

Entrevista a Romà Cuyàs, conseller delegat d'Edicions 62

“La baixa de vendes no es resol amb fusions”

La disminució de les vendes títol a títol del llibre català posa en perill l'edició de textos minoritaris com la poesia, l'assaig i el teatre. A més, la pèrdua del mercat sud-americà del llibre castellà ha fet que els editors augmentin les seves vendes en el mercat interior.

Quina és la situació econòmica actual del llibre català?

—Hi ha un fenomen com a mínim preocupant i és que, des dels anys 1985-86, s'accentua notablement l'edició del llibre català, perquè hi ha un procés de normalització lingüística a l'escola, però creix més l'oferta del llibre que la demanda real del públic català. Això ha comportat, en els últims quatre anys, un descens quasi constant de les vendes títol a títol. S'ha ampliat molt el catàleg editorial català, ha crescut també el mercat en valors absoluts, però llibre a llibre les vendes han baixat, els tiratges s'han escurçat, els marges s'han endurit, i això no deixa de ser preocupant, i més en una cultura com la nostra.

—Les perspectives de futur continuen sent tant pessimistes?

—No són fonamentalment pessimistes per elles mateixes excepte la disminució de la venda llibre a llibre, que continuarà baixant. El nostre mercat és naturalment bilingüe. Tenim la competència del llibre castellà el qual usa els mateixos instruments que el nostre, el llibreter, però amb una capacitat de pressió legítima comercial més gran. Traure un títol en català abans que en castellà és una victòria molt pírrica perquè en la majoria dels casos la venda d'aquests llibres són infinitament menors que les vendes que obté l'editor castellà tot i sortir més tard, i els costos d'edició són els mateixos.

—Però sortir abans en català que no en castellà permet guanyar més lectors.

—Sí, però això ho aconseguixes una vegada de cada 20 llibres, i les altres 19 l'editor castellà ens passa pel davant perquè té una capacitat molt superior a la teva en tots els ordres. Fa falta un esforç seriós, i en aquest sentit, la relativa limitació del suport genèric de la Generalitat és fonamental per a fer possible l'edició en català en molts d'aquests llibres de col·lecció minoritària. La situació pensem que està relativament normalitzada però si s'anés

produint el degoteig a la baixa podria arribar a causar problemes d'impossibilitat d'edició, si no és que es tracta de les col·leccions de públic majoritari.

—En aquest sentit, el conveni que estan a punt de signar la Generalitat i el govern central referent a la normalització lingüística, ¿pot ajudar a l'edició del llibre en català?

—Tot el que representi una normalització i, per tant, la imposició de l'ús social del català, tant a la societat com en l'escola, és un bé. Nosaltres, per exemple, en aquests moments notem clarament que la nostra supervivència passa per l'escola. La venda dels llibres de lectura recomanats o no a l'escola determina la viabilitat de l'edició. Això ens intranquil·litza en la mesura que l'escola hauria de ser un element natural d'ús del llibre en català, però no hauria de ser l'únic. La llibreria i, per tant, el públic en general, haurien també de tenir interès per donar vida al conjunt de la producció editorial.

—L'últim estudi fet per l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana (85-86) deia que la producció catalana representava el 10'3% de la producció en castellà. ¿Es una xifra òptima o hauria d'incrementar-se?

—Una llengua, per a tenir un ventall suficient sense tenir dependència d'una segona llengua, hauria d'estar entre 7 i 10.000 títols a l'any. Nosaltres, aquest any hem arribat a 4.500, la xifra més alta del món per a una llengua sense estat propi. El castellà, a Catalunya, no és una segona llengua. Hi ha un bilingüisme natural i, fins i tot, hi ha unes posicions de partida molt més favorables a la llengua castellana. Probablement, en el cas nostre, una xifra de 6.000 títols seria bona per a cobrir les necessitats de la majoria dels interessos culturals i científics del ciutadà.

—¿L'augment de títols publicats correspon també a un augment de tiratge?

—No, al contrari, correspon a una disminució. Aquesta allau d'edicions ha

comportat aquest descens de vendes títol a títol i tots els editors hem ajustat a la baixa els tiratges que estàvem fent fa quatre o cinc anys, i això no és bo perquè encareix els costos, limita els marges i fa més difícil la rendibilitat d'aquestes inversions.

