



**SANTOS
PALAZZI**

**DIRECTOR DIVISIÓN DIGITAL
DE GRUPO PLANETA**

 @SPalazzi

PARTICIPA EN...

Dónde estamos y hacia dónde va el sector editorial
10:00-11:00 horas

Santos Palazzi es licenciado en Ciencias empresariales y Master en Dirección de Empresas por ESADE. Inició su trayectoria laboral en la agencia de publicidad Bassat, Ogilvy & Mather y posteriormente en la multinacional Sara Lee. En 1998 se incorpora a Grupo Planeta (Barcelona) como responsable de marketing de la división editorial. En años posteriores, entre otras funciones, ocupó la dirección general del sello Planeta, lanzó el sello de bolsillo Booket, participó en la adquisición y gestión del sello Minotauro y se ocupó del área cultural, que comprende los sellos Paidós, Crítica, Ariel y Oniro. En la actualidad, es responsable de las áreas editoriales infantil y juvenil, bolsillo y cómics. Desde hace seis años, dirige el desarrollo digital de la división editorial. En esta área de responsabilidad gestiona un catálogo digital de más de 8.000 títulos y ha negociado los acuerdos con las principales librerías en línea nacionales e internacionales. Asimismo, es el responsable del desarrollo de nuevas iniciativas que favorezcan el descubrimiento y la visibilidad de los autores y títulos de Grupo Planeta en el entorno digital. Forma parte del equipo fundacional de Libranda, la plataforma de distribución digital líder en España y Latinoamérica.

"NUNCA LOS AUTORES HAN TENIDO UN ACCESO TAN DIRECTO Y FÁCIL A POTENCIALES LECTORES. LOS EDITORES DEBEN JUGAR UN PAPEL RELEVANTE, OFRECIENDO ASESORAMIENTO Y SERVICIOS EDITORIALES A ESTE COLECTIVO DE AUTORES NOVELES"

Ya que así se titula la charla inaugural de la jornada, a grandes rasgos, ¿hacia dónde va el sector editorial?

El sector editorial ha tenido y seguirá teniendo dos polos en torno a los cuales desarrollarse. Por una parte, los lectores y, por otro, los autores. Seleccionar, editar, publicar y promocionar libros en cualquier formato y plataforma que los lectores soliciten es la prioridad de los editores. Para conseguirlo, deberán dotarse de los equipos y la tecnología necesaria. Personalmente, destacaría la función promocional como la que ha sufrido el mayor cambio en los últimos años, y deberá seguir evolucionando para captar la atención e interés de potenciales lectores. Además, el hecho de que la edición digital permita una difusión global instantánea de los títulos publicados, añade complejidad a la gestión editorial a la vez que incrementa el número de lectores potenciales para cada obra publicada. Desde el punto de vista de los

autores, la edición digital multiplica de forma exponencial la posibilidad que tienen autores noveles para ver publicados sus textos y dota de soluciones muy accesibles y económicas para promocionarlos en redes sociales, blogs y webs especializadas en lectura. Nunca, en la historia de la edición, los autores han tenido un acceso tan directo y fácil a potenciales lectores. Los editores deben jugar un papel relevante, ofreciendo asesoramiento y servicios editoriales a este colectivo de autores noveles.

¿Qué movimientos ha dado Planeta en los últimos años (nuevas plataformas, compra de otras editoriales...)?

Grupo Planeta ha liderado el cambio en la edición digital. Tanto en contenidos como en distribución y promoción, Planeta ha llevado a cabo nuevas iniciativas para garantizar que los títulos publicados lleguen al mayor número de lectores posible. Por mencionar brevemente

algunos ejemplos: desarrollo de la plataforma de distribución Libranda, lanzamiento de sellos editoriales exclusivamente digitales como Click y Zafiro, apps y libros digitales interactivos, distribución digital en bibliotecas, animación y promoción de títulos en Facebook con la aplicación Territorio Lector... La experimentación permanente es clave para liderar el cambio y seguir añadiendo valor a nuestros autores y lectores.

El libro electrónico, que se nos viene anunciando como el futuro desde hace ya años, ¿qué representa en el mercado editorial español? ¿Por qué no termina de despegar?

El libro electrónico supone un 3% del total de la edición de libro de interés general (ficción y no ficción) en España. Es una cifra reducida, pero con incrementos anuales de dos dígitos. El sector ha invertido en digitalización de contenidos y, a fecha de hoy, es muy poco frecuente que una novedad edito-

rial no se publique simultáneamente en papel y digital. Así mismo, las posibilidades que se ofrecen hoy para acceder a la lectura digital son enormes: desde el modelo de venta tradicional vía librería online, a la suscripción (Nubico, 24 Symbols...) y el préstamo digital en bibliotecas públicas. También los precios de los eBooks han ido ajustándose y hoy, el 90% de los títulos se encuentran por debajo de los 10€. Los dos factores que, a día de hoy, están frenando el crecimiento de la edición digital son el IVA y la piratería. Ambos factores son asignaturas pendientes que la industria de contenidos ha denunciado reiteradamente en busca de soluciones.