

Barcelona Activa
Capital humano

Informe sectorial Industria editorial

Barcelon **a**ctiva



Ajuntament
de Barcelona

Informe realizado por:
BCF Consultors

Las 10 claves para conocer el sector

El sector editorial sufre, actualmente, un proceso importante de reestructuración, como consecuencia de la difusión de las nuevas tecnologías, que tienen una importante repercusión en la configuración de su cadena de valor, procesos de producción, canales de distribución y venta de productos.

Descripción

El sector editorial es, actualmente, una de las industrias culturales más potentes de Cataluña. Este sector ocupa un lugar de liderazgo en el mercado estatal español (una parte importante de las empresas más importantes del sector tiene su sede en Cataluña). No obstante, el sector editorial está en un proceso de transformación, tanto para superar las limitaciones derivadas de la madurez de su mercado interior, como para adaptarse creativamente a las nuevas condiciones que impone, en su ámbito, la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Ámbitos de actividad

El sector editorial reúne cuatro ámbitos de actividad económica (que describen los diferentes segmentos de la cadena de valor de los productos de edición en soporte papel): las artes gráficas dedicadas a la edición de libros, la edición propiamente dicha, la distribución al por mayor y el comercio al por menor de libros.

El segmento de la edición de libros contribuye con el 71,2% del valor añadido del sector, y con el 32,7% de la ocupación. El segmento de las artes gráficas aporta el 11,1% del valor añadido y el 41,3% de la ocupación. A más distancia, se encuentran los otros dos segmentos del sector.

Tendencias

Las tendencias de futuro en los diversos ámbitos del sector están determinadas por dos circunstancias principales: en primer lugar, por el grado de madurez que han alcanzado los mercados del sector (especialmente del mercado estatal) y que hace que el ritmo de crecimiento de las ventas haya sido muy moderado en las últimas dos décadas; en segundo lugar, el impacto de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en sus actividades.

Peso económico

En el 2007, en Cataluña, el sector editorial generó un valor añadido bruto de 483,1 millones de euros, un 1,9% menos que en el 2006. Por funciones dentro de la cadena de valor, la edición de libros aporta el 73,8% del valor añadido bruto del sector; el resto se distribuye entre las artes gráficas destinadas a la edición de libros (9,3%), la distribución al por mayor de libros (4,7%) y el comercio al por menor de libros (12,2%).

La ocupación

En el 2007, la cifra de personas ocupadas en el conjunto del sector editorial fue de 11.005 y se redujo notablemente respecto al 2006 (11.400 personas). El sector de las artes gráficas destinadas a la edición representa el 41,6% del total de la ocupación (4.575 personas). El segmento de la edición de libros reúne el 33,3% del total de la ocupación del sector (3.667 personas).

Perfiles profesionales más demandados

Dentro de la industria editorial, cabe diferenciar los y las profesionales con vinculación a la creación de contenidos, donde, además de la formación reglada, se requieren unas condiciones de creatividad específicas y una cierta experiencia en este ámbito; y los y las profesionales con vinculación a la edición y/o distribución y venta de los productos editados que requieren más bien una formación especializada, y un periodo de aprendizaje *ad hoc*.

Ocupaciones más demandadas

En el ámbito de la creación, los perfiles más solicitados son el de escritor/a y agente editorial. En el de edición, el de redactor/a de anuncios y los de auxiliar de reprografía, entre otros.

El escritor/a es el núcleo de la industria editorial y, actualmente, tiene a su disposición todo un abanico de posibilidades para poder difundir sus trabajos. Como tal, el agente editorial es una figura imprescindible que ha de contar con los contactos y las relaciones necesarias para que los trabajos del autor/a lleguen al público.

En lo que se refiere al ámbito de la edición, el redactor/a de anuncios (a veces también llamado *copy*) está muy solicitado no sólo por las tradicionales compañías de marketing y publicidad sino también por los portales informáticos y, en general, por cualquier compañía que esté difundiendo sus actividades o productos a través de Internet. El auxiliar de reprografía es una profesión muy tradicional dentro de la industria editorial y continúa siendo un perfil esencial dentro del proceso de producción.