—Segons l'estudi de l'AELC, l'any 85-86 hi havia 177 editorials que publicaven algun llibre en català. D'aquestes, cinc editorials cobrien el 36'5% del mercat. D'altres han desaparegut últimament. ¿Com veu vostè el procés de fusions entre editorials?

—Aquest és un tema que és moda. Em sembla que l'editorial catalana té, més clarament que la castellana, l'aspecte cultural educacional i l'aspecte econòmic comercial. L'empresa nostra és petita i molt personalitzada i això fa molt difícil encaixar dues polítiques editorials que corresponen a dues personalitats diferents. Jo no crec que sigui bo un procés de concentració d'aquestes mínimes unitats. A més, la baixa de vendes no es resol amb fusions.

—I la col·laboració entre editorials per a treure una col·lecció o un llibre, ¿és positiva?

—Això s'està fent, però la veritat és que l'experiència és negativa. Col·leccions mixtes no acaben de ser satisfactòries en la mesura que costa molt integrar dues filosofies empresarials en una mateixa col·lecció, no acaben de tenir l'èxit de coherència de continguts. Però hi ha un problema a afegir que és el de la comercialització.

—¿Com potenciar, doncs, les petites i mitjanes editorials catalanes?

—En el cas català els volums solen ser sempre molt petits, però han de seguir existint les petites, les mitjanes i les relativament grans, perquè el tros de pastís que s'emporten les grans és petit. No hi ha mai una presència majoritària de pes hegemònic dins el català, i ha de seguir sent així per donar, justament, la pluralitat que una cultura necessita i que, en aquest cas, es concentra en un espai territorial i de-



mogràfic molt petit. El que s'ha d'aconseguir és augmentar l'hàbit de lectura.

—*El preu del llibre català pot ser un factor negatiu?*

—Evidentment, el preu del llibre és un factor determinant la major part dels casos i el llibre en català normalment és més car que el castellà. Però el públic català sap que si vol llegir una obra en la seva llengua potser li costarà més car i ja no s'ho planteja. Però perquè les diferències de preu no siguin molt elevades el tiratge de l'edició ha de ser relativament normalitzat. Però si ara s'abaixessin un 40% els preus de venda del llibre català, això no faria augmentar sensiblement les vendes, perquè no és tant determinant el preu com la necessitat. Si té la necessitat i el gust de llegir un llibre, el preu no sol ser dissuasiu.

—*¿Poder aconseguir l'IVA zero per als llibres seria un factor positiu?*

—Sí que ho seria, sobretot pel que té de simbolisme, de privilegi del govern cap a fets culturals. Segurament no seria determinant per a vendre més, però sí que seria donar facilitats a la llarga.

LES PRESSIONS DEL LLIBRETER

—*Els tipus més corrents de sortida que té el llibre són la llibreria, la venda a crèdit i els clubs de lectors. ¿Quina és la que té més potencial de creixement i quin s'hauria de potenciar més?*

—La venda a crèdit és la que ha tingut un creixement més important en els últims 15 o 20 anys perquè permet una acció directa de l'editor respecte el públic potencialment interessat i té la capacitat de despertar la motivació d'un client que en un principi no estava especialment motivat per l'obra. Però aquest tipus de vendes té un límit i és que hi ha un tipus d'obres que són comercialitzables per aquest canal i d'altres que no, cenyint-se pràcticament a obres il·lustrades, de gran format.

El canal bo, però, ha de ser la llibreria. Si l'intermediari entre l'editor i el públic no és la llibreria, malament rai. El problema és que la llibreria és un negoci complicat per ell mateix, on els guanys no són fàcils, on hi ha una allau de publicacions i no té espai per a exposar-les ni diners per a comprar-les. A més, en els últims anys s'ha produït la pressió dels llibres en castellà a causa de la quasi desaparició del mercat americà i això ha obligat els editors a concentrar els seus esforços a augmentar les seves vendes al mercat interior. El llibreter, llavors, té una pressió més forta que la que tenia fa uns anys per part d'a-



"Aquí no tenim aquelles llibreries de tres o quatre pisos en les quals es pot passejar, que donen un gran servei al públic".

DOMÈNEC UMBERT

quest editor que vol conquerir els màxims espais possibles de l'intermediari.

