



Primăria
Municipiului
București

PIAȚA DE CARTE DIN ' BUCUREȘTI

ANALIZĂ DE
LAURA ALBULESCU

Realizată la comanda ARCUB,
în cadrul procesului de elaborare
a Strategiei Culturale a
Municipiului București (2015)

Realizat sub coordonarea



Circa jumătate din vânzarea de carte la nivel național este concentrată în București, care găzduiește peste 80% din primele 60 de edituri ca cifră de afaceri din România și cele mai mari târguri dedicate din țară. Piața de carte din Capitală a cunoscut o tendință de maturizare în ultimii ani, tradusă prin profesionalizarea editorilor, care au început să facă o selecție mai riguroasă a titlurilor și să acorde o atenție tot mai mare aspectului cărții, printr-o bună racordare la mediul editorial internațional, prin apariția unor proiecte de recompensare și stimulare a breslei și printr-o viață culturală efervescentă în ceea ce privește evenimentele legate de carte.

În ciuda acestor progrese, piața este în continuare fragilă și de dimensiuni modeste, atât în București, cât și la nivel național, fiind caracterizată de o lipsă generalizată de transparență și de lipsa unor surse de finanțare previzibile și sigure. În Capitală există prea puține edituri și librării specializate într-un anumit tip de carte, tabloul general fiind dominat covârșitor de dimensiunea „generalistă”, iar numărul librăriilor este foarte mic raportat la populație (pare a se situa în jurul cifrei de 100-110). În plus, majoritatea sunt concentrate în centru, cartierele având un acces limitat la achiziții de carte. Pentru a-i asigura pieței o continuitate și a o ajuta să se dezvolte, este nevoie de o intervenție complexă și orchestrată pe mai multe paliere, inclusiv în domeniul legislativ, unde sunt propuse soluții inspirate de succesul din alte state europene.

O PRIVIRE DE ANSAMBLU ASUPRA PIEȚEI DE CARTE DIN BUCUREȘTI

Cea mai vizibilă caracteristică a pieței de carte din România, frapantă și pentru un *outsider*, dincolo de dimensiunile ei modeste, este lipsa endemică de transparență. E foarte greu să configurezi o imagine corectă asupra pieței, să proiectezi un plan editorial rezonabil ori politici culturale eficiente din moment ce nu există statistici credibile nici pentru cât și ce se produce în acest domeniu, nici pentru cât și ce se vinde și se consumă. Această opacitate poate fi considerată și un indicator al nivelului de imaturitate a pieței, care se orientează în principal după fler, experiență și aproximări de ordin personal, validate sau nu de vânzările reale.

Una dintre sursele acestei stări de fapt o reprezintă editorii înșiși. Aceștia sunt victime și totodată artizani ai lipsei de transparență, fiind marcați de ambivalență când vine vorba de declararea unor cifre exacte. Deși admit, în mod aproape unanimitate, că transparența ar fi un lucru benefic și dezirabil pentru activitatea lor, mulți dintre editorii mari și mijlocii (pentru care miza economică este mai mare) sunt foarte reticenti în a dezvălui orice cifră, iar când o fac, de cele mai multe ori fie subraportează, fie supraportează, raționimile alterărilor fiind atât de natură simbolică, cât și economică¹. Argumentele lor țin de faptul

că, pe o piață atât de mică, unde concurența este acerbă, astfel de statistici ar fi instrumentalizate neloyal de către competitori. Au avut loc unele negocieri și tentative timide de a impune o practică a transparenței, măcar pe unele segmente, dar s-a dovedit a fi un eșec, în condițiile în care principalii beneficiari ai unor astfel de statistici ar fi tocmai editorii care deplâng volatilitatea și imprevizibilitatea pieței.

O altă problemă provine din faptul că instituțiile publice în a căror activitate intră observarea și măsurarea pieței de carte din România produc date și studii insuficiente, inoperabile, contradictorii ori chiar contestate de către actorii domeniului editorial. Din rapoartele anuale ale Bibliotecii Naționale a României (BNaR), aflată în subordinea Ministerului Culturii, disponibile începând cu anul 2007, putem afla două informații de interes public difuzate din oficiu pentru cărțile editate în România: numărul de descrieri CIP (catalogare înaintea publicării) și numărul editurilor la nivel național. O analiză a rapoartelor ultimilor 8 ani demonstrează că numărul de descrieri CIP nu este un indicator viabil dacă vrem să aflăm câte titluri apar pe piață într-un an pentru că, dincolo de faptul că aici sunt incluse și publicațiile oficiale ale administrației publice, cursuri și teze universitare ș.a., aproximativ 70-75% din această listă configurează o zonă gri a domeniului editorial, unde nu este foarte clar ce