Proyección futura

El sector editorial en Cataluña conserva todavía una gran dimensión y potencial a nivel estatal (e, incluso, a nivel internacional), especialmente en el segmento de la edición de libros. Si el sector – y sus empresas de vanguardia – sabe sacar provecho de los activos más valiosos con que cuenta – una buena dotación de activos de capital humano (especializado), un sistema educativo adecuado para subministrar los perfiles profesionales que requieren, unas infraestructuras (tangibles e intangibles) solventes y un nivel de prestigio y de proyección exterior suficientes – estará en disposición de eludir las debilidades y las amenazas que presenta actualmente, y aprovechar todas las fortalezas y oportunidades que tiene a su alcance.

Debilidades

Las debilidades actuales del sector editorial provienen de la madurez en el mercado interior (estatal) de sus productos; madurez derivada de factores sociodemográficos, económicos y de dificultades para absorber las ventajas potenciales de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Oportunidades

El hecho de aprovechar las oportunidades del sector editorial en Cataluña se centra, esencialmente, en la capacidad que tengan sus firmas (con el soporte de las administraciones) para, en primer lugar, dinamizar sus mercados (especialmente, los mercados internacionales) y, en segundo lugar, utilizar debidamente las condiciones favorables que proporcionan las nuevas tecnologías. Por esta razón, el sector deberá disponer de los activos (humanos, tecnológicos, financieros y normativos) oportunos y proceder a una (re)orientación substancial de sus estrategias empresariales.

01 Presentación del sector

La industria editorial, encuadrada en el sector de la cultura, es, junto con el subsector audiovisual, una de las industrias culturales más potentes en Cataluña. Por industrias culturales se entienden aquellas actividades económicas, reconocidas como culturales, que tienen unas posibilidades relevantes de generar economías de escala, como consecuencia de la reproductividad técnica de los prototipos (u originales) de sus productos. Es el caso de la prensa, el audiovisual, los fonogramas y, naturalmente, la edición de libros.

A pesar de que, en la última década, el sector editorial en Cataluña ha visto reducido ligeramente su peso relativo en Cataluña (respecto, por ejemplo, el emergente sector audiovisual y multimedia), todavía encabeza el sector a nivel estatal, especialmente en el segmento de la producción de libros.

Desde una perspectiva general, se debe tener en cuenta el elevado grado de madurez del mercado del libro en el conjunto de España. Desde hace casi veinte años, las ventas en este mercado han tendido a una situación de estancamiento, en términos de valor a precios constantes. Esta tendencia se ha visto compensada, en parte, por el esfuerzo en la exportación de las empresas editoriales del sector, especialmente hacia los países (y comunidades) de habla española de América.

Así mismo, el sector editorial sufre, actualmente, un proceso importante de reestructuración, como consecuencia de la difusión de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), que tienen una importante repercusión en la configuración de su cadena de valor, en la redefinición de los procesos de producción y de los canales de distribución y venta de los productos, en la reducción de las barreras de entrada al sector (acentuando considerablemente la competencia interna), en los procesos de encaje de las novedades tecnológicas (el libro electrónico, por ejemplo), en las estrategias empresariales, en la adaptación a la nueva escala y complejidad de los mercados, en la búsqueda de complementariedades entre los productos de edición (en soporte papel) y los productos del audiovisual o en la necesidad de replanteamiento de la legislación de los derechos de autor (en relación, especialmente, a las nuevas condiciones de difusión de contenidos por Internet), entre otros.

02 Principales ámbitos de actividad

Para la descripción del sector editorial, se puede diferenciar entre cuatro ámbitos de actividad económica:

- Artes gráficas dedicadas a la edición de libros,
- Edición de libros,
- Distribución al por mayor de libros,
- Comercio al por menor de libros.