Aquest procés, juntament amb el de les modes, el *best-seller*, ha comportat la menor durada de la novetat a la llibreria i difícilment s'incorporen a les estanteries de la llibreria perquè el llibreter no té capacitat ni d'espai ni econòmica per a tenir una representació del fons editorial. El que cal és protegir l'existència sòlida del llibreter perquè, tot i que el club del llibre és un canal bo i molt important a Europa, té la limitació del tipus de llibre, que de nou torna a ser el d'èxit, on l'assaig no existeix i no permet la sortida global de l'edició del llibre català.

—*¿Què cal fer, doncs, per ajudar al llibreter?*

—Es imprescindible la mecanització de la llibreria, l'ampliació dels espais, la modernització, la formació dels dependents... tot això són objectius als quals els editors hem de ser capaços de donar-los el suport que necessiten i que, val a dir, des de fa tres anys el Ministeri de Cultura està donant ajudes específiques per a la mecanització, la compra d'ordinadors, etc.

Però aquí no tenim aquelles llibreries de tres o quatre pisos en les quals es pot passejar, que donen un gran servei al públic i on, a més de la novetat, els llibres de fons tenen cabuda. És molt necessari donar suport al llibreter perquè pugui mantenir el fons de la manera més àmplia possible que, per altra banda, és l'única manera que subsisteixi l'editor: no seguint un ritme d'edició curta sinó de venda sostinguda al

llarg del temps.

ACOSTAR EL LLIBRE AL PÚBLIC

—*La Setmana del Llibre en Català, el dia de Sant Jordi, la Fira del Llibre... accions d'aquest tipus són positives, en fan falta més...*

—...Des d'un punt de vista econòmic són petites. Fa 20 anys el dia del llibre, per a una editorial que no tingués cap altre més canal de venda que la llibreria, podia representar un mes de vendes, i l'any en depenia ja que podia representar el 15% de l'exercici. Llavors, era importantíssim que fes sol, que no fos un dissabte... però això ha anat diversificant-se i probablement avui, per a la major part dels editors, és important encara però no té la força que podia tenir en aquell moment. Però el pes econòmic continua disminuint, les vendes que s'obtenen en la Setmana del Llibre en Català no tenen importància. Ara bé, aquest tipus d'actes tenen una virtut bàsica: acostar el llibre al públic. En un país on ens manca l'hàbit de lectura, falta el gust d'anar a passejar per les llibreries, simplement per a mirar quines novetats han sortit.

Aquestes manifestacions serveixen per a traure el llibre d'un recinte tancat, la llibreria, i posar-lo a la lliure disposició del públic. Sí, s'han d'anar fent aquest tipus d'accions amb excuses autèntiques, que no semblin un recurs comercial, que no ho és.

—*La internacionalització de l'edició del llibre en català en fires, ¿quina re s-*

posta rep per part de l'exterior?

—Aquest any hi ha hagut, per primera vegada, un estand a la Fira de Frankfurt, on tenim la possibilitat de donar a conèixer quina és la producció editorial catalana. Però és molt difícil i els resultats sempre són molt minsos, tot i que s'han fet avanços importants. I és que, per un cantó, la qualitat objectiva de la producció no sempre és tan alta que mereixi aquesta internacionalització i, per l'altre, perquè hi ha la tendència, a tot el món, a protegir molt els teus i no apreciar massa els altres, perquè hi ha una certa autosuficiència cultural. És molt difícil la internacionalització d'escriptors no consagrats, fer que interessin a d'altres cultures. I jo crec que els esforços dels editors no tenen cap possibilitat.

En qualsevol cas els esforços han de venir d'una política de govern dirigida a donar a conèixer la nostra producció editorial a l'estranger. Fent-nos molt pesats aconseguirem un cert respecte i un cert espai, però sempre serà petit.

—*¿Quin paper poden tenir els mitjans de comunicació en la promoció del llibre?*

—En el cas del llibre català són fonamentals perquè un dels greus inconvenients d'aquesta multiplicitat d'edicions de poc tiratge és que no hi ha cap capacitat de gastar-se diners en publicitat. I un llibre, si no es dona a conèixer, per molt bo que sigui pot passar desapercbut sense que ningú sàpiga que ha estat publicat. I això és dramàtic.

Sílvia Monfort