¹ Fenomenul este vizibil în cazul târgurilor de carte unde cifrele avansate sunt, nu de puține ori, supralicite, dar și în cazul raportării vânzărilor către agențiile literare pentru titlurile care sunt traduse în limba română (o obligație contractuală care vine odată cu achiziționarea drepturilor de traducere) - aici miza este una de natură economică și există o incidență, deloc neglijabilă, a non-raportării. Firește, disfuncționalitățile nu sunt numai în zona producătorilor, scurt-circuitele sunt sistematice, editorii având la rândul lor probleme în a-și recupera banii din vânzări de la difuzori. Întârzierile în achitarea facturilor pot ajunge la

3, 6 sau chiar 12 luni, iar în cazul în care difuzorul a dat faliment, editorul este în imposibilitatea de a-și mai recupera banii, ceea ce ne aduce din nou la dimensiunea modestă a pieței de carte unde, de-a lungul lanțului, au loc frecvente blocaje financiare și unde toți participanții se luptă, prin diverse mijloace, să supraviețuiască.

se întâmplă. Astfel, pentru a da un singur exemplu, în februarie 2015, primele trei edituri din România (conform cifrelor de afaceri înregistrate în 2014) au publicat un număr de titluri cumulativ mai mic decât „editura” Revers din Craiova² care, în schimbul sumei modice de 200-250 de lei, a publicat un tiraj minim de 10 exemplare (2 pentru autor, 7 pentru Depozitul Legal)³.

Prin urmare, ce vedem în librării este vârful aisbergului, iar media de 24-25.000 de descrieri CIP realizate de BNaR într-un an, inclusiv în cei de criză, trebuie privită cu multiple rezerve. Ar trebui să i se aplice multe filtre pentru a obține un număr credibil de titluri care sunt oferite spre vânzare publicului cititor. Reprezentantul unui puternic lanț de librării estimează acest număr ca situându-se undeva între 7.000-10.000 de titluri noi anual, fără reeditări, în timp ce principala agenție literară din România îl estimează la maxim 6.000. În Anuarul statistic 2013 (Cultură și sport) realizat de Institutul Național de Statistică, aflat în subordinea Guvernului, unde este analizat numărul și tirajul cărților și broșurilor tipărite, intrate în Depozitul Legal al Bibliotecii Naționale, constatăm că cifrele pentru anul 2012, de pildă, descriu o situație cel puțin neobișnuită, care ne îndeamnă să privim aceste statistici cu

o și mai mare circumspecție: în timp ce BNaR a emis 25.625 de descrieri CIP pentru anul 2012, numărul de titluri ajunse în Depozitul legal a fost de 2.920⁴.

În cazul în care am vrea de la departamentul CIP al BNaR date valabile pentru București, de pildă, sau o distribuție a titlurilor care urmează să fie publicate pe genuri, pentru a putea extrage niște tendințe, orice informație trebuie să facă obiectul unui acord comercial, în cazul în care se aprobă adresa oficială prin care solicităm aceste date.

Infocarte.ro (Romanian Books in Print), proiect derulat între 2006-2014 cu finanțare și expertiză externă⁵, și-a propus să fie un catalog on-line gratuit al tuturor cărților disponibile în România și avea toate șansele să fi fost un instrument extrem de util și de credibil pentru o imagine de ansamblu a pieței de carte autohtone, centralizând toate informațiile despre titlurile publicate pe teritoriul României începând cu anul 2006. Din păcate, la jumătatea lui 2014, site-ul a fost victima unui atac cibernetic și a dispărut împreună cu toată baza de date adunată în 8 ani, după ce ajunsese la aproape 30.000 de titluri monitorizate.

O RADIOGRAFIE A PIEȚEI

In ceea ce privește consumul de carte, Barometrul de Consum Cultural 2014, realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCFC), lansat în martie 2015, a fost vehement contestat de Federația Editorilor din România: „În studiul comandat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală - instituție în subordinea Ministerului Culturii - se afirmă în mod evident greșit că 50% dintre cei care au răspuns la chestionar citesc cărți în fiecare lună (pagina 225, Graficul 7), în condițiile în care doar 48% dintre cei din mediul urban - mult mai bine conectați la infrastructura de bunuri culturale - «au declarat că citesc lunar o carte». Presupunând că ar fi adevărată afirmația că un român din doi citește o carte pe lună, piața de carte din România ar trebui să ajungă aproape de 500 de milioane de euro pe an, față de maximum 100 de milioane cât este în prezent, incluzând aici

și manualele și auxiliarele școlare sau edițiile de chioșc. Este, așadar, evidentă eroarea făcută de cei care au interpretat rezultatele studiului sociologic și anume că a fost confundată acțiunea de a citi în fiecare lună pe care susțin că o fac jumătate dintre cei chestionați cu aceea de a citi o carte pe lună”. În ceea ce privește consumul de carte din București, rezultatele Barometrului de Consum Cultural 2104 nu descoperă o diferență mare față de rezultatele de la nivel național: 54% dintre bucureșteni citesc o carte lunar, 16% anual și 30% niciodată (pagina 227, Graficul 10). INCFC nu a răspuns nici până acum întrebărilor formulate de FER în comunicatul de presă în care erau semnalate erori de analiză.