Esta clasificación del alcance del sector editorial responde a los criterios utilizados por la Oficina de Estadísticas de la Unión Europea (Eurostat) para establecer los límites del que, a efectos de cálculo de su peso económico, se considera el sector cultural. El Eurostat, en este sentido, distingue, en términos de extensión, ocho ámbitos o dominios culturales, uno de los cuales es el sector editorial.

Así mismo, en términos de profundidad del sector cultural, el Eurostat considera que toda la actividad cultural (y, por tanto, también la actividad editorial) es el resultado de una serie de procesos o estadios interdependientes que, conjuntamente, constituyen una cadena o ciclo de producción (en sentido amplio). Desde esta óptica, el Eurostat distingue las seis funciones siguientes: conservación, creación, producción, difusión, venta y formación.

Como se ha señalado anteriormente, el sector editorial ha alcanzado, desde hace ya algún tiempo, una elevada madurez en el mercado, especialmente en el ámbito estatal. En este contexto, la evolución de las diversas actividades que configuran el sector en Cataluña se ha caracterizado principalmente por las siguientes cuestiones.

- La industria de las artes gráficas, dedicada a la edición de libros, siguió una evolución de crecimiento relativamente positiva hasta el año 2000. En el 2001, esta tendencia se invirtió y la situación se agravó especialmente en el 2003 cuando algunas de las principales empresas de este ámbito experimentaron una notable crisis. De todos modos, la ocupación en la industria de las artes gráficas ha mantenido durante todos estos años considerados una cifra alrededor de las 4.700 unidades.
- En el segmento de edición de libros, los datos en Cataluña (como en el conjunto de España) reflejan una situación de estancamiento de las ventas en el mercado interior. Éstas han crecido muy poco en términos constantes en las dos últimas décadas.
- Durante el periodo 1994-2005, la posición del sector de la edición catalana en el conjunto del mercado interior español experimentó un notable descenso. Sin embargo, actualmente, la tendencia de pérdida de cuota de mercado del sector editor de libros en catalán en España parece haberse parado estos últimos años.
- Uno de los hechos que ha incidido de forma más relevante en esta evolución es la caída de las ventas de diccionarios y enciclopedias como consecuencia de la fuerte competencia de las versiones electrónicas de estos productos. Cabe tener en cuenta que, tradicionalmente, Cataluña había liderado este segmento del mercado en España. El descenso de las ventas en estos productos por parte de las editoriales catalanas se ha compensado, en parte pero no del todo, con un incremento en otros ámbitos (sobretudo, literatura).
- En el campo del mercado exterior, las exportaciones de libros hechos desde Cataluña al resto del mundo muestran una evolución negativa en los últimos años; hecho que muestra una pérdida de peso relativo de Cataluña en comparación con el resto de España en este tipo de comercio.
- El segmento de la distribución al por mayor de libros de Cataluña ha seguido una evolución caracterizada por la existencia de un fuerte proceso de concentración empresarial y territorial en Madrid que ha reducido el número de empresas localizadas en Cataluña. Cabe señalar, no obstante, que este proceso no supone, necesariamente, la desaparición de sociedades localizadas en Cataluña, sino el fortalecimiento de las empresas matriz o de grupos que ejercen como centros de decisión de una red de sub-distribuidores a nivel de toda España.
- Respecto al segmento de comercio al por menor de libros en Cataluña, esta comunidad se ha mantenido como un buen mercado de venta de libros respecto del conjunto del mercado de España. El canal librería ha consolidado su destacada posición en el mercado interior de España; desde el 2002 hasta la actualidad se comercializan a través de este canal alrededor del 50% de las ventas.

03 Tendencias del sector

La gran difusión de las nuevas tecnologías ha intensificado las inversiones en el sector, circunstancia que ha repercutido en cambios muy profundos en las competencias y cualificaciones de los perfiles profesionales que se requieren.

