SEPARATAMENTE I PRIMI 100 TITOLI DI AUTORE ITALIANO E STRANIERO PIÙ VENDUTI DEL 2025, SONO 74 I TITOLI DI CATALOGO IN CLASSIFICA NEL PRIMO CASO, 80 NEL SECONDO.

Viceversa, nel caso dei primi 100 titoli di autore straniero, al primato dei titoli dedicati ai bambini fino ai 5 anni seguono 30 posizioni occupate da quelli destinati alla fascia 10-13 anni: tre di questi sono presenti in top 10 e sono opere dei due autori che da soli occupano 25 posizioni della classifica, ossia J.K. Rowling e Jeff Kinney. In maniera più esplicita emerge l'impatto dei long seller e dei best seller internazionali sul mercato dei libri per bambini e ragazzi: non solo personaggi di culto come *Harry Potter* – a cui i genitori millennial sono forse ancor più affezionati dei figli per i quali acquistano i libri – ma, più in generale, storie conosciute e di comprovato successo, capaci di attraversare il tempo e di mantenere una forte riconoscibilità tra le nuove generazioni.

© Riproduzione riservata

I 10 TITOLI PER BAMBINI E RAGAZZI, DI AUTORE STRANIERO, PIÙ VENDUTI NEL 2025



Il Piccolo Principe
di Antoine de Saint-Exupéry,
Bompiani, 6-9 anni



Il ladro di sole
di Alice Hemming,
Emme Edizioni (EL), 0-5 anni



**Diario di una schiappa.
Cotto a puntino**
di Jeff Kinney,
Editrice Il Castoro, 10-13 anni



Il ladro di neve
di Alice Hemming,
Emme Edizioni (EL), 0-5 anni



**Alieni speciali. Stitch.
Primo album da colorare**
di AA.VV., Disney Libri (Giunti
Editore), 0-5 anni



**Diario di una schiappa.
Vuoto cosmico**
di Jeff Kinney,
Editrice Il Castoro,
10-13 anni



**La casa sull'albero
di 13 piani**
di Andy Griffiths,
Salani (GeMS), 6-9 anni



Il Piccolo Principe
di Antoine de Saint-Exupéry,
Newton Compton Editori,
6-9 anni



Il ladro di foglie
di Alice Hemming,
Emme Edizioni (EL), 0-5 anni



**Harry Potter
e la pietra filosofale**
di J.K. Rowling,
Salani (GeMS), 10-13 anni



**BOLOGNA
CHILDREN'S
BOOK
FAIR**



**BOLOGNA
BOOK
PLUS**

In partnership with
Associazione
Italiana
Editori



**Bologna
Licensing
Trade
Fair**

**THREE GLOBAL
EVENTS FOR
INTERNATIONAL
RIGHTS AND
LICENSING TRADING**

**13-16 April 2026,
Bologna, Italy**

Events by


With the support of



ITALIAN TRADE AGENCY





Bologna Children's Book Fair 2026

Together we are better!

The **63rd edition** of the **Bologna Children's Book Fair** (BCBF) is taking place at BolognaFiere, alongside **BolognaBookPlus** (BBPlus) and **Bologna Licensing Trade Fair/Kids** (BLTF/Kids), **from April 13 to 16, 2026**, transforming Bologna into a leading global hub for copyright exchange across publishing, multimedia, licensing, illustration and animation. The Bologna Book Fair is organised with the support of the **Italian Trade Agency and the Italian Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation** whose collaboration has been crucial in strengthening BCBF's international reach. Among the most significant initiatives is a **large-scale invitation programme** that supports the participation of 130 professionals from around the world.

BCBF is a thriving creative centre where, each year, the best content for children and YA takes centre stage. Among the most anticipated initiatives this year are: the exhibition **Italian Excellence. Pinocchio's New Clothes**, dedicated to the Italian masterpiece; the **60th anniversary of the Illustrators Exhibition**; the **Golden Pinwheel Young**

Illustrators exhibition; the solo exhibition of the artist who created the cover of the Illustrators Annual, **Noushin Sadeghian** (Iran), winner of the 2025 Grand Prix of the Biennial of Illustration Bratislava (BIB); the solo exhibition of the winner of the 2025 **Bologna Children's Book Fair - Fundación SM International Illustration Award**, Ukrainian **Maria Haiduk**; and many more. Workshops, presentations, panel discussions and more run concurrently, offering a global programme that makes Bologna a key reference point for discovering new trends, emerging talent and innovative strategies in the field.

Among the most anticipated guests: **Beatrice Alemagna, Pablo Amargo, Alessandro Barbero, Sophie Blackall, Gianrico Carofiglio, Catia Chien, DJ Stout, Timothée de Fombelle, Armando Fonseca, Jon Gray, Stian Hole, Anna Llenas, Lorenzo Mattotti, Roger Mello, Bianca Pitzorno, Michael Rosen, Kristin Roskifte, Sergio Ruzzier, Sydney Smith, Øyvind Torseter, Hervé Tullet, Jacqueline Woodson.**

NORWAY GUEST OF HONOUR COUNTRY

For the 2026 edition, **Norway** is the **Guest of Honour Country**, offering publishers from around the world the opportunity to explore its rich and diverse publishing scene, presented at the fair through the programme **What if?**. Two simple words that open up a whole world of possibilities and invite questions, and a motto at the very heart of Norwegian literature and illustration for children and young people. The country's creative tradition is indeed shaped by freedom, imagination and boldness, and rooted in the belief that children are independent individuals with their own thoughts, feelings and perspectives, deserving of artistic expressions that take them seriously.

As Guest of Honour, Norway is presenting an **exhibition** featuring **49 selected illustrators**, a showcase of the high quality of Norwegian illustration, alongside a wide programme of conferences and meetings.



VISUAL IDENTITY 2026

The **tenth edition** of the "BCBF Visual Identity Workshop" celebrates ten years of visual design and creative exploration: Korean artist **Bumi Cha** has been chosen from among the youngest winners of the 2025 Illustrators Exhibition to be the author of the new image for the Bologna Children's Book Fair 2026, under direction of the Chialab Design Studio. The theme for 2026 is permeated by faces, features and portraits, and Bumi's delicate and fascinating ambiguity seemed to be the most suitable way to convey the diversity of the faces that attend BCBF. In her drawings, the boundaries that define the shapes play dynamically between what is outside and what is within. From the forehead to the chin, a space in which to build a dense and intense relationship between gazes.

This tenth anniversary is celebrated at BCBF with a **dedicated exhibition** telling the story of the Visual Identity Workshop and showcasing the careers of the young illustrators it has supported over the years.