Odată semnalată precaritatea datelor la nivel național, trebuie spus că analizele și studiile pentru piața de carte din București sunt, practic, inexistente. Coroborând informațiile obținute de la

² editurarevers.ro

³ În februarie 2014, Litera a cerut 14 descrieri CIP, Polirom - 24, Humanitas - 19, RAO - 19, Curtea Veche - 9, ART - 4. La capătul celălalt al polului, avem Editura Revers - 47, Sitech - 57, Larisa - 74. Sursa: Biblioteca Națională (<http://www.bibnat.ro/Catalog-CIP-s87-ro.htm>).

⁴ Sursa: http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/09/9.%20Cultura%20si%20sport_ro.pdf.

⁵ Inițiat la propunerea Asociației Editorilor din România (AER), sprijinit de Fundația ERSTE din Viena, beneficiind de expertiza Fund for Central and East European Book Projects (CEEBCP, Amsterdam) și de cooperarea Centrului Național al Cărții din cadrul Institutului Cultural Român (CENNAC/ICR). Sursa: ICR - <http://www.icr.ro/bucuresti/anunturi/infocarte-ro-20-000-de-titluri-si-numaratoarea-continua.html>.

editori, librari, asociații de editori, agenții literare, puținele date care au supraviețuit platformei infocarte.ro și bilanțurile financiare ale editurilor depuse la Ministerul Finanțelor Publice, am încercat să configurez o imagine de ansamblu care să traseze principalele repere cantitative pentru sectorul editorial desfășurat în București, cu mențiunea că cifrele sunt estimative:

- 81,66% dintre primele 60 de edituri ca cifră de afaceri în 2014 își au sediul în București (cu mențiunea că este vorba de edituri care reprezintă entități juridice de sine stătătoare și nu de grupuri editoriale – dacă se aplică această corecție, procentul ajunge la circa 70-75%), piața națională fiind estimată la 100 de milioane de euro. Probabil că numărul editurilor active din București este în jur de 150-maxim 200.
- Bucureștiul concentrează 45-50% din totalul vânzărilor de carte la nivel național – cifră valabilă și pentru vânzările online.
- Vânzarea de carte online reprezintă 20% din totalul vânzărilor globale ale editurilor. Principalii jucători în segmentul de vânzare de carte online la nivel național sunt: elefant.ro, emag.ro, libris.ro, librărie.net, okian.ro, dar este foarte greu de stabilit care sunt cotele lor de piață.
- E-bookurile și audio-bookurile reprezintă între 1-3% din totalul vânzărilor globale ale editurilor care au astfel de produse, pe un trend ușor ascendent, o medie în absolut fiind foarte greu de avansat.
- Vânzările în regim de *mass-market* (super- și hiper-market) se situează între 16-22% din totalul vânzărilor globale ale editurilor care apelează la asta, din nou, o medie în absolut fiind foarte greu de avansat.
- Cele mai mari târguri de carte din România au loc în București (vara – Bookfest, organizat de AER, toamna – Gaudeamus, organizat de Societatea Română de Radiodifuziune), vânzarea directă de carte din cadrul lor reprezentând, cumulativ, aproximativ 1,5-3% din vânzările globale ale editurilor, cu o pondere mai mare pentru Gaudeamus și cu ipoteza că procentul este invers proporțional cu dimensiunea editurii și a complexității rețelei sale de distribuție.
- **Librăriile din București (rețeaua de retail)** – numărul lor real e relativ dificil de estimat din cauza dinamicii îngrijorătoare cu care se închid multe dintre unități sau a relocărilor tot mai frecvente, dar pare a se situa în jurul cifrei de 100-110. Strict numeric, 70% dintre ele sunt reprezentate de lanțuri de librării – Cărturești, Compania de Librării București (cu cel mai mare număr de unități din Capitală – 45, dar într-o scădere semnificativă în ultimii ani), Diverta, Humanitas, Librarium, Dulimex -, dar e posibil ca, în realitate, acestea să cumuleze cam 85-90% din vânzarea de carte în sistem de *retail* din București. Restul sunt librării mici, independente, în principal specializate după criteriul limbii sau tematic: Anthony Frost (carte în limba engleză), Kyralina (carte în limba franceză), Sophia, Bizantină, Book Express ș.a., sau aflate sub umbrela unei edituri: Nemira, Litera, C.H. Beck etc. Acestea din urmă funcționează mai degrabă ca niște *showroom*-uri pentru editurile respective. Majoritatea librăriilor sunt concentrate în centrul Capitalei, excepție făcând CLB, singurul lanț care acoperă și cartierele bucureștene. Rabatul practicat de lanțurile de librării este între 35-50% din prețul de vânzare al cărții la raft.