La madurez de sus mercados

Como se ha señalado, el sector editorial en Cataluña se encuentra en una situación de estancamiento relativo – que afecta a casi todos sus ámbitos – debido al grado elevado de madurez de sus mercados. El mercado interior (estatal) ha crecido a unas tasas muy reducidas durante las dos últimas décadas, tanto por razones sociodemográficas y económicas (en este sector la demanda y la rentabilidad crecen prácticamente en proporciones iguales), como por el hecho que recibe una fuerte competencia de otros productos (culturales y de ocio), como son los audiovisuales. Este estancamiento – que se traduce en un cierto descenso de las ventas en el mercado estatal – se debe compensar, aunque sólo parcialmente, por un esfuerzo exportador mayor.

La organización de los procesos de producción

La gran difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación ha intensificado las inversiones en el sector, circunstancia que ha repercutido en cambios muy profundos en las competencias, calificaciones y perfiles profesionales que se requieren en los diversos ámbitos de la industria editorial, muy especialmente en los segmentos altos de la cadena de valor (artes gráficas y edición). Estas nuevas tecnologías han estimulado (y estimularán en el futuro) innovaciones muy substanciales, no sólo en los productos (el libro electrónico, puede ser la más paradigmática), sino también en los procesos de producción de contenidos editados en soporte papel.

En definitiva, plantea la necesidad de revisar los propios modelos de negocio en la mayoría de ámbitos del sector.

Los canales de distribución y difusión de productos

La difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación ha diversificado y ampliado los canales de distribución y difusión de productos de edición y ha puesto a disposición tanto de los creadores como de los mercados un abanico más amplio de medios y de material. También, ha rebajado, considerablemente, en ciertos segmentos, las barreras de entrada al sector aumentando, por tanto, la competencia en ellos.

La regulación de los mercados de la edición

Las potencialidades que generan las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación repercuten también en la necesidad urgente de revisar las propias normas de regulación de los mercados de la edición (especialmente en los ámbitos de la distribución y venta), particularmente las normas de protección de los derechos de autor y de imagen que las administraciones públicas deberán adaptar al nuevo contexto, para salvaguardar la propiedad intelectual de las creaciones que se difunden por los diversos canales actualmente al alcance (tanto en soporte papel, como en soporte electrónico).

04 El sector en cifras

Datos económicos

- En el 2007, en Cataluña, la industria editorial generó un valor añadido bruto de 483,1 millones de euros; esto supuso un decremento de un 1,9% respecto al año anterior (2006).
- Por funciones dentro de la cadena de valor, la edición de libros aporta el 73,8% del valor añadido bruto del sector; el resto se distribuye entre las artes gráficas destinadas a la edición de libros (9,3%), la distribución al por mayor de libros (4,7%) y el comercio al por menor de libros (12,2%).
- En el segmento de edición de libros, el volumen de ventas de las editoriales catalanas al mercado interior de España fue, en el 2007, de 1.663 millones de euros: esto supondrá un 53,3% del total de las ventas al conjunto del estado. Este porcentaje ha sufrido un descenso significativo desde 1994, cuando era de un 61,8%.
- La facturación de las empresas distribuidoras de libros de Cataluña fue, en el 2007, de 212,6 millones de euros. Esta cifra se redujo significativamente en el 2006 (136,7 millones de euros) respecto al 2005 (200,3 millones de euros). En los últimos años, el porcentaje de la facturación de las empresas distribuidoras de libros de Cataluña respecto al total de España ha disminuido casi la mitad y se sitúa, en la actualidad, en el 18,8%.
- El porcentaje de ventas a través del canal librería en España llegaba al 47,3% del total, en el 2007. Este porcentaje ha aumentado de 12,9 puntos porcentuales desde 1994. En el 2007, el porcentaje de ventas de las librerías en Cataluña respecto al total del estado fue de un 21,5%.

Datos de ocupación

- En el 2007, la cifra de personas ocupadas en el conjunto del sector editorial fue de 11.005 personas y se redujo respecto al 2006 (11.400 personas ocupadas).
- El ámbito de las artes gráficas destinadas a la edición representa el 41,6% del total de la ocupación (4.575 personas). El segmento de la edición de libros reúne el 33,3% del total de la ocupación del sector (3.667 personas). El segmento del comercio al por menor de libros es, en peso específico, el tercero en Cataluña: con 2.204 personas ocupadas (un 20,0% del total). Finalmente, el segmento de distribución al por mayor de libros incorpora el 5,1% de la ocupación del sector (559 personas).