BOLOGNABOOKPLUS

BBPlus is the initiative launched in 2021 in collaboration with the Italian Publishers Association (AIE) to expand the scope of the Bologna Children’s Book Fair by reaching out to a wider audience in the field of general publishing. Now in its **sixth year**, it encompasses an exhibition space, the **Italian Publishers Pavilion** – in partnership with AIE – the **Audio HQ**, in addition to training events, seminars and forums such as: the **Audio Forum**, a half-day conference spotlighting the booming audio and podcasting industries with top global experts, and the **AI Summit**, a half-day deep dive into the opportunities and challenges for publishers. Also returning is the **Author Ambassador** initiative, with Polish author **Rafał Kosik**, the Illustration Ambassador, with Norwegian **Mari Kanstad Johnsen**, and the awards: the **Indie Authors Book Jacket Award**, highlighting fresh talent through diverse cover designs, and **Talking Pictures**, examining the cultural impact of visual books through a curated showcase, a jury review and a seminar. Eventually, a brand new initiative: the **Designer Studio@BolognaBookPlus**, a programme dedicated to designers, illustrators and art directors in the general trade publishing world. Through a series of masterclasses, workshops and portfolio reviews led by internationally renowned designers and art directors, this initiative aims to shine a spotlight on the vital role of visual content creators in adult publishing. In this first edition, the programme focuses on the role of the book cover as a product of visual design and a marketing tool. A series of exhibitions enrich the program, including **Jackets Off!**, which since 2021 has compared book covers from various countries and this year is dedicated to the queen of crime fiction, **Agatha Christie**, marking the fiftieth anniversary of the iconic author’s death, with a special focus on illustrator **Ferenc Pintér**. Arriving exclusively and for the first time outside the United States is the exhibition dedicated to the gold and silver medal winners of the Annual Illustration Competition in the book category from the five-year period 2022–2026, one of the



most prestigious awards organized by the **Society of Illustrators of New York**. It also inaugurates a preview of the solo exhibition – which will debut in New York curated by the Society of Illustrators – **Balbusso Twins Illustrating with Two Souls**, featuring a selection of works that recount 25 years of the professional journey of the Balbusso Twins Artist Duo.



BOLOGNA LICENSING TRADE FAIR/KIDS

BLTF/Kids is the leading European licensing event specifically for brands for children, teens and young adults. It is aimed at fostering relationships between the worlds of publishing and consumer goods by offering opportunities across publishing, licensing,

gaming and audiovisual media. Bringing together top international players, BLTF/Kids showcases **over 800 brands** within a dynamic exhibition space at the heart of the Bologna Children’s Book Fair. In 2026, its **19th edition** hosts two of BCBF’s key initiatives: the **TV/Film Rights Centre** and the **Games Business Centre**. BLTF/K is also organising the 6th edition of the **International Kids Licensing Days**, three days of in-depth discussions with the leading international players in the sector, on the most topical issues related to content for children and young adults, organised in cooperation with Licensing Magazine. Other features include the **Bologna Licensing Awards**, rewarding both licensors/agencies, licensees and retailers, the **Licensing Portfolio Reviews**, providing matches between companies and international artists, and a **curated matchmaking initiative** for BLTF/Kids and BCBF exhibitors.



One of the main objectives of Bologna Children's Book Fair is to anticipate the needs and potential of the global publishing market, reinforcing its role as a leading platform in the global publishing landscape. As a result, BCBF develops dedicated business areas covering the various sectors of the book industry, where professionals can meet, exchange ideas and do business. This ecosystem is designed to reflect the full publishing value chain, and the range of business areas continues to expand.



COMICS CORNER

The Bologna hub for worldwide comics publishers, the Comics Corner shines a spotlight on the booming comics industry with a dynamic area for international comic publishers, enriched by a programme of events including portfolio reviews, masterclasses and the BolognaRagazzi Comics Award. Thanks to the support of the Italian Trade Agency and the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, this vibrant space welcomes over 100 publishers from many different countries and territories. Visiting the Comics Corner is a great opportunity to discover cutting-edge trends and gain a panoramic view of the international comic book landscape.



RIGHTS CENTRE

The Rights Centre is the beating heart of rights exchange at Bologna. Exhibiting publishers from both BCBF and BolognaBookPlus can provide their rights teams with a dedicated space to meet, negotiate and network alongside industry peers. The Rights Centre has expanded to welcome exhibiting publishing professionals and all general trade literary agents and scouts, reflecting Bologna's growing focus on general publishing through BolognaBookPlus.



TV/FILM RIGHTS CENTRE

Where content meets media producers: the TV/Film Rights Centre at BCBF provides an exclusive space for networking and collaboration between the

publishing and audiovisual industries. The initiative offers carefully curated matchmaking opportunities between producers, publishers and literary agents, aimed at discovering new book-based IPs.



GAMES BUSINESS CENTRE

Bridging the worlds of books and games, the Games Business Centre connects video game companies with publishers, film and TV producers and licensing professionals, facilitating thousands of meetings each year. Alongside its busy meeting schedule, the Centre hosts events and talks exploring cross-media rights and the gaming industry's growing impact on content for audiences of all ages. Participating companies benefit from a tailored matchmaking service, dedicated meeting areas and a full range of professional facilities. The initiative is organized in collaboration with Frankfurter Buchmesse.



Global
Rights
Exchange

BOLOGNA GLOBAL RIGHTS EXCHANGE

Working as an all year round rights marketplace, the Bologna Global Rights Exchange (GRE) is the virtual marketplace dedicated to the international rights, distribution and licensing of content, open to publishers, agents, scouts, licensees, licensors, developers, TV/audiovisual producers, promotion and services providers and free to all exhibitors. The GRE is a key tool of the BCBF digital strategy and hosts approximately 23.000 titles and more than 200 properties, working the whole year to enable BCBF exhibitors to continue to display and trade rights across the world. GRE includes BBPlus, for general trade publishers and agents, BLTF/Kids for licensing brands and properties, and the Comics Corner.

BOLOGNA MATCHMAKING PLATFORM

Launched by BCBF, BBPlus and BLTF/Kids, it's a free matchmaking platform to spark business connections by making it easy for professional visitors and exhibitors to connect, discover new partners and schedule meetings during the fair. Introduced in 2025, the tool was met with great enthusiasm, generating over 1,700 meetings in four days. It allows connections with all exhibitors across BCBF's areas, as well as selected professional visitors for even greater networking opportunities. Exhibitors can manage their agendas easily through the platform and rely on a dedicated help desk for support.

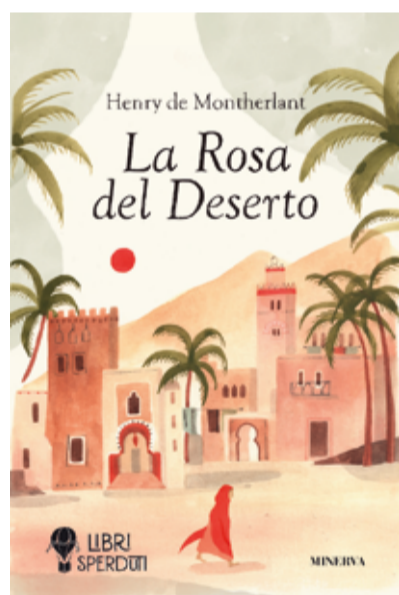
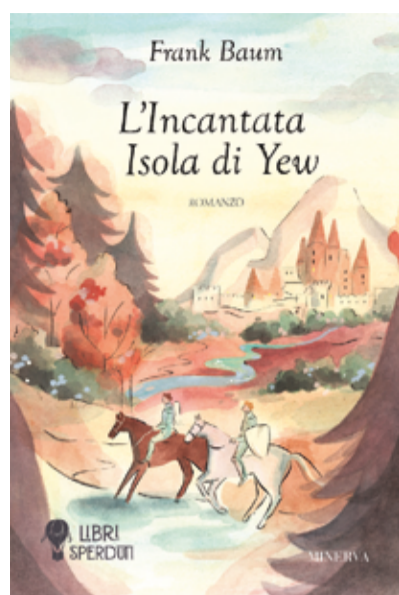
© All rights reserved



CHINESE MARKET

Since 2018, BolognaFiere/Bologna Children's Book Fair has been the co-organizer of the **China Shanghai International Children's Book Fair (CCBF)**. Launched in 2013, CCBF is the leading fair entirely dedicated to children's books and content in the Asia-Pacific region, and the only event comparable to the Bologna Children's Book Fair.