PRINCIPALELE LIBRĂRII BUCUREȘTENE

Lanțuri de librării

1. Compania de Librării București SA (45 unități)
2. Librăriile Cărturești (7)
3. Diverta (6)
4. Dulimex - Librarul (5)
5. Humanitas (3)
6. Librarium (2)

Librării independente

7. Mihai Eminescu
8. Anthony Frost (carte în limba engleză)
9. Kyralina (carte în limba franceză)
10. Hecate
11. Sophia
12. Bizantină
13. Book Express
14. Okian
15. Libraria Centrul de Carte Străină
16. Libraria Mladenska
17. Libraria Nautilus
18. ale editurilor: Nemira (5 unități), Litera (2), Teora, C.H. Beck etc.

- Rețeaua de *en-gros* (tarabe etc.) este estimată ca reprezentând undeva între 10-12% din vânzarea de carte în București.
- Prețul mediu al cărților: 4/5 euro pentru o ediție broșată, 7/8 euro pentru o ediție cartonată, cu mențiunea că piața românească de carte nu funcționează după o distincție clară între *paperback* și *hardcover*, așa cum sunt structurate tradițional multe piețe mature, în special cele anglo-saxone. În România predomină, datorită prețului de *retail* mai scăzut, ediția broșată, dar numărul edițiilor cartonate este în creștere, odată cu grija acordată calității tipografice.
- Tirajul mediu al cărților (excepție făcând, firește, titlurile din segmentul educațional) pentru primele 50 de edituri: 1.500/2.000 de exemplare, indiferent că este vorba de ficțiune, non-ficțiune, traduceri sau autori români. Acest număr scade până la 500 de exemplare în cazul editurilor mai mici.
- TVA-ul pentru cartea tipărită este de 9%, în timp ce pentru e-book, care e considerat un serviciu electronic, este de 24%.
- Editorii mari par să fie de acord că definiția unui *best-seller* în România înseamnă, în medie, 10.000 de exemplare vândute dintr-un titlu (în cazuri excepționale, care aproape pot fi numărate pe degete, cifra poate depăși 100.000 de exemplare, dar e vorba de situații irelevante din punct de vedere statistic).
- Procentul traducerilor din portofoliul primelor 10 edituri este, în medie, 60-70%, scăzând până la 40-50% pentru ansamblul editurilor (estimare care nu ia în calcul, se înțelege, segmentul de carte școlară din portofoliul editurilor și grupurilor editoriale).
- Principalele agenții literare din țară își au sediul în București: Simona Kessler International Copyright Agency Ltd. și Livia Stoia Literary Agency reprezintă împreună, pe teritoriul României, peste 300 de agenții literare (fiecare având o listă bogată de edituri), edituri și grupuri editoriale străine.

DIVERSITATEA ȘI GRADUL DE PROFESIONALIZARE DE PE PIAȚĂ

Deși piața de carte a traducerilor din România are imens de recuperat în zona științelor umane și a versiunilor în limba română ale marilor titluri clasice din literatura lumii¹, există în ultimii ani o sincronizare foarte bună pe segmentul *best-seller/blockbuster*. Multe titluri care se încadrează în această categorie sunt publicate în limba română la scurt timp după lansarea ediției originale sau chiar simultan. Însă, în ciuda consolidării segmentului comercial pe care editorii îl consideră, după anii de criză, ca fiind mai sigur din punct de vedere economic, piața editorială românească este atât de volatilă, încât nimic nu poate garanta că titlul respectiv va deveni un *best-seller* și aici. (Aproape fiecare editor poate confirma că un titlu pe care a mizat foarte mult a sub-performat și invers: un titlu care părea să aibă un potențial modest a pro-

pus vânzări mult peste așteptări.) O consecință pozitivă a crizei, dacă există așa ceva, este că editorii români au devenit – odată cu reducerea producției care începe însă să se redreseze treptat în ultimii 3 ani - mult mai precauți și mai selectivi în alegerea titlurilor pe care vor să le introducă în portofoliul lor. Nu a fost detectată o dinamică semnificativă a genurilor literare în preferințele de lectură, așa cum reies ele din vânzarea de carte a ultimilor ani. Singura tendință care pare să prindă recent contur este creșterea interesului pentru segmentul *young adult*, deci al literaturii pentru tineret, dar și în acest caz avem de-a face cu o sincronizare la un trend mondial.

