



Els llibres del disseny

L'editorial mallorquina Di7 ha sacsejat el món editorial i cultural balear. Ha editat més de 30 llibres en poc més d'un any i ara anuncien un premi de narrativa, el Bearn, dotat amb un milió de pessetes.

Han entrat amb una força desconeguda en el món editorial balear. Tan intensa és aquesta força que han aixecat no poques suspicàcies. Di7 és un model nou d'editorial. No prové d'ambients intel·lectuals coneguts, no prové de cap tradició cultural local. De fet, l'activitat editorial, diuen els seus responsables, apareix quasi de casualitat. Amb aquesta manca de referències prèvies no és estrany que hagin sobtat el món cultural illenc, on tothom sap perfectament quin peu calça el veïnat. Fins que apareix Di7. Joves, ambiciosos i amb uns criteris empresarials totalment desacostumats en el món cultural i editorial.

Antoni Pons Ribas (Binissalem, Mallorca, 1971) estudià teologia, però un bon dia ho va deixar. Aleshores decidí, juntament amb el seu amic Joan Rosselló, de professió dissenyador gràfic, crear una empresa d'imatge, comunicació i publicitat. Era el mes de gener de 1994. La situen al seu poble, Binissalem. Aquest és el primer desafiament, perquè fins aleshores era a Palma on hi havia tots els grans noms. La macrocefàlia de Palma deixava la part forana òrfena d'aquestes activitats aparentment tan urbanes. Però el negoci ben aviat es veu profitós. "Aleshores un amic nostre ens proposa la publicació d'un llibre que es deia *Urbanitat i disseny per a un final de mil·lenni*. Després editarem, també com una mena de *hobby*, *Tan si plou com si fa sol*, un llibre sobre la vida quotidiana als camps i les activitats de vacances. La ve-

ritat és que els editarem com si fossin una mena de mostra del disseny que fem a l'empresa, com si fossin una targeta de visita".

Però aquelles targetes de visita resulta que són ben rebudes en el mercat. És el moment en què apareix en escena un altre amic, Jeroni Salom, professor, que a partir d'aleshores s'encarregarà de donar un sentit a la producció editorial

**"Volem guanyar
doblers,
i en començam
a guanyar.
Si no, tancaríem.
No som la
Mare
de Déu."**

i serà qui faci que comencen seriosament la tasca editorial. Això era a començament de 1996. En un any i mig Di7 ha tret al carrer més de 30 llibres.

La *nòmina* d'escriptors que ja han editat en aquesta nova editorial presenta, entre d'altres noms, Antoni Serra, Llorenç Capellà, Jaume Pomar, José Carlos Llop, Eduardo Jordà...

Com s'explica aquest èxit en tan poc temps? Pons assegura: "al principi ens ho preniem com si això d'editar llibres fos la imatge bona de Di7. Vàrem editar els dos

primers anys per una raó d'imatge: regalàvem els llibres als nostres clients. Però veiérem que es venien a les llibreries. Aleshores entrarem en el negoci seriosament. El distribuïdor em va dir que fins que no tenguéssim una trentena de llibres editats, ningú no ens coneixeria. I començarem a editar, cercant la màxima rendibilitat. Per aconseguir-la pensàrem que el millor era apostar per la promoció: feim anuncis de premsa, hem fet un espot de televisió... És ver que potser són formes noves, però nosaltres creim que és l'únic camí".

Cap a un mercat més ampli. Interessada no únicament en el mercat balear, l'editorial aposta també per la promoció externa, en el mercat majoritari que, al seu parer, és el de Catalunya i València, pel que fa a l'edició en català, que és la pràctica totalitat, "però també tenim un contacte amb una llibreria a Sevilla i un distribuïdor de Madrid per als tres o quatre llibres que tenim editats en castellà". La majoria de la distribució a fora de les Illes es fa a través de Barcelona i, en conjunt, suma un 40% de les vendes totals de Di7.

