

Renovar-se o morir: el mercat del llibre en català

Publicat per [Interacció](#) [1] el 03/10/2019 - 11:58 | Última modificació: 13/10/2020 - 14:35



[Bernat](#) [2] [Ruiz Domènech](#) [2] | [Saldonar](#) [3]

La revolució d'Internet ha fet canviar el funcionament de molts sectors. El cas del llibre és un dels més esmentats, sobretot des de l'aparició del llibre digital i de les llibreries on-line. En aquest nou escenari **els hàbits dels lectors del segle XXI han canviat substancialment i amb ells tota la cadena de valor del mercat del llibre**. Malgrat no encertar alguns dels escenaris apocalíptics com ara que el llibre digital destronaria per complet el llibre de paper, el cert és que la producció i el consum del mercat del llibre estan patint forts canvis. **Els llibres segueixen sent de paper però al seu voltant ha canviat gairebé tot**, i és per això que apareix la necessitat de crear un nou paradigma que encaixi amb el present i el futur del mercat del llibre.

L'era d'Internet ha fet canviar la manera de funcionar de tots, i el **manifest Cluetrain**, el qual analitza l'impacte que proporciona Internet a les empreses, als consumidors i als mercats, deixa clar que **aquelles empreses que no se sàpiguen adaptar als nous temps entraran en crisi i desapareixeran**, ja que **Internet permet crear una nova relació entre empreses i consumidors**. Aquest és el cas del Grup Planeta, el qual cada vegada va acumulant més deute i el que una vegada havia sigut la representació d'un imperi ha arribat a la seva fi. L'imperi Planeta no s'ha sabut adaptar a les noves formes d'operar d'altres editorials i això ha permès que editorials independents més petites puguin fer-se un lloc al mercat.

El futur és de les editorials independents i de les llibreries independents, ja que són les que han aconseguit adaptar la cadena de valor al nou model mercantil. Aquest nou model té una gran diferència i és que no ha heretat la relació lineal entre actors. **La cadena tradicional ja no té sentit, i és per aquest motiu que el nou model busca desencadenar-se de l'antiga**. És un model adaptatiu a les capacitats i la realitat que les llibreries i editorials independents poden afrontar. Les baules que conformen la cadena de valor d'aquest nou model en aparença són molt semblants a la cadena de valor de sempre però la seva funció ha canviat completament. El comportament d'editors, distribuïdors i llibreteres és semblant al de sempre però aporten un valor afegit perquè el clima del mercat al qual estan immersos ha canviat. Internet ha canviat la seguretat i la funcionalitat d'aquestes baules, ja que ara cap és imprescindible.

Amb la presència de les editorials independents queda palès que no és el mateix publicar amb un gran grup editorial que no pas amb una independent. **El món de l'autopublicació i de l'edició independent es mouen en els paràmetres del que citavem més amunt sobre el manifest de Cluetrain, on el consumidor es relaciona amb el mercat i l'empresa d'una manera completament diferent**. És per això que aquest nou tipus de llibreries i editorials usen eines diferents a les clàssiques com ara les xarxes socials, les quals permeten establir un **contacte molt més genuí amb el públic**, fet que marca la diferència i permet aconseguir millors resultats. Si el que pretén el mercat del llibre és fer que la població llegeixi més ha de millorar la relació entre l'autor i el lector. Per aconseguir-ho **autor, editor, llibreter i lector s'han de trobar a la llibreria, per tal d'apropar posicions**. Per aprofundir en les relacions a llaurar en una llibreria recomanem [aquesta entrevista](#) [4] a Jorge Carrión, escriptor i Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC). Diputació de Barcelona. Montalegre, 7. Pati Manning. 08001 Barcelona. Tel. 934 022 565 Fax 934 022 577

crític literari.

Per entendre millor en què consisteix una editorial i una llibreria independents **el llibre cita a dos exemples que aposten per models innovadors d'èxit**. En el cas de l'editorial fa esment a l'[editorial Pol-len \[5\]](#), la qual basa la seva raó de ser amb la **impressió sota comanda** i la col·laboració a través del micromecenatge com a part del finançament. Pel que fa al cas de la llibreria es cita [la llibreria Nollegiu \[6\]](#), la qual va ser de les primeres en adoptar aquest nou model. La Nollegiu té com a tret identitari les seves **múltiples activitats al voltant dels llibres que permeten establir una relació més directa** entre el lector, el llibreter, l'editor i l'autor.



Llibreria Nollegiu

Fins ara hem parlat del present del mercat del llibre, fet que ens porta a imaginar sobre com serà el seu futur. Ruiz Domènech proposa l'**Horitzó 2025** on la paraula clau és el **clúster del llibre en català**. La justificació d'aquesta idea rau en la **necessitat del mercat de reconvertir-se**. Actualment el marc gremial i associatiu mostra signes d'ineficiència fet que no encaixa amb l'escenari sobre el qual hem parlat anteriorment. Com és lògic el clúster del llibre en català hauria d'estar format majoritàriament per petites empreses amb caràcter independent.

Finalment, es plantegen **quatre grans transformacions per tal de fer-ne del mercat del llibre en català un clúster competitiu**:

- aconseguir més **transparència**
- la millora de l'**audiència**
- entendre la nova **economia** del llibre
- fer una acurada selecció dels **punts de venda**.

Aquests són els quatre punts a tenir en compte per aconseguir l'eficiència del llibre en català.

No són pocs els reptes que es plantegen els quals **esdevenen inspiradors i a la vegada un gran repte pel futur del mercat del llibre en català**. És evident que bufen nous vents pel món del llibre i la qüestió és: serem capaços d'aprofitar les ràfegues?



Podeu consultar aquest [llibre](#) [3] al [Centre d'Informació i Documentació](#) [7]

[Inicieu sessió](#) [8] o [registreu-vos](#) [9] per a enviar comentari

Categories: Llibre

Etiquetes: estructura de mercat

Etiquetes: Catalunya

Etiquetes: llibres i editorials

- [10]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2019/mercat-del-llibre-catala>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=an:%2217436%22>

[3] <https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=46237>

[4] <https://www.yorokobu.es/jorge-carrion-las-librerias-que-permitan-que-las-personas-se-conozcan-son-las-que-tienen-mas-futuro/?fbclid=IwAR0NC52qy7e9dByZ5L943OcEMn-UfpNLdIGV-ZUc34OI6CVbkrJmwEccPF4>

[5] <https://pol-len.cat/>

[6] <https://www.nollegiu.cat/>

[7] <http://www.diba.cat/web/cerc/cidoc>

[8] <https://interaccio.diba.cat/>

[9] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[10] <https://interaccio.diba.cat/node/8105>