Piața de carte din România este mică, fragilă și prea puțin matură pentru a-și permite luxul de a dezvolta segmente de nișă. În numele precauției, editorii se limitează în principal la *mainstream*, care li se pare mai sigur, în defavoarea nișelor, percepute ca fiind prea riscante, deși sunt indicii că cerere există. Avem prea puține edituri și librării specializate într-un anumit tip de carte, ta-

¹ În domeniul umanioarelor, multe titluri fundamentale așteaptă să fie traduse pentru prima oară în limba română, iar un titlu canonic precum *Don Quijote de la Mancha* (pentru a da un exemplu relativ fericit) cunoaște doar 2 versiuni în limba română, în timp ce în limba engleză înregistrează cel puțin 18 versiuni, de pildă.

bloul general fiind dominat covârșitor de dimensiunea „generalistă”. Așa se face că, pe anumite segmente, oferta excede cererea, iar creativitatea și diversitatea au de suferit.

Există un interes tot mai mare din partea editorilor pentru designul de carte, pentru modul în care arată, de la calitatea hârtiei, până la grafica exterioară, interes care își găsește un corelativ în partea de consum: pentru cumpărătorul de carte, aspectul a devenit un criteriu de selecție, dincolo de titlu și de autor. Ilustrația de calitate câștigă teren în segmentul cărților pentru copii scrise de autori români care, până nu demult, arătau destul de modest și descurajant. Această nouă sensibilitate, foarte salutară, a fost încurajată de creșterea evidentă în calitate a serviciilor

tipografice românești. Prin urmare, nu este deloc întâmplător că există un concurs intitulat „Cele mai frumoase cărți din România”, proiect cultural lansat în 2012 și finanțat de Administrația Fondului Cultural Național, care s-a aflat la a patra ediție anul trecut.

Premiile literare reușesc rareori să genereze vânzări, uneori chiar capitalul lor simbolic pare să se erodeze, în timp ce presa literară este pe cale de dispariție. În 2012, a fost lansat un proiect foarte lăudabil, Gala Bun de Tipar, care celebrează actorii din întreaga breaslă: editori, autori, traducători, graficieni, tipografi, librari sau bibliotecari, cu mențiunea că un sprijin financiar din partea instituțiilor publice a venit abia în 2015, la a patra ediție, de la Ministerul Culturii și ICR.

POSIBILITĂȚI DE FINANȚARE ÎN SECTORUL CĂRȚII

În privința surselor de finanțare, una dintre problemele cele mai delicate cu care se confruntă cei care fac proiecte culturale independente pe termen lung în domeniul editorial (festival, gală etc.) este imprevizibilitatea și nesiguranța surselor de finanțare de la o ediție la alta. Continuitatea nu pare să fie o prioritate nici pentru sectorul public, nici pentru cel privat. Acesta din urmă găsește domeniul cărții complet neatrăgător, dezinteresat și de aspecte legislative ce îngreunează dezvoltarea pieței de carte, în acest caz fiind vorba de lacune în legea sponsorizării. Un exemplu ilustrativ este Festivalul Internațional de Literatură București (FILB), care a ajuns în 2015 la a opta ediție: a pierdut sprijin din partea sectorului privat și nu poate miza pe ajutorul modest venit din partea Ministerului Culturii deoarece sunt ani în care, din lipsă de fonduri, acesta și-l retrage, în condițiile în care vechimea colaborării i-ar fi dat acces festivalului la statutul de proiect strategic. ARCUB a contribuit cu sprijin financiar abia la a șaptea și a opta ediție.

Administrația Fondului Cultural Național (AFCN), din subordinea Ministerului Culturii, este principala sursă publică de finanțare a proiectelor editoriale, dar editorii nu se simt încurajați să acceseze acest program, pe care îl consideră greoi și ultraburocratizat. O parte dintre ei fie nu fac deloc apel la acest tip de subvenție, fie renunță. „Am renunțat acum foarte mulți ani la accesarea programului AFCN – un program descurajant, foarte birocratic, incompatibil cu mecanismele reale de funcționare ale unei entități tip business. Dovadă identitatea cel puțin ambiguă a multor beneficiari din lista de câștigători, declară reprezentata uneia

dintre cele mai mari edituri românești¹. Programul este aproape și mai descurajant pentru editurile mici: „Am publicat cu câțiva ani în urmă o carte sprijinită de AFCN. În cele din urmă, dosarul avea mai multe pagini decât volumul. Există câteva impedimente care fac o finanțare AFCN mai degrabă o piedică pentru promovarea și vânzarea unei cărți: imensul volum de lucru pentru alcătuirea dosarului (destule detalii complet irelevante pentru cineva care are de-a face la modul real cu editarea și promovarea unei cărți), algoritmul în urma căruia prețul cărții este impus (ajungând la sume derizorii, de vreme ce un volum care se vinde cu 2 sau 3 lei nu atrage nici librării, nici publicul, căruia un asemenea preț, de „dumping”, îi spune de obicei că nu are de-a face cu o carte valoroasă) nu fac niciun serviciu unui editor, cel puțin în cazul unor volume de poezie sau proză românească de azi.”