La llegenda negra del món editorial en català a Balears assegura que una mitjana de venda habitual no passa dels tres-cents o quatre-cents exemplars. "No és el nostre cas. No és que vulgui dir que no sigui així en general, però sens dubte no en el nostre cas. Nosaltres, excepte algun llibre de poesia -i estic segur que arribarem als nostres mínims també en aquests

casos— no tenim cap llibre per sota dels sis-cents exemplars. Ja dic, el que menys s'ha venut. Una xifra molt més habitual és acostar-nos als vuit-cents exemplars i no en tiram mai menys de mil. Amb vendes de tres-cents exemplars no entenc com es podria aguantar”.

Per Palma sovintegen molts comentaris sobre Di7 i la seva política agosarada, però Antoni Pons els refussa: “Nosaltres no som agosarats, però com que som una empresa de comunicació i publicitat —i això no s'ha d'oblidar— coneixem prou bé com es fa una promoció correcta: cuidam els detalls, cuidam els periodistes, que ens han respost molt bé, feim dinars de presentació, regalam les novetats tot d'una que surten als periodistes... Són un conjunt de detalls que jo pensava que tothom feia i que per a nosaltres són el més lògic i normal. Però repetesc que nosaltres no tenim cap intenció de molestar ningú i si feim el que feim per promocionar els nostres llibres és perquè pensam que és el millor mètode i, a més, no crec que pugui molestar ningú”.

A pesar de la voluntat que expressa Pons, el fet és que la política de promoció de Di7 s'ha topat amb un món on certes innovacions no s'accepten. “A la Fira del Llibre teníem pensat de fer una promoció perquè la gent que es gastà una determinada quantitat de doblers, li regalàvem un llibre. Doncs no ens deixaren. Com és possible això? S'ha d'incentivar que hi hagi com més compradors millor. És l'única manera que el mercat editorial es mogui. Nosaltres demanam que a la Fira hi hagi un descompte important, del 10%, perquè si a la Fira només és poden trobar totes les llibreries juntes, de què serveix?”.

La política comercial de l'editorial es concreta en un munt d'iniciatives. La darrera —justament anunciada la setmana passada— és la de convocar un premi de narrativa, que durà el nom de Bearn, dotat amb un milió de pessetes i aportat al 50% per l'editorial i l'altra meitat per l'Ajuntament de Binissalem. “El premi persegueix trobar un autor que ens doni una no-



JOAN CELIA

Antoni Pons és un dels responsables de Di7. Aquesta editorial, que va començar en el món de la publicitat i la comunicació, va entrar l'any passat en el sector del llibre amb noves tècniques comercials desconegudes en el món editorial il·lenc.

vel·la o un llibre de narracions de primera. Tenim bons autors, però ens agradaria tenir obres que ens permetessin de fer una tirada més gran —8.000 o 10.000 exemplars— i que es marquin l'objectiu d'incrementar força les vendes. Hi dedicarem una forta promoció i pensarem que potser la millor manera de començar és creant el premi. Esperam que aixequi expectatives i que siguin molts els autors que hi participin”, explica Antoni Pons.

Des del mes de desembre passat, Di7 pertany formalment al Gremi d'Editors de Balears, però sembla que hi ha una certa tensió. “És cert que hi pertanyem, però a pesar que tenen el nostre compte bancari per passar-nos el rebut d'afiliació, encara no ho han fet. A més, sembla que tots els editors, excepte nosaltres, formen part de la junta directiva. A vegades em sembla com si féssim nosa, no ho sé...”.

L'aposta editorial és forta per-

què, com ells mateixos reconeixen, són ambiciosos: “Volem millorar cada cop més els nostres productes. Ens trobàvem que només hi havia dos enquadernadors i que si volíem fer tapa dura havíem de portar la feina a Barcelona, amb l'increment de cost que això implica. Doncs bé, hem muntat un taller propi d'enquadernació i a partir de setembre farem tapa dura”.

Malgrat les reticències que Di7 ha aixecat, Pons assegura: “nosaltres no volem cap problema amb ningú i creim que la competència incrementarà la venda de llibres, i que guanyi el millor”. Guanyar: aquest és l'objectiu de l'ambiciosa i nova editorial. “I ja començam a guanyar-hi doblers, perquè nosaltres editam perquè és un negoci i, per tant, hi volem guanyar doblers. Si no, tancarem. Així de clar. No som la Mare de Déu”.

Miquel Payeras