

La sfida dell'intelligenza artificiale chiede l'alleanza dei mestieri del libro

In un settore in crisi le nuove tecnologie possono essere utili strumenti o «concorrenti»

EDITORIA

SARA BIGNOTTI

■ VENEZIA. «Intelligenza artificiale e intelligenza editoriale» è stato il cuore del dibattito conclusivo, ieri, del 43° Seminario di perfezionamento della Scuola per Librai Umberto Elisabetta Mauri, che si è tenuto a Venezia. Un appuntamento annuale per editori, librai, promotori nel quale, dati AIE alla mano elaborati su fonti Nielsen e BookData, si fa il punto sullo stato dell'editoria italiana nel contesto globale.

Un contesto segnato, per l'Europa, da una flessione negativa, che per l'Italia nel 2025 si attesta attorno al -2,1% a valore per il mercato di "varia", comprendente la "saggistica" (dove in classifica si posizionano i libri di Aldo Cazzullo e Alessandro Barbero) e la "narrativa". Ma il presidente dell'AIE Innocenzo Cipolletta ha rilevato, pur nel quadro di sofferenza generale del mercato, una "tenuta" degli editori da 1 a 5

milioni di fatturato, con un calo maggiore sui tascabili (con prezzi inferiori a 10 euro) rispetto a libri con un prezzo di copertina superiore a 10 euro, e un calo di fatturato delle "novità" del -3,7% (con una immisione sul mercato in aumento del +1,8% di copie rispetto al 2024) compensato da una tenuta maggiore del "catalogo profondo" (che pesca prima dei 3 anni di "storico"). Dati che possono essere significativi per i piccoli-medi editori di catalogo, se si aggiunge l'elemento dei nuovi provvedimenti ministeriali previsti per il 2026-2027 (Carta Cultura; Fondo Biblioteche; Bonus Cartavale).

La sfida. Cosa prevedono i "grandi" che si sono confrontati nella tavola rotonda, in inglese, coordinata da Stefano Mauri, presidente di Messaggerie Italiane e del Gruppo GeMS? Nel Salone di Palazzo Cini, sede della Fondazione Giorgio Cini sull'isola di San Giorgio, si sono confrontati James Daunt (Waterstones e Barnes & Noble), Sonia Draga (presidente della Federazione Europea degli Editori), e due tra i tre editori di varia di maggior fatturato nel mondo: Brian Murray

(CEO di HarperCollins Publishers) e David Shelley (CEO di Hachette Book Group e Hachette UK). Il grattacapo, condiviso da tutti, è come sia possibile contemperare, senza perdere quote di mercato, la contrapposizione di interessi economici e industriali - per cui le grandi "big tech" esercitano pressioni, che si riversano in investimenti, per lo sviluppo delle AI - e prospettive editoriali e culturali di lungo periodo.

L'"Intelligenza del libro", più volte richiamata come una intelligenza sociale che coinvolge diversi attori (autori, editori, lettori, librai), implica la necessità di prendere sul serio, senza demonizzarle, le sfide tecnologiche che, dalla prima rivoluzione "industriale" all'ultima "digitale", hanno sfidato l'oggetto libro con effetti anche virtuosi. Si tratta di capire se e cosa si possa prendere o lasciare, di quell'"oggetto eterno" - come ripeteva Umberto Eco - che è il libro, perfetto come un "cucchiaino".

Gli scenari. Le sfide poste dall'AI aprono più scenari. Il primo riguarda gli strumenti che essa può offrire rispetto alle esigenze editoriali, spaziando dalle applicazioni redazionali per revisio-

ne e formattazione di testi, alle "traduzioni di servizio", alle nuove frontiere del "Graphic design", come "Designs.ai", una piattaforma di nuova generazione per l'impaginazione. Il secondo riguarda la tutela del diritto d'autore e le singole licenze, e investe le relazioni tra editori e gruppi, per una legislazione che coinvolga tutta la filiera. Il terzo riguarda la combinazione di contenuti prodotti dall'intelligenza generativa e "self publishing", ultima frontiera di un processo che in un solo colpo si illuderebbe di assolvere i "mestieri" di autore, editore e libraio.

Rispetto a queste sfide è ancora possibile immaginare questi mestieri e il futuro del libro così come li abbiamo finora conosciuti? L'importante è non cedere alla "tecnofobia", si può rispondere sintetizzando in una battuta la riflessione conclusiva di Vittorio Gallese, neuroscienziato scopritore dei "neuroni-specchio": il problema non è l'intelligenza artificiale ma, semmai, l'intelligenza umana concepita nella sua dimensione relazionale, corporea, tecnologica, immaginativa. Perché, citando Musil: «Il possibile non è ciò che non è reale, ma ciò che, essendo diverso, potrebbe diventarlo».

Tante le sfide, dalle applicazioni redazionali al diritto d'autore, fino al «self-publishing»

I DATI

LE VENDITE

Secondo i dati presentati dall'Associazione Italia Editori ieri a Venezia, il 2025 si è chiuso con tre milioni in meno di libri a stampa comprati dagli italiani nei canali trade (librerie, online e grande distribuzione). Nei dodici mesi sono state acquistate 99,5 milioni di copie, in flessione del 3% rispetto al 2024. A valore il calo è del 2,1%, con 32,6 milioni di euro di acquisti in meno, su 1.483,9 milioni di euro di acquisti complessivi.

IL DIGITALE

Rispetto al calo del cartaceo, sono aumentati però gli acquisti in digitale: gli e-book sono cresciuti del 2,4% fino a 87 milioni di euro di vendite, gli audiolibri del 13,3% sino a 34 milioni di euro di acquisti (abbonamenti). Considerando anche il digitale, il mercato del libro di varia si attesta così a 1.604,9 milioni di euro, in flessione dell'1,6% rispetto all'anno precedente.

IN EUROPA

Il segno negativo è comune a molti Paesi europei. La Germania perde il 4,9%, i Paesi Bassi il 3%, Francia e Regno Unito il 2,5%, l'Irlanda lo 0,4%. La Spagna pareggia il risultato dell'anno precedente (più 0,2%), Portogallo in controtendenza (più 7%).



A rischio? La vendita di pubblicazioni cartacee è in costante calo