Se pare că programul AFCN este cu adevărat interesant și util pentru piața de carte doar în cazul unor cărți de dimensiuni foarte mari, care implică costuri extrem de ridicate (de genul albumelor sau cărților de artă, care au cheltuieli consistente la producție) și aproape inutil în cazul traducerilor. În acest din urmă caz, editorii preferă să se orienteze spre instituții străine ce oferă subvenții pentru traducere, producție și copyright în diverse formule: Traduki, PAP Iorga, Ministerul Culturii din Spania, The Polish Book Institute ș.a.m.d., ba chiar Creative Europe – European Commission (EACEA), cea mai birocratică dintre ele.

¹ www.revista22.ro/unde-se-duc-banii-culturii-anomaliile-finantarilor-administratia-fondului-cultural-national-43649.html

PROPUNERI LEGISLATIVE PENTRU ÎNTRAJUTORAREA PIEȚEI

Lipsește o lege actualizată a cărții care să reglementeze mai strict accesul la statutul de editor și să limiteze astfel situațiile în care edituri înființate în jurul unor tipografii scot o avalanșă de cărți care nu ajung în circuitul normal al pieței¹, distorsionând și deformând imaginea ei de ansamblu, dar și sistemul de învățământ și viața științifică. Unii dintre profesioniștii domeniului editorial sunt și în favoarea unei legi a cărții care să impună un singur organism care să reprezinte eficient interesele breslei producătorilor și pe cele ale difuzorilor de carte. O singură ligă, asociație, sindicat, uniune etc. a editorilor și o singură organizație similară pentru difuzori, în condițiile în care atomizarea actuală se dovedește a fi de multe ori perdantă și ineficientă.

O altă propunere legislativă cu care sunt de acord cei mai mulți dintre actorii pieței de carte, indiferent că este vorba de editori sau librari, este o Lege a Prețului unic/fix la carte, așa cum este ea practică sub diverse formule în mai multe țări europene (Germania, Austria, Olanda, Grecia, Italia, Ungaria ș.a). Cazul cel mai cunoscut este cel al Franței, care a adoptat în 1981 Legea Lang, botezată după ministrul culturii de la acea vreme, Jack Lang. Versiunile unei astfel de legi sunt destul de flexibile, dar, în principiu, ea stipulează că prețul unei cărți este stabilit de către editor, care îl tipărește pe coperta a parta, iar difuzorii nu pot vinde cartea cu un *discount* mai mare de un anumit procent (5% în cazul Franței, dar cifra poate fi negociată). Interdicția poate fi limitată la 6-12-18 luni de la apariție, de pildă. Legea dezavantajează, se înțelege, segmentul de vânzare online, unde se practică *discount*-uri consistente față de prețul editorului, protejând în schimb zona de *retail* și, foarte important, librăriile mici și independente, care au nevoie mai mare de un astfel de ajutor. În același timp, ea are avantaje multiple și pentru editori, mari și mici deopotrivă. În primul rând, stimulează și asigură diversitatea culturală atât în producție, cât și în vânzare: e benefică pentru editori prin simplul fapt că, menținând ridicat prețul *best-seller*-urilor, îi ajută să publice și titlurile mai puțin vandabile, dar importante din punct de vedere cultural, și încurajează editurile specializate.

În cazul Franței și al Germaniei, atitudinea lor față de prețurile cărților și, implicit, optarea pentru o astfel de soluție de protecție, rezidă în importanța pe care o acordă cărților ca bastion al culturii; cultura nu a fost niciodată o chestiune privată pentru statul francez, după cum se știe, și cartea nu este percepută ca un produs oarecare sau ca un bun de consum. Marea Britanie (care a renunțat la o astfel de lege în 1995) și Statele Unite au o politică diferită, lăsând piața să decidă și să se autoregleze. Franța și Germania sunt printre cele mai puternice piețe de carte, iar o astfel de lege se poate dovedi o soluție cu atât mai oportună și mai benefică pentru o piață fragilă și modestă cum este cea românească, unde segmentul independent este vulnerabil și amenințat. „E o decizie cu rezultate identificabile imediat: 3.000 de librării independente în Franța, 960 în Marea Britanie la sfârșitul anului 2014”, afirmă reprezentantul unei librării independente din București, specializată în cărți de limba engleză. Dar și librăriile mari ar avea de câștigat în urma unei asemenea inițiative – pot face astfel investiții mai multe, pe care, altfel, nu și le-ar fi permis: „*Retail*-ul este sub-dezvoltat. Cererea este mult mai mare decât pot eu să găzduiesc”, declară reprezentantul principalului lanț de librării din București.