05 Perfiles profesionales más demandados

Perfiles profesionales de mayor cualificación

Perfil formativo

En este sector, se debería distinguir entre los y las profesionales con vinculación a la creación/producción de contenidos editoriales, y aquellos/as que hacen posible la edición, distribución y venta de estos contenidos.

La formación específica y más especializada se encuentra localizada principalmente en el ámbito de la creación, especialmente en lo referente a los escritores/as, investigadores/as y redactores/as. En estos casos, además es necesaria una (auto) formación continua y una capacidad de relación.

En cuanto a los y las profesionales vinculados/as a la edición, distribución y venta de los contenidos editoriales, a pesar de que también requieren una formación especializada (en ciertos casos, de grado superior), resulta imprescindible la adquisición de experiencia (en muchos casos, en el propio lugar de trabajo) y, así mismo, la capacidad de trabajo en equipo y de formación de redes de contactos. Esta última capacidad, la formación de redes, es especialmente importante en los casos de los y las agentes editoriales y de los editores/as.

Perfil competencial

Dada la coexistencia de los dos ámbitos citados (creación y edición/distribución/venta), cabe señalar dos grupos diferenciados de competencias profesionales. En el ámbito de la creación es imprescindible, obviamente, la creatividad, pero también el aprendizaje y el uso de los conocimientos, estar continuamente al día respecto a temas de actualidad y de la especialidad de cada profesional (especialmente, en cuanto a los escritores/as, investigadores/as y agentes editoriales).

En el caso de los y las profesionales en el ámbito de la edición, distribución y venta de contenidos editados resulta imprescindible la iniciativa, las capacidades relacionales, pero también otras cuestiones vinculadas a la planificación y la organización, el trabajo en equipo y la cooperación, la comunicación y el *networking*.

Ejemplos de ocupaciones del catálogo de Porta22

- ✓ Agente editorial
 - ✓ Escritor/a
 - ✓ Editor/a
 - ✓ Editor/a de art
-

Perfiles profesionales de menor cualificación

Perfil formativo

En este segundo orden, la formación reglada (ciclos formativos de la familia profesional de las artes gráficas) resulta bastante importante y se complementa con la formación ad hoc en el mismo lugar de trabajo. La experiencia muchas veces se obtiene a través de la figura del aprendiz/a (como es el caso del auxiliar de reprografía, el encuadernador/a, el indexador/a o el corrector/a de textos).

Perfil competencial

Los requisitos de estos perfiles se centran en cuestiones como el aprendizaje y la utilización de conocimientos, la orientación al logro de objetivos, la preocupación por el orden y la calidad, la flexibilidad y la capacidad de gestión del cambio, el trabajo en equipo, así como la planificación y organización.

Ejemplos de ocupaciones del catálogo de Porta22

- ✓ Indexador/a
 - ✓ Encuadernador/a
 - ✓ Corrector/a de estilo
 - ✓ Corrector/a de pruebas
-