Over nearly ten years of collaboration, and thanks to its role as a bridge for global cultural exchange, the Bologna Children's Book Fair has helped spark an extraordinary development of picture books in China. With the objective of showcasing the best contemporary Chinese illustrators, in 2023 BCBF/BolognaFiere, China South Publishing & Media Group Co. Ltd, and Sidee Cultural Communication Co. Ltd launched **Chinese Excellence in Children's Illustration**, a format presenting an annual selection of outstanding works by both established and emerging artists, inspired by the Italian Excellence exhibitions created by BCBF. The exhibition is presented at BCBF, and the winner is announced on the first day of the fair. Despite its rapid growth, the Chinese illustration sector still faces key structural challenges, from fragmented communities to limited commercial channels and a shortage of high-level exhibition platforms. To address these gaps, in 2026 BolognaFiere China launches the **Shanghai Illustration & Pop Show (SIPS)**, a new international venture taking place **from 29 to 31 May 2026** at the **Shanghai Exhibition Centre**. Co-organised with Shanghai Xinhua Distribution Group Co., Ltd., supported by the Shanghai International Culture Association and the Cultural Office of the Consulate General of Italy in Shanghai, and developed in academic partnership with the Bologna Illustrators Exhibition and Mimaster Illustrazione, SIPS aims to **bridge creative content with market demand**, engaging industry professionals, collectors and art enthusiasts and content creators. The show is structured around three sections: Illustration as Art, Pop & Brand and Illustrators Avenue.



Continua a seguire la collana



LIBRI SPERTUTI

La collana *Libri spertuti* 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**.

MINERVA www.minervaedizioni.com



EDITORI E TENDENZE

Generi, formati, narrazioni e una sfida centrale: accompagnare lettrici e lettori oltre la prima infanzia

Libri da piccoli

Il 2025 si chiude per il mercato del libro italiano con un segno negativo, con l'editoria per bambini e ragazzi a rappresentare l'unico comparto che non arretra a copie e che registra una lieve crescita a valore. Ma non è un panorama omogeneo, né inamovibile: il racconto di quattro case editrici di settore.

La tenuta del mercato bambini e ragazzi è un segnale che Carlo Gallucci – editore dell'omonima casa editrice, coordinatore del gruppo ragazzi e membro del comitato di presidenza AIE – invita a leggere con cauto ottimismo: «È un risultato positivo, ma non è affatto scontato. Questa tenuta è frutto di un grandissimo, costante impegno da parte degli editori del nostro settore». E dipende in parte da alcune sue caratteristiche strutturali, continua Gallucci, dalla forte presenza di piccoli e medi editori nel segmento alla centralità del catalogo nell'offerta per i più piccoli, fino a una consolidata apertura internazionale che proprio alla Bologna Children's Book Fair trova la sua plastica rappresentazione. Beatrice Fini, direttrice della divisione area ragazzi e young adult di Giunti Editore, parla apertamente di un mercato in cui alcune fasce d'età mostrano segnali evidenti di difficoltà. Teresa Panini, consigliera delegata di Franco Cosimo Panini, osserva come la relativa tenuta avvenga comunque in un contesto produttivo più complesso e competitivo rispetto al passato. Valentina Brioschi, editrice di Valentina Edizioni, riporta la discussione sul piano della mediazione adulta che inevitabilmente caratterizza questo segmento, ricordando che il comparto è sostenuto soprattutto dal fatto che «chi compra i libri per bambini sono i genitori, gli insegnanti, i nonni».

LA PRIMA INFANZIA E LA CENTRALITÀ DELLA SCELTA ADULTA

La stabilità del settore in un contesto generale di contrazione si spiega in larga parte con la fascia della prima infanzia, dove il libro continua a essere scelto dall'adulto come dispositivo di trasferimento del valore. Teresa Panini ricorda come il lavoro sulla fascia prescolare sia stato dal principio una scelta precisa della casa editrice fondata da suo padre: «Ci siamo detti, noi siamo piccoli e ci dedicheremo ai più piccoli, scegliendo uno spazio meno affollato come il preschool». Oggi però la competizione è aumentata, innalzando la qualità media dei prodotti ma anche le complessità da gestire. «Sono libri che richiedono tanta attenzione ai materiali, alla cartotecnica, alla sicurezza, con il tema delle certificazioni. È una produzione in molti casi più onerosa, ma il mercato ti chiede un prodotto che costi poco». Per Carlo Gallucci la differenza tra prescolare e scolare resta decisiva. «Vediamo che le famiglie italiane continua-

no a comprare libri per bambini: sono acquisti che non possono essere sostituiti dallo schermo, specialmente nella fascia 0-6». È una logica che si riflette anche nei titoli che l'editore decide di pubblicare in questo segmento, come *La casetta di Cappuccetto Rosso* di Francesca Dell'Orto, libro-oggetto pensato per la manipolazione e l'interazione, e il progetto speculare dedicato ai tre porcellini. Anche Valentina Brioschi riconosce che, finché chi compra è l'adulto, il libro mantiene una posizione relativamente solida, perché la decisione d'acquisto è legata alla crescita e alla cura, non solo all'intrattenimento. Le cose, però, diventano più complesse quando bambini e bambine cominciano a decidere per sé.

IL NODO DEL MIDDLE GRADE E L'INTERMEDIAZIONE CHE CAMBIA

Le difficoltà emergono con maggiore evidenza nella fascia successiva. Beatrice Fini individua nel middle grade il segmento più fragile: «È una fascia che sta vivendo un momento di sofferenza non soltanto in Italia, ma anche in Europa». Lettori e lettrici anticipano sempre più spesso il passaggio alle narrazioni young adult e di genere, mentre il romanzo di formazione per i più piccoli perde centralità. In questo movimento cambia anche il ruolo dell'adulto rispetto alla socializzazione delle pratiche di lettura. Gallucci insiste su un punto strutturale: «La lettura è un atto formativo: non è spontanea e basta. Ci vogliono figure in grado di appassionare alla lettura, di insegnare come si legge». Quando la mediazione familiare si riduce e quella scolastica non è uniforme, il rapporto con i libri si indebolisce. «Nella scuola vengono fatti sforzi eroici, però a macchia di leopardo» osserva ancora, ricordando la scarsa diffusione delle biblioteche scolastiche – che negli ultimi dieci anni #ioleggoperché ha attivamente contrastato – e la necessità di un investimento continuativo sull'educazione alla lettura che riequilibri i divari nord-sud del Paese. In questo scenario il lavoro diretto con scuole e insegnanti torna centrale. Brioschi racconta come per Valentina Edizioni la relazione con la popolazione e l'istituzione scolastica sia parte integrante del lavoro editoriale, da qui anche la scelta della casa editrice di puntare sull'autorialità italiana, pure in ottica di coinvolgimento nelle attività con le classi. «Per noi è fondamentale incontrare bambini e insegnanti, lavorare insieme sui libri» spiega, sottolineando



come la sua casa editrice – una redazione interamente al femminile – costruisca la propria identità proprio attorno a questo rapporto continuo con chi legge. Da questa cooperazione nascono anche dei titoli, come *Soltanto* di Marco Fabbri, illustrato da Sara Brienza: ai bambini è stato chiesto di disegnare il proprio cane ideale e dal disegno selezionato è nato il protagonista del libro, «un cane capace di portare gioia dove non c'è più».

Fini descrive un ulteriore scarto: la distanza tra letture scolastiche e desideri dei ragazzi. «A scuola usano i libri per fare esercizi di analisi logica e grammaticale, e questo inevitabilmente allontana dalla lettura per piacere». In questo scenario gli editori cercano nuove strategie. Giunti, ad esempio, affianca titoli più impegnativi – come *Volevo avere le ali* di Francesco D'Adamo – a progetti che «abbassano» la soglia anagrafica del young adult, introducendo elementi di genere nelle narrazioni per il middle grade, come le serie *Jerry & Maya* di Martin Widmark, con illustrazioni di Helena Willis, ed *Enid Enigma* di Sonia Corvaglia, con illustrazioni di Alida Pintus. «È il dilemma dell'editore: abdicare un po' alla missione etica e valoriale per seguire le tendenze e raggiungere più lettori, oppure resto focalizzato su un catalogo formativo? Noi abbiamo scelto di bilanciare».

LA DIVULGAZIONE COME ACCESSO ALLA LETTURA

Accanto alla narrativa, la divulgazione rappresenta oggi una delle direzioni più condivise dall'editoria per i più piccoli. Giunti lavora su questo fronte in maniera strutturata, attraverso l'esperienza del marchio Editoriale Scienza, che Beatrice Fini indica come un presidio importante proprio nel momento in cui una parte di pubblico si allontana dalla narrativa. «Può essere un cavallo di Troia per arrivare a lettori e lettrici che non amano necessariamente il romanzo, ma hanno un interesse specifico o una curiosità che può essere approfondita attraverso il libro».

Teresa Panini sottolinea come diversi loro progetti nascano proprio da questa logica: partire dall'esperienza e dall'interesse del bambino. Titoli come *Il tempo? Siamo noi!*, *Il suono? Siamo noi!* e *Lo spazio? Siamo noi!* di Stefano Ascari e Christian Lode-

sani, illustrati da Evelyn Daviddi, lavorano in questa direzione, introducendo concetti scientifici attraverso il racconto e l'esperienza quotidiana. A Bologna il nuovo titolo della serie, dedicato alla luce.

Accanto a questi progetti, Panini richiama anche il ruolo di Pimpa, personaggio iconico creato da Altan e da sempre centrale nel catalogo della casa editrice, utilizzato come punto di accesso alla divulgazione attraverso iniziative rivolte anche all'estero. È il caso di *Pimpa. Un viaggio nella scienza*, realizzato in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, un progetto pensato per accompagnare l'attività di promozione della lingua e della cultura italiana attraverso un personaggio già familiare ai bambini, trasformando la divulgazione scientifica in uno strumento di mediazione culturale. Nello stesso solco si inserisce un titolo di Gallucci Editore dedicato all'esplorazione spaziale, a breve in uscita, «scritto dall'astronauta Umberto Guidoni che racconta in modo narrativo, alla Jules Verne, l'eventuale fattibilità di una missione marziana».

Accanto alla divulgazione scientifica cresce anche l'interesse per una divulgazione civica e relazionale. Per Valentina Edizioni è uscito *Diritti al castello* di Eleonora Colombo e Riccardo Castiglioni, illustrato da Giorgia Vallicelli, un libro-game nato ancora dalla collaborazione della casa editrice con la scuola, e dall'esigenza di affrontare il tema dei diritti attraverso una narrazione accessibile ai più piccoli. «Oggi è molto richiesto il libro ludico-educativo, che attraverso il gioco e il sorriso, riesce a insegnare» sottolinea Brioschi.

IL SUCCESSO DEGLI ALBI ILLUSTRATI

Tra i formati che mostrano maggiore vitalità, gli albi illustrati occupano uno spazio centrale. Beatrice Fini parla di un vero «momento d'oro» legato alla capacità dell'albo di integrare immagine e testo in maniera sincretica, con grande affinità con i modelli di fruizione quotidianamente sperimentati dai nativi digitali. In questa direzione si muovono pubblicazioni come *Vietato agli elefanti* e *Il problema della giraffa* di Lisa Mantchev, che affrontano temi di inclusione e valorizzazione delle differenze attraverso una narrazione viva accessibile a più livelli di lettura.

Per Gallucci l'albo illustrato è il seme da cui si è sviluppato un catalogo che anche a Bologna porta novità importanti, come *Geppetto*, la storia del papà di Pinocchio prima di Pinocchio, narrato da Valentina Falanga e illustrato da Francesca Dell'Orto, e *Lupo Astolfo missione nonna*, quinto episodio della saga best seller del lupo vegetariano creato da Chiara Lorenzoni e illustrato da Francesca Dafne Vignaga.

«Molti albi lavorano su temi di grande rilevanza e attualità, come identità e scoperta di sé, con codici appropriati all'infanzia: l'editoria arriva spesso prima nell'intercettare i nuovi bisogni conoscitivi e dimostra sempre grande attenzione» osserva Teresa Panini. Ma non solo, l'albo può anche reinterpretare il classico con uno sguardo contemporaneo: è il caso di *C'era una volta, c'è ancora*, scritto da Giusi Quarenghi e illustrato da giovani illustratrici e illustratori italiani, che rilegge le fiabe mettendo in dialogo tradizione e sensibilità attuali. O ancora *Si rimedia!* di Elena Rossini, illustrato da Irene Penazzi, che lavora sul tema della possibilità di aggiustare, riparare e ricominciare, proponendo ai bambini un racconto in cui errore e trasformazione diventano parte dell'esperienza di crescita. Nel lavoro di Valentina Edizioni, l'albo illustrato diventa anche uno spazio di confronto emozionale e generazionale. Brioschi parla esplicitamente di una linea 0-99: «Ci interessa fare libri che possano essere condivisi, in cui adulto e bambino trovino cose diverse ma possano parlarne insieme». Sono titoli come *Cappuccetto rotto* di Manuela Salvi, illustrato da Roberto Lauciello, che rilegge una figura della tradizione mettendo al centro affollamento e performatività della vita moderna, tanto degli adulti quanto dei bambini. O *Come si fa a diventare grandi?* scritto da Brioschi stessa e illustrato da Cristina Petit: il titolo è autoesplicativo.

UNO SGUARDO AL FUTURO

La fotografia complessiva è quella di un settore che tiene, ma senza enormi margini di tranquillità. Carlo Gallucci richiama l'attenzione sulla difficoltà crescente degli editori di dimensione media, categoria in cui spesso si colloca chi pubblica titoli per bambini e ragazzi. «Il rischio è che le trasformazioni strutturali in atto nel nostro settore rendano più difficoltoso lo sbocco sul mercato» osserva, sottolineando come la domanda non diminuisca necessariamente, ma si restringano le possibilità di raggiungere il pubblico di lettrici e lettori per una parte dell'offerta editoriale.

È sulla continuità della lettura che Beatrice Fini individua la sfida principale dei prossimi anni. Ricostruire un percorso che accompagni i lettori nella fase della preadolescenza, quando la concorrenza di altri linguaggi diventa più forte, significa ripensare il rapporto tra scuola, famiglia, società e proposta editoriale, trovando nuovi modi per mantenere vivo il piacere della lettura anche quando la mediazione adulta si riduce.

Teresa Panini invita comunque a mantenere uno sguardo più lungo sulla storia del settore. «L'editoria ha attraversato tante crisi, e ogni volta sembrava che il libro dovesse finire. Non è successo fino ad ora e non succederà adesso».

In questo equilibrio tra difficoltà strutturali e capacità di rinnovamento, Valentina Brioschi descrive la sua casa editrice prima di tutto come una «casa»: un luogo costruito attraverso la relazione. Un'immagine che racconta bene l'editoria per bambini e bambini, ragazze e ragazzi di ieri e di oggi. E implicitamente la sua resistenza.

© Riproduzione riservata

PROMOZIONE DELLA LETTURA

Scuole e biblioteche sperimentano nuove pratiche per mantenere viva la lettura nel passaggio verso l'adolescenza

Il diritto alle belle storie

Le attività condivise e di confronto tra pari possano riattivare l'interesse di ragazze e ragazzi verso la lettura in quel passaggio cruciale di età dall'infanzia all'adolescenza, quando il libro si confronta più che mai con altri media e interessi. Centrale, in questo percorso, il ruolo delle biblioteche scolastiche come primo innesco di nuove occasioni di lettura.

Certo: gli albi illustrati, i libri tattili, le fiabe raccontate, l'educazione alla lettura fin dalla più piccola età. Questo, oggi in Italia, si fa molto più che in passato e i risultati si vedono sia negli indici di lettura sia nelle vendite di libri dedicati ai più piccoli. Ma dopo, quando i ragazzi devono prima approcciarsi alla lettura autonoma e poi, con il passaggio alle scuole medie, il libro si trova a confrontarsi con la concorrenza di altri media e svaghi – soprattutto digitali – che cosa succede?

Lo spazio per stimolare la lettura c'è ancora, ma a patto di sapersi confrontare con i giovani, coinvolgerli in attività che li vedano protagonisti, stimolare il dialogo e il passaparola tra pari perché, se dei consigli degli adulti si fidano poco o nulla, è proprio il confronto tra coetanei a far nascere un interesse che altrimenti rischia di scemare.

L'ISTITUTO CAPPELLI SI DISTINGUE PER LASCIARE GRANDE SPAZIO ALLE LINGUE MADRI DEGLI STUDENTI, CON UNA BIBLIOTECA DOVE TROVANO POSTO LIBRI NON SOLO IN ITALIANO.

Gruppi di lettura, contest creativi che affiancano alla lettura la creazione di nuove storie, premiazioni dei libri migliori e fascette autoprodotte: è così che oggi scuole e biblioteche promuovono il libro. Se mai ce ne fosse stato bisogno, è la conferma che la lettura, soprattutto in quella fascia d'età, funziona quando diventa un'attività sociale, condivisa.

Alessia Niniano, docente di scuola primaria, è la referente del progetto biblioteche dell'Istituto comprensivo Cappelli di Milano, una delle scuole della città con la più alta presenza di studenti di origine straniera, molti dei quali arrivano nel Paese – e quindi sui banchi di scuola – nel mezzo del proprio percorso didattico, senza conoscere ancora la lingua italiana. «Il nostro sforzo è duplice – racconta Niniano – avvicinarli alla lingua italiana, alla cultura del nostro Paese e quindi alla lettura, ben sapendo che i romanzi classici per loro hanno scarso appeal, perché difficili da leggere e perché percepiti come vecchi».

L'Istituto Cappelli si distingue così per lasciare grande spazio alle lingue madri degli studenti, con una biblioteca dove trovano posto libri in molte lingue diverse, e per un percorso di accompagnamento che spinge i bambini fin dalla prima elementare, quando ricevono la loro tessera di iscrizione, a

frequentare la biblioteca in modo sempre più autonomo con il passare degli anni. «Due anni fa abbiamo avviato un'attività – racconta Niniano – che ha coinvolto insieme ragazze e ragazzi delle medie ed elementari: i più grandi organizzavano per i più piccoli una caccia al tesoro di albi illustrati, che poi venivano raccontati agli alunni più giovani. Era anche un modo per responsabilizzare gli studenti delle scuole medie e avvicinare alla lettura di libri più semplici i ragazzi con minore dimestichezza con la lingua, senza farli sentire sminuiti. Per quell'occasione io e il collega di Lettere della secondaria avevamo selezionato venti albi illustrati che i ragazzi hanno letto tutti prima di scegliere i due destinati alla caccia al tesoro». Strategie e pratiche, quelle adottate all'Istituto Cappelli, che poggiano anche su una dotazione libraria importante e aggiornata della biblioteca scolastica, cresciuta nel tempo grazie alla partecipazione al progetto dell'Associazione Italiana Editori #ioleggoperché, il cui valore strategico sta soprattutto nel potenziamento delle biblioteche scolastiche con titoli attuali e di valore, primo innesco per nuove iniziative di promozione e occasioni di lettura. Nove scuole su dieci tra quelle aderenti, secondo l'indagine AIE, hanno infatti avviato nuove attività proprio grazie al progetto: erano sei su dieci nel 2017. «Il punto di forza è che arrivano in biblioteca edizioni nuove, accattivanti, spesso richieste e suggerite dagli studenti stessi attraverso liste consegnate alle librerie dove avvengono le donazioni. Questa è una grandissima spinta».

IL VALORE STRATEGICO DI #IOLEGGOPERCHÉ STA SOPRATTUTTO NEL POTENZIAMENTO DELLE BIBLIOTECHE SCOLASTICHE CON TITOLI ATTUALI E DI VALORE, PRIMO INNESCO PER NUOVE INIZIATIVE DI PROMOZIONE E OCCASIONI DI LETTURA.

Ma di che libri parliamo? «Molti graphic novel, grandi classici reinterpretati, libri interattivi che prevedono la partecipazione dei ragazzi. Libri che li attivano, che si avvicinano ai loro gusti. E poi tematiche che sentono vicine: non vivono in una bolla, vogliono capire le ragioni della guerra, la difesa della pace». «Il modo migliore per incentivare la lettura è lavorare accanto alle scuole» spiega Gabriella Marinaccio, coordinatrice delle attività e dei servizi per ragazze e ragazzi del Sistema bibliotecario di Milano. Tra i progetti rivolti a diverse fasce d'età, comprese le scuole medie, c'è il concorso Ossibooki, giunto alla sesta edizione. Ogni classe partecipante, a partire da una lista di

cinque libri selezionati dai bibliotecari, costruisce nel corso dell'anno una messa in scena di storie nuove – attraverso video, sceneggiature e formati digitali – che nascono dai libri ma li superano. «Lo scopo è stimolare la loro creatività e renderli partecipi». Il ritorno del progetto, spiega Marinaccio, si misura in modo pragmatico nei dati di prestito dei titoli selezionati, oltre che nel numero di classi coinvolte e di studenti partecipanti, che lo scorso anno hanno superato i tremila.

A MILANO SI LAVORA ANCHE CON I GRUPPI DI LETTURA. CE NE SONO DIVERSI NELLE SEDI BIBLIOTECARIE E UNO, TEAMCHAT, NELLA FASCIA SPECIFICA 12-14 ANNI, CHE PREVEDE INCONTRI ONLINE E UN APPUNTAMENTO FINALE IN PRESENZA.

«I libri proposti sono talvolta anche scomodi, fanno arricciare il naso a qualche docente, e posso capirlo. Ma alle ragazze e ai ragazzi di quell'età servono libri che parlino a loro, non di loro. Sessualità, violenza, identità di genere, percorsi di vita difficili, genitori con dipendenze: sono temi che li interessano». Il discrimine, spiega, è che siano «libri di qualità». Ma come si valuta la qualità di un libro per ragazzi? «Dalle storie, che devono essere avvincenti, coinvolgenti, ben costruite. Ben vengano libri contaminati con serie tv o videogiochi, o con un forte apparato visuale anziché testuale. Non è quello l'importante: ciò che conta è l'immersione

nella storia. I libri pedagogici, quelli a morale, sono i primi che i ragazzi rifiutano».

A Milano si lavora anche con i gruppi di lettura. Ce ne sono diversi nelle sedi bibliotecarie e uno, TeamChat, nella fascia specifica 12-14 anni, che prevede incontri online e un appuntamento finale in presenza alla biblioteca Sormani. «Ma sono numeri più piccoli, di ragazze e ragazzi che spesso sono già appassionati di libri, ma questo ovviamente non ci impedisce di provarci». In molti casi i libri diventano uno dei media di cui discutere, accanto a videogiochi, film e musica.

Le biblioteche milanesi nel 2025 hanno raggiunto quota 51.182 prestiti nella fascia d'età 9-14 anni, confermando un trend positivo rispetto al 2024, quando se ne erano registrati 50.884.

Si lavora molto con le scuole – ma anche con i gruppi di lettura – pure alla Biblioteca Salaborsa Ragazzi di Bologna, che accoglie ogni anno circa 130 classi di tutti i cicli scolastici. «Abbiamo una progettualità lunga: per agganciare i ragazzi delle medie bisogna partire prima, alle primarie, far conoscere la biblioteca e creare una consuetudine» spiega la bibliotecaria Egle Beltrami. Tra i progetti dedicati alle prime e seconde medie c'è Libri da Oscar: «Selezioniamo 42 titoli con trame avvincenti e coinvolgiamo 14 classi che vengono in biblioteca una prima volta tra novembre e dicembre. Consegniamo loro 25-30 copie di sei titoli diversi: i ragazzi li portano a casa, li leggono per cinque o sei mesi, se li scambiano. Poi torna-

no a maggio, incontrano una classe che ha letto gli stessi libri e ne discutono insieme per assegnare premi come migliore trama, miglior atmosfera, miglior protagonista o miglior incipit. Non si vince nulla: è semplicemente un modo per attivare il confronto e potenziare la capacità critica. È una dinamica simile a quella dei gruppi di lettura e anche chi non ha letto si incuriosisce. I premi assegnati dai ragazzi diventano poi fascette autoprodotte che esponiamo sui libri».

IN SALABORSA RAGAZZI SI REGISTRANO CIRCA 92 MILA PRESTITI L'ANNO E NEGLI ULTIMI 5 SONO RADDOPPIATI I PRESTITI NELLA FASCIA D'ETÀ DAI 12-13 IN SU.

I risultati sono concreti. «In Salaborsa Ragazzi registriamo circa 92mila prestiti l'anno e negli ultimi cinque anni sono raddoppiati i prestiti nella fascia dai 12-13 anni in su. È cresciuto l'interesse per fumetti, gialli, avventura e storie d'amore. Ragazze e ragazzi sono curiosi, sperimentano, passano dal fantasy a testi più leggeri e umoristici. Noi facciamo un grande lavoro di selezione, perché quello editoriale è un mare magnum in cui è difficile orientarsi. Di alcuni libri prendiamo anche quindici copie, di altri nessuna. Esiste un diritto dei ragazzi a leggere storie belle, che li appassionino. E non ci piacciono i libri a tema, con un messaggio educativo troppo evidente, perché non sono quelli che i ragazzi scelgono».

© Riproduzione riservata

20 anni di eccellenza letteraria araba

Da due decenni, il prestigioso Sheikh Zayed Book Award rende omaggio a opere letterarie e ricerche accademiche d'eccellenza, celebrando la straordinaria varietà e la ricchezza del patrimonio culturale arabo.



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

Scopri di più:
zayedaward.ae/it



SCUOLA PER LIBRAI UEM

Training, licenze, normativa, autorialità e sostenibilità:
da Venezia, i nodi irrinunciabili tra libri e IA

Intelligenza editoriale

È possibile parlare di tecnologie generative nel mondo del libro senza ridurre la discussione a un riflesso condizionato: entusiasmo o allarme, accelerazione o difesa? La tavola rotonda internazionale della Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, *Intelligenza artificiale e intelligenza editoriale*, ci è riuscita.

Coordinato da Stefano Mauri (GeMS e Fondazione Mauri) e moderato da Erin L. Cox (Publishing Perspectives) l'incontro ha riunito alcune delle voci più autorevoli della filiera globale: Brian Murray (HarperCollins; Association of American Publishers), David Shelley (Hachette), James Daunt (Waterstones e Barnes & Noble) e Sonia Draga (Publishing House Sonia Draga; Federazione europea degli editori). Ne è emerso un quadro sfaccettato, attraversato da una domanda di fondo: come far coesistere l'intelligenza veloce delle macchine con quella creativa, peculiare, umana, che da sempre struttura il lavoro editoriale?

UN'INTELLIGENZA EDITORIALE CHE NON SI DELEGA

Per Stefano Mauri, il punto di partenza è evitare una contrapposizione astratta. L'editoria è già, per sua natura, un sistema di conoscenza distribuita: una rete di competenze, sensibilità, capacità di osservazione, memoria delle trasformazioni. È questa la sostanza di ciò che è stata definita «intelligenza editoriale».

In questo contesto, l'IA non può essere semplicemente ignorata: «Non posso immaginare un mondo in cui tutti usino l'intelligenza artificiale, tranne gli editori» ha osservato Mauri, insistendo però sulla necessità di un uso consapevole e professionale. L'adozione degli strumenti non è il problema, lo è piuttosto la perdita di controllo, la seduzione dell'automatismo, la possibilità che la tecnologia produca falsità credibili e dunque difficili da individuare.

A questa cautela si lega anche un tema di responsabilità: nella filiera editoriale esiste sempre un soggetto riconoscibile – autore, editore, curatore – chiamato a rispondere di ciò che viene pubblicato. Con l'IA il rischio è che questa catena si faccia più opaca, e che diventi più difficile individuare chi sia responsabile di una produzione inesatta, offensiva o indebita. È uno snodo che il legislatore dovrà necessariamente affrontare.

DATI, PIRATI E LEGITTIMITÀ DEL TRAINING

Il confronto ha mostrato con chiarezza che la questione più sensibile non riguarda soltanto l'uso futuro dell'intelligenza artificiale, ma il modo in cui molti modelli sono stati costruiti e alimentati. Sempre Stefano Mauri ha insistito sul tema dell'origine dei dataset e sul rischio che la trasformazione

tecnologica si fondi su una violazione strutturale del diritto d'autore.

«Compagnie miliardarie rubano i libri, li hanno presi e non li hanno neanche comprati» ha detto, evocando esplicitamente la pirateria e circuiti come Torrent. Calzante, in proposito, il riferimento al libro di Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza* (Luiss University Press), per descrivere un modello economico fondato sull'estrazione sistematica di dati, informazioni, contenuti prodotti e disseminati da altri, spesso senza consenso né ritorno per chi ne ha la titolarità. Non si tratta di una battaglia difensiva contro l'innovazione, ma di una questione di legittimità: senza riconoscimento economico e giuridico delle opere, la filiera rischia di trovarsi davanti a un'innovazione costruita sull'erosione del proprio stesso capitale culturale.

VERSO UN MERCATO DEI DIRITTI NEGOZIATO

Su questo terreno si è collocato anche Brian Murray, con un'attenzione particolare alla dimensione industriale. Murray ha riconosciuto che il contenzioso legale tra big tech e imprese editoriali è inevitabile, ma ha sottolineato i limiti di una strategia fondata soltanto sulle cause: tempi lunghi, esiti incerti, rischio di paralisi. Da qui l'esigenza di affiancare alla difesa legale un percorso negoziale. «Dobbiamo dimostrare che esiste un mercato per la concessione dei diritti» ha spiegato, indicando nella contrattualistica una possibile via per trasformare un conflitto in un modello sostenibile.

Murray ha poi raccontato l'accordo siglato da HarperCollins con OpenAI per garantirle l'accesso ad alcuni suoi contenuti, con il risultato implicito – oltre alla monetizzazione – di preservarne altri, agendo in un perimetro controllato: opt-in degli autori, accesso alla sola backlist e alla saggistica, limiti stringenti alla riproduzione dei testi (ad esempio non oltre 200 parole consecutive), procedure rapide in caso di violazioni. L'obiettivo, ha suggerito, non è «cedere» i contenuti, ma stabilire regole di utilizzo e forme di remunerazione che riconoscano il valore economico delle opere in un contesto in cui la tecnologia corre più velocemente della giurisprudenza.

DA GOOGLE BOOKS A OPENAI, PASSANDO PER DISNEY

La discussione, d'altronde, s'inserisce in una genealogia di precedenti che l'editoria conosce bene. Mauri ha ricordato la stagione di Google Books, quando la digitalizzazio-

ne massiva dei testi aprì un confronto serrato sul copyright. Oggi, però, la scala è ancora diversa: non si tratta solo di accesso o indicizzazione, ma dell'uso dei libri come materia prima per addestrare sistemi generativi.

Murray ha citato il caso Anthropic come esempio dell'ambiguità giuridica attuale, ribadendo quanto sarà necessario costruire strumenti contrattuali e mercati di licenza più chiari. In questo scenario, ha richiamato in particolare l'attenzione sull'accordo tra Disney e OpenAI, che consente forme di interazione controllata con le property del marchio senza una cessione indiscriminata di nomi, immagini o voci. Un modello che suggerisce come licensing, vincoli e ritorni economici possano costituire una possibile direzione anche per il mondo editoriale. La riflessione, ha precisato Murray, viene anche dalle economie collaterali che crescono spontaneamente attorno alle storie – dalla fan fiction alle community –, osservando che proprio qui l'IA rischia di amplificare la creazione di valore fuori dalla filiera legittima della proprietà intellettuale, se non si costruiscono forme regolamentate di partecipazione e remunerazione per editori e autori.

IL BANCO DI PROVA DELL'EUROPA

Sul versante europeo, Sonia Draga ha descritto un equilibrio particolarmente fragile. La frammentazione del mercato editoriale continentale – composto in gran parte da vivaci galassie di operatori medi e piccoli – rende più difficile sostenere individualmente un confronto con le piattaforme globali e rafforza la necessità di strumenti comuni e di un enforcement reale.

Draga ha sottolineato che la discussione riguarda anche ciò che è già avvenuto: «Il danno è già stato fatto: tante autrici e autori europei sono già stati copiati». Il percorso – incluso l'AI Act – appare in questo senso come un cantiere da consolidare, soprattutto nella capacità di tradurre i principi in applicazione concreta e in meccanismi di remunerazione.

C'è poi un paradosso interno alla filiera da sottolineare: scrittori, scrittrici, traduttori, traduttrici, illustratori e illustratrici spesso utilizzano strumenti generativi per finalizzare il loro lavoro senza piena consapevolezza delle implicazioni. In questo quadro, ha osservato Draga, non è irrilevante nemmeno la crescita di un self publishing che può diventare ancora più esposto a un uso non regolato dell'IA, in assenza di mediazioni editoriali e di garanzie contrattuali.

L'editrice ha sottolineato anche quanto questa zona grigia sia già visibile nei processi concreti di produzione: raccontando il lavoro su una copertina, ha spiegato che solo ingrandendo la bozza proposta dal grafico di fiducia si è accorta di un dettaglio impossibile – una mano con più dita del normale, tipica allucinazione da IA –, segnale di un uso di strumenti generativi non dichiarato apertamente. È un episodio simbolico che riporta al tema della trasparenza lungo tutta la filiera, sul piano normativo ma anche nelle pratiche quotidiane.

In questo quadro, Draga ha insistito anche su un punto politico più ampio: per l'Europa la sfida non è soltanto dotarsi di norme, ma evitare che la regolazione resti disallineata rispetto alla capacità di incidere davvero sulle pratiche delle piattaforme globali. Il rischio è che il continente si trovi schiacciato tra frammentazione interna e pressione esterna, con strumenti avanzati sul piano dei principi ma ancora deboli sul terreno dell'applicazione e della contrattazione. Per questo, accanto alla tutela del diritto d'autore, diventa decisivo costruire meccanismi condivisi di trasparenza e remunerazione, capaci di dare ossigeno alla filiera e di

impedire che il valore generato dalle opere europee venga trasferito altrove senza ritorno.

TRA TRASPARENZA E AUTORIALITÀ

Accanto alla dimensione legale ed economica, è emerso un tema culturale: la crescente zona grigia tra uso assistivo e generazione integrale. Brian Murray ha proposto un rovesciamento sul piano della trasparenza: più che etichettare ciò che è prodotto dall'IA, potrebbe diventare centrale certificare ciò che nasce da un atto umano. «I lettori vogliono sapere se dall'altra parte della storia c'è un essere umano» ha osservato: un marchio *human-made* potrebbe essere garante di autorialità, responsabilità e fiducia.

David Shelley ha ricondotto la questione alla relazione con l'autorialità, notando che, se lui legge un libro, non gli interessa solo il testo in sé, ma anche l'idea di immaginare la persona che lo ha scritto: «Mi piace Sally Rooney e mi piacciono i suoi libri, ma mi piace anche l'idea di vedere e immaginare Sally Rooney e chiedermi come è nata quella storia».

D'altronde, secondo un sondaggio condotto da Hachette, circa il 70% delle persone intervistate dichiarava di non voler leggere libri scritti dall'intelligenza artificiale, percentuale che saliva all'80% nel caso dei libri per ragazzi e ragazze. Tre lettori su quattro chiedevano inoltre trasparenza sull'uso di strumenti generativi.

Shelley ha osservato che questa domanda di riconoscibilità nasce anche da una presenza già visibile sul mercato di prodotti «altri»: contenuti come le *bedtime stories*, ad esempio, generate automaticamente e accompagnate da voci sintetiche. Prodotti che possono entrare rapidamente nell'offerta perché non gravati dei costi legati al copyright, alla traduzione, all'acquisizione dei diritti di edizione. E, nella maggior parte dei casi, mediamente scadenti.

L'IMPATTO AMBIENTALE E LA SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA

Shelley ha richiamato anche un aspetto meno discusso nel dibattito pubblico, ma destinato a pesare sempre di più: la dimensione materiale e ambientale dell'intelligenza artificiale. L'adozione di modelli generativi implica infatti infrastrutture, consumo energetico, risorse e costi ecologici che rischiano di essere sottovalutati. In questo senso, la transizione in corso non riguarda soltanto la tutela del diritto d'autore o la trasparenza verso i lettori, ma anche la sostenibilità complessiva di un ecosistema estremamente energivoro.

Da qui il paragone con il cibo organico, biologico, che proviene da una filiera più tracciata, controllata e sostenibile, e intercetta l'interesse di un pubblico disposto a valorizzare queste caratteristiche, anche in termini di spesa. L'epilogo? Shelley richiama l'ipotesi di un mercato in netta biforcazione: da un lato, contenuti prodotti a bassissimo costo, spesso fuori dai processi dell'editoria tradizionale, dalle sue tutele e dalle sue garanzie di qualità; dall'altro, un segmento premium fondato su creatività umana, filiera responsabile e fiducia.

LA LIBRERIA COME PRESIDIO DI FIDUCIA

Dal punto di vista del retail, James Daunt ha riportato la discussione su un terreno molto concreto: in un ecosistema destinato a diventare sempre più saturo di contenuti, la libreria fisica resta uno degli ultimi spazi in cui la mediazione umana non è facilmente sostituibile. «Io posso sicuramente immaginare un mondo in cui tutti usano l'IA, tranne il libraio» ha detto ribaltando l'assunto iniziale di Stefano Mauri e rivendicando il ruolo della selezione

e della cura come parte essenziale del lavoro quotidiano di chi è in libreria.

Librai e libraie, ha osservato Daunt, mantengono un'identità fortemente individuale – «un po' come gatti selvatici» – e, almeno istintivamente, tendono a tenere separati e riconoscibili i prodotti generati dagli strumenti tecnologici. Ha poi aggiunto che, nelle sue librerie, non esistono dispositivi pensati per eliminare la relazione fra cliente e libraio: la mediazione resta centrale, anche mentre l'IA entra in molte attività di back office e di distribuzione.

In questo senso la questione tocca anche la fiducia che lega lettori, editori e librerie: «C'è un aspetto enorme di fiducia e di reputazione» nel modo in cui l'industria affronterà questa fase, soprattutto nella capacità degli editori di proteggere gli autori e di non lasciare che l'innovazione si traduca in una corsa al ribasso sulla qualità dei contenuti.

GOVERNARE LA TRANSIZIONE, NON SUBIRLA

In chiusura, Stefano Mauri ha riportato la discussione al punto essenziale: non esiste un futuro editoriale senza un'assunzione di responsabilità. L'IA è uno strumento potente, ma non può diventare un soggetto senza volto. La filiera del libro – case editrici, persone autrici, librai e libraie, e anche istituzioni – dovrà pretendere e stabilire regole, accordi, forme di remunerazione e trasparenza che rendano sostenibile l'ecosistema, evitando che l'innovazione si traduca in un trasferimento unilaterale di valore fuori dal settore.

La tavola rotonda ha mostrato che la partita non si gioca soltanto sul terreno tecnologico, ma su quello della legittimità e della fiducia: nella capacità di riconoscere e compensare le opere che alimentano i modelli, di definire un mercato delle licenze credibile, di distinguere ciò che resta umano in un ecosistema sempre più partecipato da algoritmi e tecnologie. In questo senso, il ruolo dell'Europa – con i suoi strumenti normativi ancora in consolidamento – e quello delle librerie come presidi di mediazione culturale appaiono centrali.

La sensazione, a Venezia, è che la transizione sia appena cominciata. Ma anche che l'editoria, proprio grazie alla sua intelligenza editoriale, abbia ancora gli strumenti per non subirla: trasformando il conflitto in negoziazione, la difesa in progetto, e la tecnologia in una sfida da governare con lucidità, senza rimozioni né deleghe.

© Riproduzione riservata

#iOLEGGO PERCHÉ LAB NIDI

Un'iniziativa di
AIE Associazione Italiana Editori DAL 1869

In stretta collaborazione con
Fondazione CARIPLO



LEGGERE al nido

Indagine e confronto sulle pratiche di lettura 0-3 a partire dal progetto #iologgoperchéLAB-NIDI. L'impatto di quattro anni di sperimentazione

**14 APRILE ORE 14.30-16.00 • SALA WAGNER
Bologna Children's Book Fair**

Interventi di:

Innocenzo Cipoletta - Presidente AIE
Renata Gorgani - Vicepresidente AIE
Claudia Sorlini - Vicepresidente Fondazione Cariplo
Giovanni Peresson - Ufficio studi AIE

Talk di approfondimento:

Marta Rizzi - Psicologa psicoterapeuta e scrittrice
Giovanna Malgaroli - Nati per Leggere
e **tre rappresentanti dei nidi**
coinvolti nella sperimentazione

Modera: **Valentina De Poli** – Giornalista

“

Giunto alla quarta edizione, #iologgoperchéLAB-NIDI, progetto di AIE realizzato in stretta collaborazione con Fondazione Cariplo e attivo in 350 nidi della Lombardia e del Piemonte orientale, presenta i risultati di quattro anni di lavoro dedicati alla promozione della lettura nei servizi educativi 0-3. La prima parte dell'incontro offrirà una restituzione dei dati raccolti nell'ultima edizione, insieme a un quadro complessivo dell'impatto del progetto. A seguire, un talk di approfondimento sulle pratiche di lettura nella primissima infanzia, con testimonianze dirette dai nidi coinvolti.

”

**Sei in fiera? Scopri lo spazio #iologgoperchéLAB-NIDI dedicato ai più piccoli!
TI ASPETTIAMO NELL'AREA DI PASSAGGIO TRA I PADIGLIONI 25 E 26.**

Per saperne di più:

<https://www.iologgoperche.it/iologgoperche-lab/nidi>

Un'iniziativa di

AIE Associazione Italiana Editori DAL 1869

In stretta collaborazione con

Fondazione CARIPLO

E con

Nati per Leggere

BOLOGNA CHILDREN'S BOOK FAIR