¹ Am invocat mai sus „Editura” Revers, dar poate cazul cel mai celebru este Sitech, „editură” care a reușit, într-un an, performanța de a publica peste 1.000 de titluri cu doar 19 angajați, fiind celebră pe piața cărților „scrise” în penitențiar de condamnați cu nume sonore.



ALTE INTERVENȚII NECESARE PENTRU SPRIJINIREA SECTORULUI

Cu o medie de 0,5 librării la 10.000 de locuitori, dacă admitem că Bucureștiul are doar 2 milioane de locuitori, capitala României se află într-o situație dramatică¹. Cea de la nivel național este absolut catastrofală, în special în mediul urban mic și rural (există județe, cum este Teleorman, unde nu există nici măcar o librărie, de pildă). Autoritățile locale din Cracovia – care este considerată „capitala literaturii” în Polonia, având 76 de librării la 750.000 de locuitori, deci o medie mai bună decât a Bucureștiului – intenționează să ia măsuri pentru a ajuta librăriile, în special pe cele independente². Trebuie să înțelegem că pentru a ajuta piața de carte este nevoie de o intervenție complexă și orchestrată pe mai multe paliere, efectele benefice fiind vizibile nu numai în interiorul sectorului asupra căruia acționează sprijinul, ci propagate asupra întregului sistem, întărind strategic piața de carte în ansamblu. Astfel, ajutând sectorul independent al librăriilor, nu este cultivată numai ideea de comunitate locală, lanțurile puternice având și ele de beneficiat de aici, prin creșterea unei mase de cititori. Dacă librăriile, per total, își cresc vânzările, prosperă și editorii și așa mai departe.

Una dintre cele mai eficiente măsuri de a ajuta și dezvolta piața de carte din București este scutirea de impozit pe clădiri pentru suprafețele ocupate de librării sau edituri, printr-o ajustare pro-rata cu vânzările de carte, o facilitare care s-ar reflecta în scăderea chiriei solicitate pentru respectivele suprafețe. Sau ar putea fi vorba de o subvenționare a chiriei pur și simplu, eventual cu o constrângere de a expune un anumit procent de carte din totalul suprafeței. Chiria este unul dintre costurile cele mai problematice în acest domeniu, după cum se știe.

O altă măsură salutară ar fi facilitarea obținerii unor spații de reclamă - dintre cele administrate de Primărie sau alte autorități publice (RATB, Metrorex, *outdoor*) - substanțial mai ieftine sau gratuit (ceea ce e mai greu de implementat, pe de altă parte) pentru carte, atât pentru edituri, cât și pentru librării, în contextul în care bugetul de promovare este primul tăiat într-un sector care merge prost.

Reducerea TVA-ului la cartea tipărită și cea electronică ar fi o măsură benefică pentru piața de carte din România, putând ajunge chiar până la o cotă 0, așa cum se întâmplă în 39% din țări la nivel mondial. În Europa, această măsură este practică doar în Marea Britanie și Irlanda. Într-un raport global elaborat de The International Publishers Association (IPA) și de Federation of European Publishers (FEP) pe 20 iulie 2015³, IPA milita pentru o cotă 0 atât la cartea tipărită, cât și la e-book, considerând măsura drept cel mai bun sprijin acordat lecturii și educației.

Criteriul economic nu este singura explicație pentru sub-dezvoltarea pieței de carte din România. La nivel de strategie locală și națională în domeniul cultural și în cel educațional, cartea este văzută ca un bun oarecare de consum, ca o afacere privată, și nu ca ceva important care participă la devenirea cuiva.

1 În vârful listei se află Buenos Aires, cu 734 de librării și o medie de 2,5 pentru 10.000 de locuitori, urmată de Hong Kong, cu o medie de 2,2. Sursa: publishingperspectives.com/2015/05/what-city-has-more-bookstores-per-capita-than-any-other.

2 Sursa: publishingperspectives.com/2015/07/amid-polish-bookstore-decline-help-for-small-bookstores. O inițiativă similară se discută și la nivelul guvernului rus, confruntat cu un declin accelerat al librăriilor: publishingperspectives.com/2015/06/russian-govt-offers-support-for-bookstores.

3 Raportul complet poate fi găsit aici: <http://www.internationalpublishers.org/images/VAT2015.pdf>.

ANALIZĂ SWOT

➤ PUNCTE TARI

- Jumătate din vânzarea de carte la nivel național se înregistrează în București;
- Principalii jucători de pe piață își au sediul în București;
- Este o piață racordată la mediul editorial internațional, sincronizată cu *best-seller*-urile din marile piețe de carte;
- Atenția crescândă acordată aspectului exterior al cărții, de la design, până la calitatea tipografică;
- O selecție mult mai riguroasă a titlurilor din portofoliu după anii de criză;

- Se sesizează o profesionalizare a editorilor;
- Cele mai mari târguri de carte (Bookfest și Gaudeamus) au loc în București;
- O viață culturală efervescentă în ceea ce privește evenimentele legate de carte: lansări, dezbateri etc.;
- Apariția, în ultimii ani, a unor proiecte de recompensare și stimulare a breslei care indică o tendință de maturizare a pieței (Gala Bun de Tipar, Cele mai frumoase cărți etc.).