06 Escenarios de futuro

Debilidades

- El sector editorial presenta un mercado interior (estatal) muy maduro, desde hace dos décadas. La tasa de crecimiento de las ventas de libros (en soporte papel) es muy baja, como consecuencia de factores sociodemográficos (escaso aumento de la población y, sobretudo, poco incremento del hábito de la lectura, especialmente en los segmentos más jóvenes de esta población que, progresivamente, destinan mucho más tiempo al consumo de productos audiovisuales) y de factores económicos (la elasticidad-renta del libro y otros productos de edición en soporte papel está muy próxima a la unidad, es decir, un aumento de la renta no aumenta la demanda).
- Por segmentos, las artes gráficas destinadas a la edición de libros han sufrido un profundo azote con el fuerte incremento de la competencia en el segmento (vía costes del factor trabajo), con el cierre y/o reestructuración de algunas de las empresas más importantes de este ámbito, y con la relocalización de otras. El segmento de la edición de libros –el más potente del sector– es el que ha sufrido más directamente la caída de las ventas en el mercado estatal: especialmente en el caso de los diccionarios, las enciclopedias y otras ediciones de gran formato, que han sufrido la competencia de las versiones electrónicas de estos productos.
- El segmento de la distribución se ha debilitado, considerablemente, en Cataluña en la última década, no sólo por las razones generales que han afectado negativamente al conjunto del sector, sino también por la pérdida de posiciones de las empresas de este segmento, por la desaparición de algunas de las más importantes y/o por el desplazamiento de otras, especialmente en Madrid.

Amenazas

- Además de las circunstancias ya mencionadas, relacionadas con el grado de madurez conseguido por el mercado interior y con el consecuente estancamiento de las ventas, el sector editorial está sufriendo las consecuencias del impacto de la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en diversos aspectos de su actividad.
- A causa del desfase de las normativas sobre la protección de los derechos de autor y de la propiedad intelectual, ha cambiado la regulación de los mercados de contenidos de edición (en soporte papel).
- La (re)organización de las actividades de producción supone una profunda reestructuración técnico-organizativa de los procesos en toda la cadena de valor.
- A causa de la reducción muy significativa de las barreras de entrada, especialmente, en segmentos como el de la distribución al por mayor y de la venta al por menor, se ha incrementado el nivel de competencia de todos los sectores y los subsectores editoriales.
- Las pautas de consumo de los lectores/as podrían cambiar en función del libro electrónico y del acceso a la gran cantidad de publicaciones gratuitas, actualmente, a su alcance; incluso en el ámbito de la literatura.

Fortalezas

- El sector editorial en Cataluña conserva todavía una gran dimensión y potencial a nivel estatal (e, incluso, internacional), especialmente en el segmento de la edición de libros.
- El sector dispone de unos activos muy valiosos para mantener la posición de liderazgo en un futuro, como son unos activos de capital humano (especializado) muy relevantes para el sector, con una red educativa (de formación profesional y de enseñanza superior) con capacidad suficiente para formar a los y las profesionales que requieren el sector.
- Tiene unas infraestructuras (tangibles e intangibles) de calidad adecuada para dar soporte a las actividades de las firmas del sector.
- Cuenta con un prestigio y una proyección exterior (en el resto del estado y a nivel internacional) que pueden facilitar cualquier reorientación (necesaria) de la estrategia sectorial.

Oportunidades

- Para aprovechar todas las fortalezas mencionadas y para mantener en un futuro la situación de liderazgo y de privilegio que mantiene el sector editorial a escala estatal (e internacional), es necesario que las firmas del sector –especialmente, las de vanguardia– estén a disposición de transformar las amenazas ya comentadas en oportunidades de futuro. Por esto, deben saber reorientar una parte substancial de su estrategia empresarial.
- Deben ampliar, considerablemente, el alcance de sus mercados internacionales (especialmente, en los países de lengua castellana), incrementando sus exportaciones – tanto en valor absoluto, como en términos relativos- respecto a sus ventas en el mercado interior.
- Deben utilizar, creativamente, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para (re)definir sus productos y sus procesos de producción, distribución y venta de sus productos –en ocasiones, esto puede suponer, cambiar radicalmente (con una previsión adecuada de los riesgos implicados) el modelo de negocio para hacer frente a unas condiciones nuevas de la competencia y a una estructura más compleja de los mercados–.
- Con la ayuda de las administraciones públicas, han de (re)definir las normas de protección de algunos de sus activos estratégicos más importantes (los derechos de propiedad intelectual y de imagen) en función de las nuevas características de los canales de distribución de las creaciones editadas.
- Las empresas deben estar atentas (y saber anticipar) los cambios que, presumiblemente, ocurrirán en un futuro inmediato en el sector: aparición de nuevos productos (libro electrónico, entre otros), ampliación, especialmente, -y diversificación– de los canales de difusión (a través de la red) de los contenidos que genera el sector (hasta ahora, básicamente, en soporte papel), consolidación de espacios de complementariedad entre la edición clásica de libros, la edición electrónica e, incluso, los contenidos audiovisuales.