➤ PUNCTE SLABE

- Un sistem de învățământ lipsit de performanță care nu stimulează valorizarea cărții;
- Dimensiunile reduse ale pieței de carte la nivel național;
- Sub-dezvoltarea rețelei de distribuție;
- Lipsa cronică de transparență care afectează capacitatea de a elabora proiecte editoriale și politici culturale;
- Lipsa unei legi actualizate a cărții care să reglementeze mai strict statutul de editor;
- Supra-taxarea și supra-impozitarea, cum este discutabila lege a timbrului cultural;
- Lipsa de susținere bugetară a achizițiilor din spre biblioteci;
- Comunicarea deficitară între sectorul editorial și sistemul de învățământ, între editori și difuzori, între editori și cititori;
- Lacunele din legea sponsorizării;

- Susținere bugetară modestă și inconsecventă în proiecte de natură editorială; piedicile întâmpinate de orice proiect de parteneriat public-privat;
- Reluctanța editorilor de a dezvolta sectorul e-book;
- Ineficiența principalei surse de finanțare publică pentru editarea cărților (AFCN);
- Sub-remunerarea actorilor din sector (redactori, traducători, librari etc.), cu efecte imediate asupra calității produsului finit și a serviciilor și asupra instabilității pieței de muncă;
- Atomizarea organismelor care reprezintă interesele breslei nu are darul de a stimula coeziunea sau solidaritatea de grup;
- Un apetit redus din partea editorilor pentru asumarea riscurilor și stimularea diversității și a creării unor segmente de nișă, în defavoarea *mainstream*-ului.

➤ OPORTUNITĂȚI

- O Lege a Prețului Unic/Fix;
- Reducerea TVA-ului la carte, eventual până la o cotă 0 pentru cartea tipărită, și la e-book, unde TVA-ul este de 24 %, fiind considerat serviciu electronic;
- Scutirea de impozit pe suprafețele care găzduiesc edituri și librării (ajustată cu pro rata) sau subvenționarea directă a unei părți din chirie;
- Spații de reclamă, dintre cele administrate de Primăria Capitalei, substanțial mai ieftine sau gratuite;

- Monitorizarea pieței de carte după indicatorul cel mai eficient, adică după vânzări, printr-o agenție independentă care să centralizeze datele primite de la segmentul de *retail*, garantând confidențialitatea datelor individuale și gestionând accesul la ele *via subscription*;
- Înființarea unui Centru de Distribuție pentru București (dificil de implementat, dar extrem de util), care ar eficientiza foarte mult munca editorilor și a librarilor, funcționând ca un intermediar;

- Subvenționarea unor programe sau module de formare profesională pentru industria de carte, în special pentru librari;

- Introducerea bonurilor de consum cultural pentru motivarea angajaților sau în școli.

AMENINȚĂRI

- Erodarea accentuată a rețelei de librării, cu efecte vizibile și imediate asupra întregului domeniu editorial; extincția librarilor independenți care construiesc o comunitate în jurul lor;
- În lipsa unei Legi a Prețului Unic, întregul *retail* este amenințat de *discount*-urile foarte mari practicate de *online*, alterând și segmentul de consum la nivelul percepției și valorizării pe care o acordă cărții;

- Disfuncționalitățile dintre domeniul editorial și Ministerul Învățământului au consecințe negative asupra educației în ansamblu;
- Deformarea și distorsionarea pieței de carte și a sistemului de învățământ (în special a celui universitar) prin accesul iresponsabil la statutul de editor;
- De-profesionalizarea meseriilor-cheie ale pieței de carte, în special a librarilor, unde nivelul de salarizare este cel mai modest.

BIOGRAFIE

Laura Albulescu este redactor-șef al Editurii ART de 10 ani. Este specializată în sociologia literaturii, cu un doctorat publicat despre Pierre Bourdieu, și a tradus peste zece cărți de non-ficțiune (sociologie, istoria și teoria artei, jurnalism) și pentru copii. Între 2008 și 2015 a fost expert independent în

comisiile de evaluare din cadrul ICR, Centrul Cărții și al programului TPS. Pe lângă buna cunoaștere a activității editoriale de pe piața din România, mai are și experiența a trei ani lucrați într-o librărie mare din centrul Capitalei, Librăria Bastilia.