07 Enlaces de interés

Organismos internacionales

European Institute for Comparative Research
<http://www.ericarts.org>

International Network for Arts and Business
<http://www.artsmanagement.net>

The Europe of Cultural Cooperation
<http://www.coe.int>

European Comission –Culture
http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

UNESCO – Culture: Creative Industries
<http://portal.unesco.org/culture/>

Organismos nacionales

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)
<http://www.sgae.es/>

Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI)
<http://www.fedecali.es>

Agencia Española del ISBN
www.mcu.es/libro/CE/AgenISBN.html

Generalitat de Catalunya – Departamento de Cultura y Medios de Comunicación
<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/>

Institució de les Lletres Catalanes
<http://www.cultura.gencat.net/ILC/>

Institut Català de les Indústries Culturals
<http://www.gencat.cat/cultura/icic/>

Ajuntament de Barcelona - Instituto de Cultura de Barcelona
<http://www.bcn.es/icub>

Eventos internacionales (ferias, congresos, etc.)

Buchmesse Frankfurt
<http://www.book-fair.com/>

Bookworld Praga
<http://www.svetknihy.cz/index.php>

Edinburgh International Book Festival
<http://www.edbookfest.co.uk/>

Fiera del Libro per Ragazzi (Bologna)
<http://www.bookfair.bolognafiere.it/index.asp?m=52&l=2&ma=3>

Salon du Livre (Paris)

<http://www.salondulivreparis.com/>

Feria Internacional del Libro de Buenos Aires

<http://www.el-libro.com.ar/>

Bookexpo America

<http://www.bookexpo.reedexpo.com/App/main.cfm?moduleid=42&appname=288>

Tokyo International Book Fair

<http://web.reedexpo.co.jp/tibf/english/index.html>

Eventos nacionales (ferias, congresos, etc.)

Liber-Feria Internacional del Libro

<http://www.liber.ifema.es/>

Feria del Libro de Madrid

<http://www.ferialibromadrid.com/>

Feria del Libro aragonés

<http://www.ifm.es/libroaragones/>

Salón del Libro Iberoamericano de Gijón

<http://www.literastur.com/>

Portales temáticos internacionales

International Publishers Association

<http://www.ipa-ue.org/>

European Booksellers Federation

<http://www.ebf-eu.org/>

European Union Publishers Forum

http://publications.europa.eu/procorner/puforum/index_en.htm

Association of Bookseller and Publisher Training Organisations in Europe (ABPTOE)

<http://www.abptoe.com>

European Bureau of Library, Information and Documentation Associations (EBLIDA)

<http://www.eblida.org>

Portales temáticos nacionales

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)

<http://www.federacioneditores.org/>

Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE)

<http://www.fande.es>

Asociación Colegial de Escritores de España

<http://www.acescritores.com/>

Asociación Nacional de Gráficos, Productores y Exportadores de Libros (AGRAEL)

http://www.gremi.net/Gremi_cast/allframe.htm

Asociación para el Fomento de la Encuadernación de Arte (AFEDA)

<http://www.afeda.org/index.asp>

Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)

<http://www.cedro.org/>

Asociación Española de Reprografía

<http://www.aer-repro.com/>

Cambra del Llibre de Catalunya
<http://www.cambrallibrecat.com/>

Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya (APIC)
<http://www.apic.es/>

Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya
<http://www.llibres.org/>

Associació d'Editors en Llengua Catalana
<http://www.editorsencatala.org/>

Gremi d'Editors de Catalunya
<http://www.gremieditorscat.es/>

Associació d'Escriptors en Llengua Catalana (AELC)
<http://www.escriptors.com/>

Cofinanciado por:

