
Estudio de Mercado Servicios Editoriales en Italia

Junio 2012

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Milán Italia

Contenido

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	3
1. NOMBRE DEL SERVICIO	3
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	3
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR.....	3
1. TAMAÑO DEL MERCADO	3
2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.....	4
3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO.....	5
4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS	6
5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR	7
6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS	7
7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES	8
8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS...	9
III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS.....	10
IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR	13
1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO	13
2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS.....	21
3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO	23
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA	24
V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO	25
VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.	26
VII. CONTACTOS RELEVANTES.....	29
VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.	30

Estudio de mercado Servicios Editoriales en Italia

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios Editoriales

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Los servicios editoriales hacen referencia a las actividades relativas a la promoción, producción y difusión de todo tipo de textos (libros literarios, técnicos, enciclopédicos, de entretenimiento, comics, informativos, etc.). En el caso específico que nos atañe se trata del desarrollo de estas actividades desde Chile, con el propósito de generar un intercambio comercial de la autoría y propiedad intelectual de las obras producidas en el país hacia el mercado internacional, específicamente en el mercado Europeo e Italiano.

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Italia es un mercado en el cual los servicios representan el sector más importante de la economía. De acuerdo al cierre del último trimestre del año 2011 el sector de los servicios correspondía al **73.39%** (del valor agregado a precios corrientes) del total del Producto Interno Bruto, mientras que la Industria y la Agricultura, silvicultura y pesca solo correspondían a un 24.48% y 2.13% respectivamente. Estos datos iniciales confirman que si bien la actual crisis ha afectado el crecimiento económico y la inversión, el sector de los servicios aún tiene grandes potenciales y se sigue perfilando como un sector de oportunidades para hacer negocios.

Dentro del sector de servicios las actividades más destacadas son: turismo, comercio, servicios a las personas y a las empresas (terciario avanzado). Esta última actividad se desarrolla principalmente en las grandes ciudades y en las regiones económicamente más avanzadas.

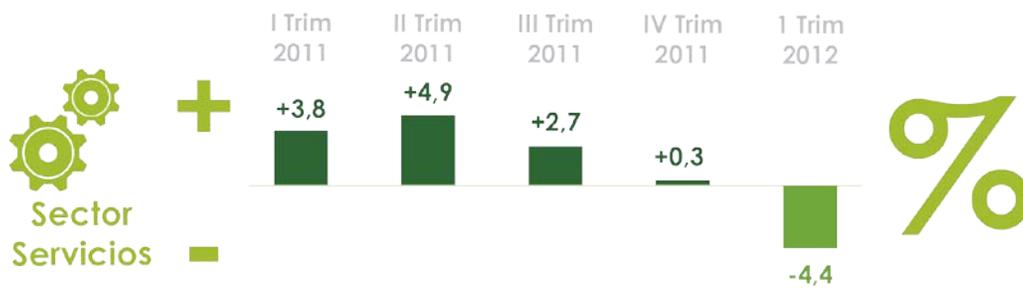
En cuanto a la participación de los servicios editoriales, se puede decir que es un sector que se encuentra en crecimiento, en especial gracias al uso de nuevas tecnologías que han abierto un nuevo mercado hacia los e-books y plataformas digitales de lectura. Así pues el sector editorial cerró con unas ventas totales de **3.417 millones de Euros** en el año 2011, lo cual corresponde al 0,33% del total del sector de los servicios (1.046.659 millones de Euros) y a un **0,24% del PIB** de Italia (1.426.161 millones de Euros) en total.



Fuente: Elaboración Prochile sobre datos Istat

2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

En un marco general los servicios han tenido un comportamiento positivo manteniéndose siempre como el sector más representativo de la economía Italiana. En el primer trimestre del año 2011 hubo un incremento en el valor agregado facturado con respecto al último trimestre del 2010 de 3,8%, esta tendencia se mantuvo pero siempre creciendo en menor proporción hasta que en el último trimestre del 2011 sólo se ve un aumento de 0,3% con respecto al trimestre precedente. Ya a inicios del 2012 el primer trimestre arroja un balance negativo con una decaída del -4,4% con respecto al trimestre inmediatamente precedente.



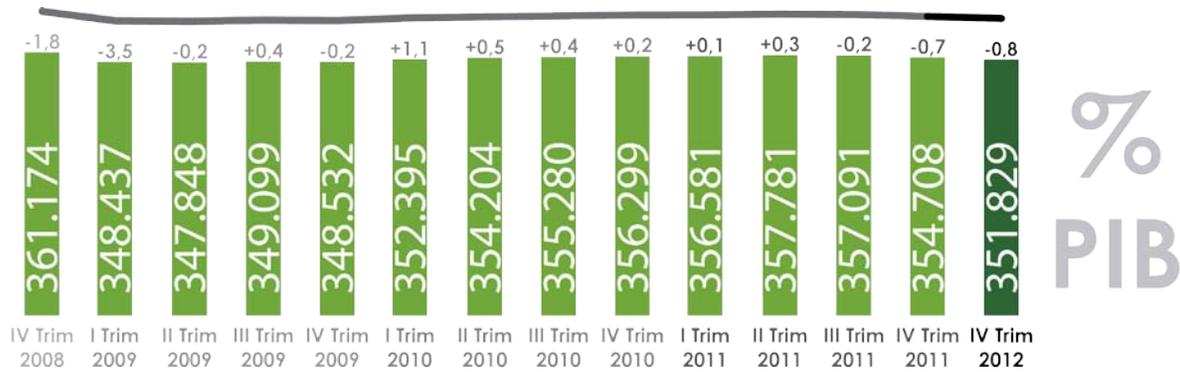
Adentrándose en los servicios Información y comunicación y más específicamente en los de Editorial, audiovisuales y actividades radiotelevisivas el primer trimestre del 2012 presenta una caída de un **-4,9%** en comparación al último trimestre del 2012; sin embargo en lo que respecta estrictamente al mercado editorial el balance es positivo.



Después de una par de años en los que el mercado editorial tuvo un comportamiento negativo, especialmente después de la crisis del 2009 (-4,3%) el 2011 cierra con un balance positivo de crecimiento en el sector editorial en Italia (**+0,3%**). Así pues, a pesar de la caída general de los servicios de Información y comunicación, la industria del libro se confirma como una industria estable y en continuo crecimiento.

3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

Durante los últimos años a pesar de la crisis que afronta la Unión Europea, y en especial después de las dificultades financieras visibles principalmente en el 2009, Italia mostró una momentánea recuperación en el 2010 e inicios del 2011 reflejada en el Producto Interno Bruto. Sin embargo a partir del segundo semestre del 2011 el PIB recae de nuevo e inicia el primer trimestre del 2012 con una pérdida del **-0,08%** con respecto al último trimestre del año precedente.



Luego que el Primer Ministro Silvio Berlusconi entregara el gobierno al nuevo Ministro Mario Monti se han instalado varias medidas de austeridad y de inversión con el fin de subsanar la deuda, reducir el gasto público y la pérdida de competitividad del país frente a la Región Europea.

Italia está pasando por un cambio de gobierno y políticas que afectan de manera inherente el comportamiento de las finanzas y de la población, la incertidumbre y la crisis se pueden ver reflejadas en la caída de la economía desde el segundo semestre del 2011, sin embargo es importante destacar que si bien las medidas adoptadas en inicio han generado protestas y malestar, en este momento se comienza a percibir un poco más de optimismo frente a la situación de Italia y las perspectivas hacia el futuro.

Por ahora las medidas implantadas no tienen un efecto directo en el mercado de los servicios, y por ende tampoco en el de los servicios editoriales.

El tratado de libre comercio establecido entre Chile y la Unión Europea (Decreto No. 28 del 1 de febrero de 2003) en el cual se establece la liberalización progresiva y recíproca de los intercambios en servicios y en el que también se establecen principios de igualdad tales como: trato nacional, reglamentaciones nacionales, reconocimiento mutuo y transparencia sigue vigente y no presenta cambios que puedan afectar a los exportadores Chilenos de servicios editoriales.

4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS

El estado Italiano tiene programas que incentivan los servicios a través de fondos europeos, destinados por la UE y también fondos nacionales, regionales, provinciales y locales a los sectores que se estimen prioritarios. Este es el caso del sector turístico, que tuvo una baja importante en los últimos años y para el cual el gobierno creó recientemente un Ministerio. Los dineros se utilizan a través de subsidios, créditos y participación estatal, según sea el caso.

En Italia existen también fuertes políticas para la protección a la propiedad intelectual. Por ser un país extremadamente creativo cuenta con medidas para que se respeten los derechos de autoría, lo que resulta fundamental para que la economía de intangibles no se vea mermada por la piratería y otros plagios y/o copias.

Es importante resaltar que Chile por contar con un tratado de libre comercio con la Unión Europea en el cual se establece igualdad de condiciones en el sector de los servicios se ve cobijado por estas medidas de protección.

En lo que respecta el mercado de servicios editoriales en específico, se puede decir que toda la financiación y promoción es realizada por las editoriales; sin embargo en septiembre de 2011 ante la caída en las ventas de libros el Gobierno decidió tomar partido y proteger a las pequeñas editoriales por medio de ley "contro super sconti" (contra súper descuentos) o también llamada ley "anti Amazon" que impide a los editores y comerciantes puedan practicar descuentos sobre los libros de más del 15% o un máximo del 20% en ciertas ocasiones como ferias. La intención es proteger a las pequeñas casas editoriales que no pueden competir con grandes casas Italianas ni con plataformas digitales de venta como Amazon.

5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR

En Italia los importadores de servicios no tienen beneficios especiales para la adquisición de mismos. En ese orden de ideas al igual que para otras compañías las Editoriales pueden acceder a créditos directos en el sector financiero, sin mayores limitaciones a las ya establecidas por cada institución financiera.

6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

Las empresas de cualquier país del mundo pueden acceder a ofrecer sus bienes y/o servicios en las licitaciones públicas italianas, aunque normalmente hay algunas limitaciones en sectores considerados "estratégicos" como la defensa.

Con el propósito de transparentar las compras públicas y establecer procesos ágiles y eficientes el Ministerio de Economía de Italia, creó la empresa CONSIP, de la cual es el único accionista, cuya finalidad es velar por el cumplimiento de la legislación en términos de compras públicas, su transparencia y la eficiencia de las compras a nivel nacional e internacional.

En los sitios web <http://www.consip.it> y <https://www.acquistinretepa.it>, se encuentra en detalle cómo la administración pública Italiana compra sus bienes y servicios, y las licitaciones en línea que están abiertas.

Para informaciones más detalladas sobre una licitaciones públicas específicas, se puede visitar el sitio web <http://www.guritel.it/cgi-free/db2www/indispol/indispol.mac/start> del diario oficial de la República Italiana donde, previa suscripción, se puede consultar la información en orden cronológico y por sector de interés.

Por su parte, la Unión Europea ha implementado un sistema de compras públicas comunitario, abierto a empresas de todo el mundo, que se llama SIMAP (http://simap.europa.eu/index_es.htm) que da acceso a la información más importante en materia de contratación pública en la UE.

Su página web está relacionada con el sitio TED: <http://ted.europa.eu/TED/main/HomePage.do>, la fuente oficial para los contratos públicos en Europa. SIMAP cuenta con una base de datos nacionales de contratación pública a través de la cual es posible ser direccionado directamente al sitio web de contratación de un país específico.

7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

Italia es un país que se encuentra a la vanguardia tecnológica y por ende existe una red de infraestructura y telecomunicaciones que cubre adecuadamente el territorio en términos cuantitativos y cualitativos.

La accesibilidad a estas tecnologías por parte de la población Italiana es alta. El balance al final del año 2011 demuestra que el 96,3% de las familias Italianas tienen un televisor a color, el 36,4% tiene antena parabólica, mientras que el 67,1% tiene decodificador terrestre. El 91,6% tiene un celular y de hecho se ve una tendencia en alza hacia la adquisición de equipos de última tecnología como Smartphones que permiten a los usuarios hacer uso de aplicaciones en tiempo real y compartir información a través de redes sociales.

La red y la tecnología hacen cada vez más parte de la vida de las familias Italianas, así lo demuestran indicadores como la cantidad de familias que cuentan con un computador personal que paso de un 57,6% en el 2010 a un **58,8%** en el 2011, también la cantidad de familias que tienen acceso a Internet que pasó de un 52,4% en el 2010 a un **54,5%** en el 2011 y finalmente las que cuentan con conexión de banda ancha que pasó de un 43,4% a un 45,8%.



Un indicador especialmente relevante corresponde a las actividades que se llevan a cabo mientras se navega en Internet, en donde el **68,2%**. De los usuarios declara hacer uso de la red para la búsqueda de bienes y servicios. Sin duda alguna este comportamiento afecta el mercado editorial, teniendo en cuenta el crecimiento constante de e-books, lectores especializados y plataformas de venta online.

8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS

Con el proceso de liberalización siempre más amplio y presente sobre todo a nivel europeo, el gobierno italiano se está orientado a la apertura del mercado nacional y, como ya pasó en el sector energético y del transporte, a la cesión de los monopolios estatales. Sin embargo, el alto nivel de participación del estado en el capital de algunas empresas y en general la presencia de la administración pública en el sector servicios que sigue siendo fuerte, hace que éste no sea aún lo suficientemente abierto a la competencia y el ingreso de nuevos operadores sobretodo en los sectores de la energía, transporte, comunicación, logística y turismo.

En el caso de los servicios editoriales la mayoría del mercado esta manejado por seis grandes editoriales y un pequeño porcentaje por pequeñas casas que apenas manejan el 13,5% de la totalidad del mismo, así pues entre grandes y pequeñas editoriales la totalidad del mercado es manejada por el sector privado.

OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

De acuerdo con los obstáculos más frecuentes que afrontan los exportadores en los mercados extranjeros presentamos a continuación una tabla que identifica los mismos en el sector específico de los servicios editoriales.

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Presencia de monopolios		X	
Acceso a trabajos gubernamentales		X	
Fijación de tarifas para los servicios		X	
Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor, seguridad y salud.		X	
Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios		X	
Restricciones al movimiento de profesionales, técnicos y administrativos	N/A		
Prohibición a los extranjeros de publicitarse		X	
Restricciones sobre el tipo de entidad legal		X	
Requisitos de presencia comercial		X	
Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros		X	
Restricciones a la participación de capital	N/A		
Requisitos de autorización por autoridades locales		X	
Prueba de necesidad económica	N/A		
Prohibición de establecimiento permanente	N/A		
Políticas de convalidación de títulos		X	
Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales	N/A		
Requisitos de licencia	N/A		
Requisitos de experiencia previa	N/A		
Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales		X	
Requisitos de residencia o nacionalidad	N/A		
No cobertura de los seguros públicos de salud	N/A		
Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas		X	
Restricciones cambiarias	N/A		
Impedimentos para transferir tecnología e informaciones	N/A		
Requisitos de transferencia tecnológica	N/A		
Política de compra nacional		X	

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Compartimentalización del ámbito de actividades		X	
Aprobación por parte de asociación profesional doméstica		X	
Obligación o prohibición de asociarse con profesionales locales		X	
Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras	X		
Requisitos de nacionalidad		X	
Exigencia de residencia previa, incluida residencia permanente	N/A		
Pruebas de aptitud	N/A		
Periodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros	N/A		
Restricciones al número de extranjeros en el directorio	N/A		
Requisitos de ingreso	N/A		
Requisitos de desempeño: contenido local, exigencias de capacitación	N/A		
Requisitos de licencias, estándares y calificaciones	X		
Exigencia de obtener un domicilio legal		X	
Requisitos de graduación local	N/A		
Requisitos de idioma		X	
Adopción de estándares éticos		X	
Requisitos de autorización	X		
Restricciones al envío de remesas al exterior	N/A		
Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros		X	
Subsidios a firmas locales		X	
Doble tributación	X		
Impuestos discriminatorios		X	
Exigencias de reciprocidad		X	
Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados	N/A		
Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros	X		

Para resaltar algunos de los factores que están mencionados en este cuadro y otros que si bien no están contemplados en el mismo son de gran relevancia para el mercado editorial, presentamos un gráfico con los obstáculos más determinantes que pueden ser tomados como factores positivos o negativos para la exportación de servicios editoriales y también un pequeño anexo de observaciones adicionales.



Observaciones:

- Las prebendas que maneja Italia en términos editoriales permiten que se logren relaciones comerciales provechosas y de fácil gestión, pues gracias al TLC el tratamiento que reciben los editores, autores y agentes Chilenos es el mismo que tienen los italianos. Así lo único que podría considerarse un punto en contra es el tema de la tributación pues de la transacción que se efectúe se debe declarar un impuesto tanto en Chile como en Italia.
- Como lo mencionamos en el punto 4. *Política Nacional sobre servicios* del anterior capítulo, la ley “contro super sconti” o ley “anti Amazon” que impide descuentos sobre los libros de más del 15% (máximo 20% en ocasiones especiales), es un tema a tener en cuenta especialmente en el sentido en que se debe evaluar si es más conveniente asociarse con una casa reconocida y asegurar un volumen más grande de ventas o buscar una casa pequeña y evaluar si el margen que se obtiene resulta favorable y competitivo.
- A raíz de la expansión de la información que se ha dado en la última década y la disponibilidad de la misma en distintos canales de la red, Italia (como un país en el cual la producción intelectual tiene gran importancia) está tratando de llevar a cabo un seguimiento y políticas que prevengan la Piratería de material editorial, tanto en impreso como en medio digital. Estas medidas se hacen extensibles a todas las publicaciones que se manejan en el mercado Italiano.

IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO

IMPORTADOR

1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

En el último Salón del libro de Torino se presentaron cifras que resultan preocupantes para el mercado del Libro a nivel mundial. De acuerdo con Nielsen BookScan el mercado del libro cierra a finales de 2011 con un porcentaje del -3,5% con respecto al año precedente y empeora en el **2012** con un **-11,8%** al cierre de marzo. Esta dinámica responde a la situación actual de los editores, canales de venta, reducción del consumo y finalmente a los cambios tecnológicos.

En contraste con el panorama general de Europa, después de la crisis del 2009 en la que el mercado editorial en Italia al igual que el resto de la economía del país tuvo implicaciones negativas, en el 2010 la editorial Italiana inicia una recuperación y continua en el 2011 con una facturación total de **3.417 millones de euros**, lo que corresponde a un balance del **+0,3%** con respecto al 2010.

El mercado de los e-books también crece de una manera exponencial con un **+329%**, mostrando una tendencia relacionada a las nuevas tecnologías que usan los lectores de esta generación.

Con el fin de analizar de una manera más detallada el comportamiento del mercado y dar un marco de aproximación ajustado a criterios específicos, a continuación se presenta la información y datos relevantes del mercado editorial Italiano desde tres criterios principales. El primero relacionado con el comportamiento de los consumidores de libros, el segundo con los canales de distribución y presentación de los textos y el tercero con el mercado mismo y la participación de las casa editoriales.

1.1 LOS LECTORES ITALIANOS

De acuerdo con información revelada por el Istat y presentada en el informe de la Asociación Italiana de Editores AIE, en el 2010 la lectura en Italia crece en un 3,8% en comparación con el año precedente, de hecho **26,4 millones** de Italianos (el **46,8%** de la población) leen al menos un libro al año, 968 mil más que en el 2009. Esta tendencia ha venido manteniéndose desde los años noventa, con la escolarización de la población y la transformación de la economía del país que pasó de agrícola a industrial.

Mientras en 1999 sólo el 38% de la población leía (cerca de 21 millones de personas) en este momento el mercado alcanza los 26 millones con un incremento del **8.8%** en un periodo de una década.



Es interesante observar que aunque la cantidad de lectores aumenta son pocos los considerados "lectores fuertes" (quienes leen más de 12 libros en un año) que sólo corresponden al 15,1% de la totalidad de los lectores y al 7,1% de la totalidad de la población de más de 6 años de edad.

En cuanto a la proporción de los lectores 11.802.000 millones de personas (44,3%) leen de 1 a tres libros al año, 10.816.000 (40,6%) leen de 4 a 11 libros al año y 4.023.000 (15,1%) leen más de 12 libros al año. Este segmento de lectores fuertes esta principalmente integrado por profesionales con pregrado, dirigentes, estudiantes, emprendedores y profesionales del medio editorial.



La tendencia de diferencia de género se mantiene en los últimos años posicionando a las mujeres como quienes más leen en Italia. Un 53,1% de las mujeres leen con respecto al 40,1% de los hombres. Esta diferencia es visible en todos los segmentos de edad de la población analizada.



Resulta también interesante destacar que la cuota más alta de lectores se encuentra entre los jóvenes de edades comprendidas entre los **11 a los 17 años** de edad, entre los cuales el 60,5% de la población lee.

Haber tenido padres que leen es también un factor determinante en el comportamiento de los niños y jóvenes italianos, pues de hecho en este segmento (11 a 17 años) tanto padre como madre son lectores.

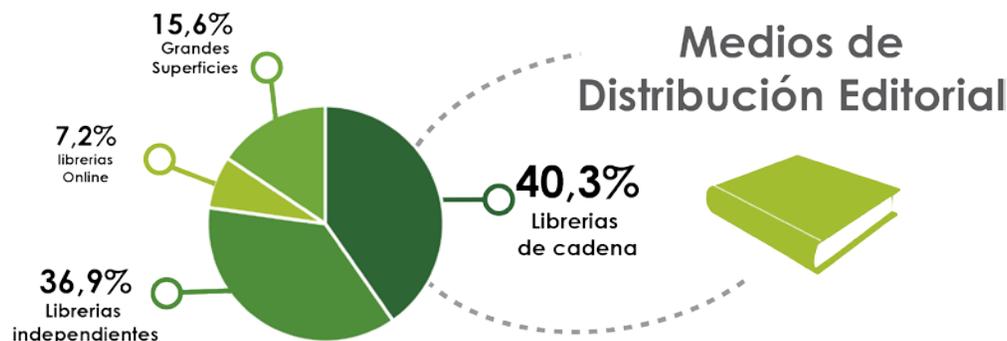
El **60,5%** de los Jóvenes de **11 a 17 años**



En conclusión, al igual que en otros países la lectura en Italia está estrechamente ligada y determinada por la educación y los cambios de la dinámica social, más que los mismos factores económicos y de crisis financiera. A pesar de la crisis los italianos siguen leyendo y eso se demuestra con el crecimiento constante de lectores cada año. Los medios sobre los que se lee y el tipo de intereses puede cambiar pero en esencia el hábito de la lectura sigue siendo importante para la población.

1.2 LOS CANALES DE DISTRIBUCION Y LAS EDITORIALES ITALIANAS

En Italia de acuerdo con datos publicados y divulgados en el Salón de Libro de Torino por la AIE a finales de 2011 la distribución de libros y textos se da principalmente en **Librerías de cadena**, de hecho este canal representa el **40,3%** del mercado, las librerías independientes se ubican en segundo lugar con un 36,9%, siguen las grandes superficies con un 15,6% y finalmente encontramos las librerías online con un 7,2% de la participación del mercado.



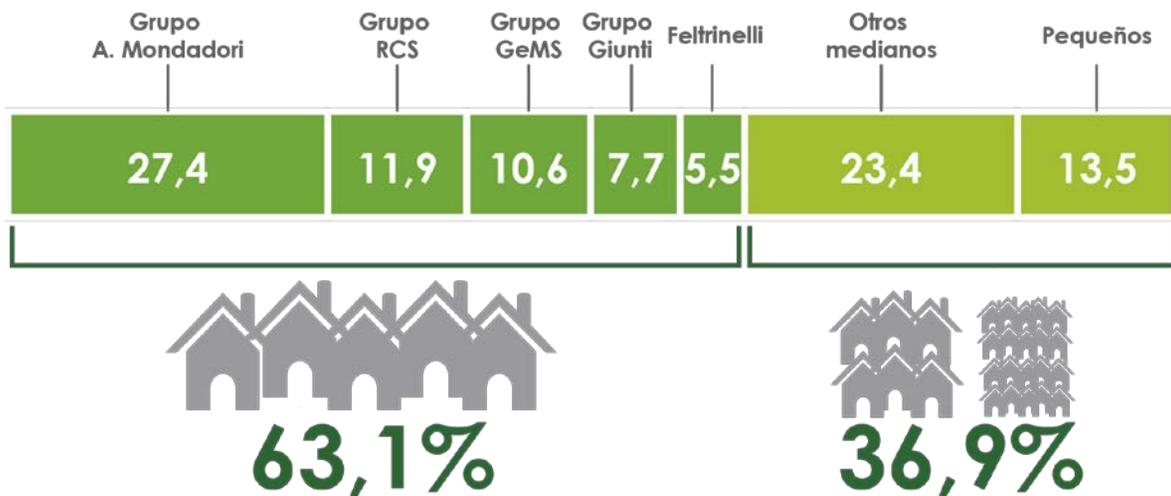
A cierre del 2010 canales como: otras formas de venta al por menor, círculos de lectores y ventas por correspondencia, ventas a plazos y ventas Business to Business (B2B) registraban cifras del mercado, pero a partir de 2011 desaparecen dando más campo a otros canales.

Lo realmente interesante de analizar acá es el comportamiento de estos canales en relación con el de los compradores. Mientras que las ventas en librerías siempre mantienen una hegemonía, los demás canales han cambiado y hacen evidente las tendencias de cambio en el comportamiento de los consumidores de libros.

Resulta particularmente interesante el caso de las **librerías online** que han aumentado la cuota de participación exponencialmente desde su aparición, pasando de un **3,6%** en el **2010** donde ya mostraban un crecimiento considerable frente al año precedente (+23,9%), a un **7,2% en el 2011**. Esta estadística denota claramente que los usuarios están cambiando sus hábitos de compra, de hecho migraron por completo de ciertos canales tradicionales pues ahora están mucho más ligados e influenciados por la tecnología.

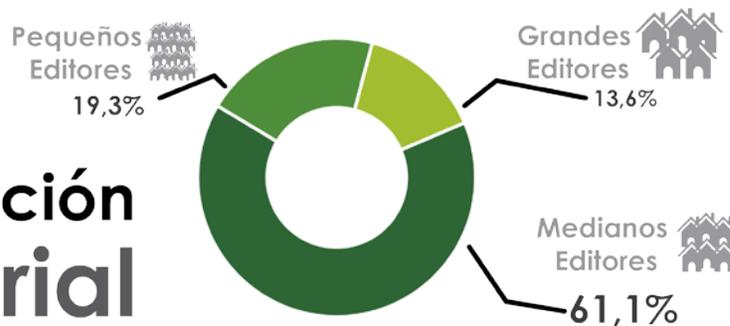


En el mercado editorial Italiano se pueden reconocer claramente a **5 grupos editoriales** que representan el **63,1%** de las **ventas** de libros para adultos y jóvenes en los diversos canales de venta. Dentro de estos cinco, el que tiene mayor cuota en el mercado es el Grupo A. Mondadori con un **27,4%**. Los otros medianos editores manejan el 23,4% del mercado y los pequeños editores apenas el 13,5%.



La **producción editorial** para el año 2010 de acuerdo al tamaño de la casa muestra que son los medianos y medio grandes-editores quiénes más libros colocan en el mercado anualmente (61,1%), mientras que los pequeños editores ponen el 19,3% de títulos nuevos y los 5 grandes grupos editoriales el 13,6%.

Producción Editorial



Vale la pena analizar que si bien la magnitud en producción de los 5 grupos editoriales es menor en términos de la cantidad de títulos nuevos que ponen en circulación cada año, siguen siendo ellos quienes más venden. Esto puede ser consecuencia del reconocimiento, la marca que se encuentra detrás de las publicaciones y las campañas de promoción que acompañan a sus libros; lo que generalmente engancha y da confianza al público lector.

Con el fin de comprender los intereses del público Italiano a nivel de géneros dentro del canal comercial tradicional, presentamos las cifras arrojadas para el 2010. La **narrativa Italiana y extranjera** representó el **25,6%** del mercado, los manuales¹ el 12,5%, los ensayos² el 10,6%, los manuales profesionales³ el 10,5%, los textos escolares el 31,5% y la narrativa para jóvenes el 9,3%.



Dentro del género de la narrativa (que es el segundo género más representativo dentro del comercio editorial y el que más nos atañe) el público Italiano prefiere la literatura moderna que comprende las novelas, los relatos, los libros de suspenso, de aventura, la poesía y los textos teatrales.

¹ Familia y bienestar; tiempo libre y estilo de vida; transporte; humorísticos y cómicos; juegos; viajes y guías; deportes; comida y bebidas; crecimiento personal.

² Arte; biografías e autobiografías; historia; religión; política y temas de actualidad; divulgación científica general; actualidad; escritos de viajes.

³ Crítica literaria; lingüística; filosofía y pedagogía; ciencias sociales; administración; negocios, economía; jurisprudencia; medicina; matemática y ciencia; geografía; ambiente, agricultura; ingeniería y tecnología; computadores; diccionarios; mapas y atlas.

Entrando al tema de la impresión de copias y número de obras publicadas, se puede decir que en el 2010 crece la cantidad de libros publicados (de 57.558 en el 2009 a 63.800 en el 2010) con un aumento del 10,8%, pero disminuye en proporción la impresión de copias. Si bien en cifras hay un crecimiento y se pasa de 208 millones de copias en el 2009 a 213 millones de copias en el 2010, dicho aumento es notablemente inferior que al de los años pasados.



En este punto también se denota una tendencia interesante y es la publicación de títulos para jóvenes. Durante los últimos años se ha presentado un crecimiento constante en la publicación de obras para jóvenes. Del 2009 al 2010 se amplía en un 13,7% el número de títulos (de 4.446 a 5.057) y en un 16,6% la cantidad de copias impresas (de 28.325 a 33.024), demostrando que este mercado es más abierto a nuevas propuestas y tiene grandes potencialidades para trabajar a futuro.



Los precios de los libros se han mantenido bastante estables en los últimos años, sin embargo se marcan unas variaciones en los precios de los libros de acuerdo al tamaño del editor; así en el 2010 los pequeños editores registran un precio medio de 29,56 euros, los medianos editores de 21,62 euros y los grandes editores de 19,62 euros.

En este punto es también primordial resaltar que el 40,4% de toda la producción editorial se ubica en el grupo de precios que va de los 7,5 a los 15,5 euros.

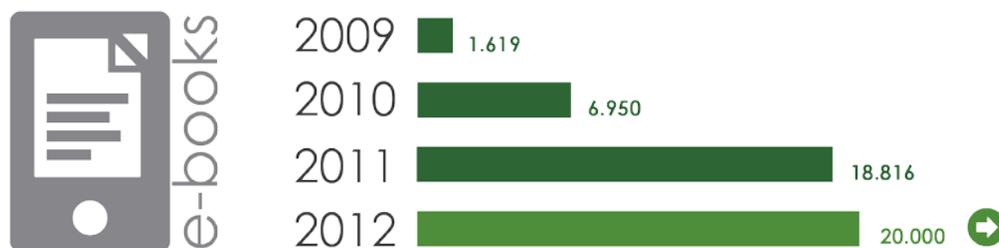


Para cerrar el tema de las editoriales en Italia es fundamental señalar que la ciudad de Milán y la región de la Lombardía al igual que en otros sectores de la economía juegan un papel protagónico en el mercado editorial, pues en ellas se publican y estampan la mayoría de las obras que se encuentran a disposición del público Italiano.

1.3 LA NUEVA TENDENCIA E-BOOKS

Uno de los fenómenos más interesantes que se presentan actualmente es el de la nueva tendencia marcada por mercado de los e-books. A raíz de los cambios tecnológicos la forma en la que interactúan las personas con los textos también ha cambiado, por esto cada vez más dispositivos de lectura digital hacen parte del mercado editorial.

En Italia el mercado de los e-books nace oficialmente en el año 2009 y crece en el 2010 tanto en la cantidad de títulos publicados (de 1.619 a 6.950) con un aumento del **+329%**, como también en la cantidad de euros facturados. Si bien este sub-segmento del mercado sólo representaba el 0,04% del total del mercado editorial a diciembre de 2010 alcanzando los **1,5 millones de euros** en facturación. En el 2011 alcanza los 18.816 ejemplares con una facturación de cerca **de 3 millones de euros** y se estima que en el 2012 alcanzará los 20.000 con una facturación de 5 millones de Euros.



La totalidad de lectores de e-books corresponde al **3,0%** de los lectores de libros en Italia. Se encuentran principalmente ubicados dentro de los denominados "lectores fuertes" en las edades comprendidas de los 12 a 30 años de edad. Estos lectores son más abiertos a el uso de diversos canales de información y a la compra de librerías on-line Italianas y extranjeras.



También son individuos más atentos a las opiniones publicadas en Internet, blogs, foros etc., como fuentes de información que influyen la decisión de compra; de hecho el

71,2% de los lectores de e-books declara que usa estos medios como fuente principal para la adquisición.

En este mercado se marca una diferencia interesante en comparación con el de libros impresos. A diferencia de la estadísticas generales donde son las mujeres quienes siempre llevan la delantera (51,7% lectoras mujeres frente a 48,3% lectores hombres), en el mercado de e-books los hombres son quienes están adelante (61,5% lectores hombres frente a 38,5% de lectoras mujeres).

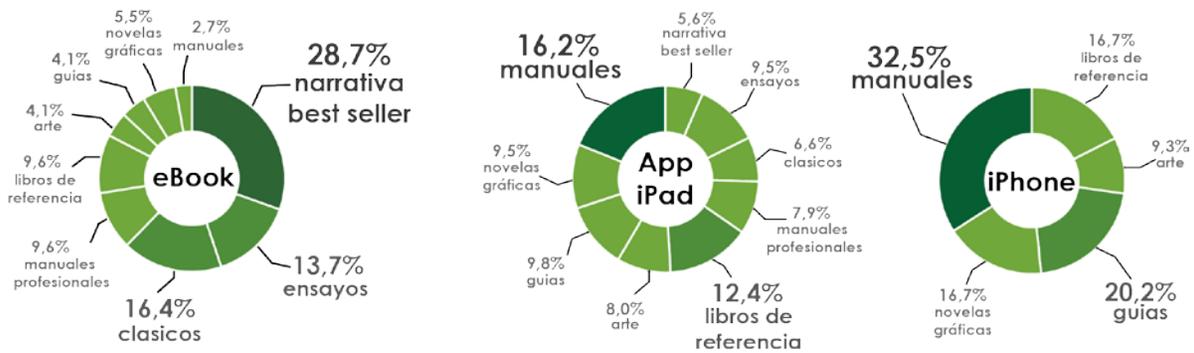


Por otra parte, en cuanto a la relación que tienen los e-books con las editoriales Italianas presentes en el catálogo de libros en el comercio, se sabe que de las 7.393 editoriales activas **342 editan e-books**; de estas 58 hacen parte del grupo de las grandes casas editoriales del país, mientras que 284 hacen parte de las pequeñas editoriales, sin embargo es importante aclarar que en proporción son más los títulos publicados por las grandes editoriales que por las pequeñas.

Dentro de los títulos disponibles la narrativa Italiana ha crecido un 143% (3.039 al final de noviembre de 2011, con respecto a los 1.249 de enero de 2011), pero a su vez también la **narrativa extranjera** disponible ha crecido un **111,8%** en el mismo periodo pasando de 1.904 en enero de 2011 a 4.033 a noviembre del mismo año.



La composición de la biblioteca digital se registra esencialmente en tres dispositivos: eBook, App iPad y iPhone. En los eBook la mayoría de la biblioteca está compuesta por la narrativa de los Best-seller, mientras que para los App iPad e iPhone, la mayoría de títulos está constituida por los manuales.



Los precios en el mercado de e-book son considerablemente menores que el de los libros impresos. El precio promedio de un libro impreso es de 20,90 euros mientras que un e-book cuesta 10,21 euros.

Se puede concluir que la tendencia de los e-Books cada vez toma más fuerza y está atrayendo a un gran segmento de los lectores de una manera exponencial año tras año. También se hace evidente que los hombres suelen estar más interesados en los diversos medios tecnológicos y gadgets, lo que se refleja en el mercado de los libros digitales.

El crecimiento de la cantidad de títulos extranjeros disponibles en el mercado de los libros digitales es también un punto a destacar, pues aquí se generan posibilidades para los potenciales exportadores Chilenos de comerciar publicaciones que sean más acordes con este tipo de formatos; es una oportunidad para ingresar de una manera diferente y efectiva en el mercado Italiano.

2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

Con el propósito de analizar la transacción de servicios editoriales en Italia, se hará referencia a la evolución de la coedición, a los derechos de autor cedidos por parte de Italia al exterior, y a la cantidad de traducciones que se hacen en Italia de textos de otros idiomas. Esto brindará un marco claro de cómo avanza el mercado editorial y sus posibilidades para los potenciales exportadores Chilenos.

Las editoriales Italianas han venido trabajando e invirtiendo en un proceso de internacionalización en el cual las actividades de coedición con casas editoriales extranjeras juegan un rol fundamental. En el marco de este proceso se puede ver un crecimiento sustancial. En el año 2000 el total de las coediciones con casas extranjeras era de 290, mientras que a cierre de 2010 el número alcanza las 679.



Se podría decir que en el curso de 10 años casi se han triplicado los números de estas colaboraciones, lo que resulta un fenómeno claro de apertura a las ideas y empresas del exterior.

Las actividades de coedición principalmente se llevan a cabo en **textos para niños y jóvenes**, en textos de arte, arquitectura y diseño, catálogos de exposiciones, libros de fotografía etc.

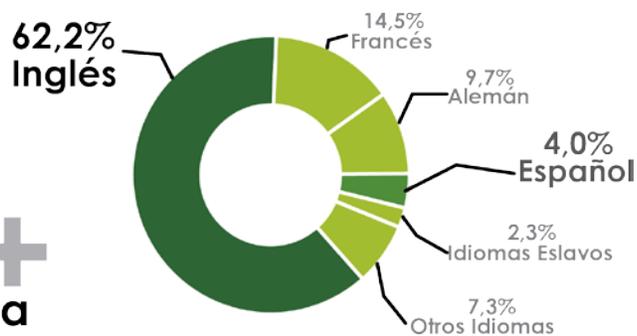
El crecimiento de las coediciones y los temas mismos que se coeditan muestran que el mercado Italiano está abierto a recibir propuestas y a iniciar proyectos con editores extranjeros.

En lo que respecta a las traducciones se registra que en el 2008 se llevaron a cabo 10.694 (22,2% del total de los títulos publicados) y en el 2009 se hicieron 10.026 (20,1% del total de los títulos publicados). En este orden de ideas vemos que los materiales traducidos ocupan más de una quinta parte de la totalidad de los títulos que se publican en Italia.



El idioma que más se traduce en el mercado Italiano es el inglés con 5.937 títulos (62,2%) seguido por el francés con 1.386 títulos (14,5%), luego se ubica el alemán con 930 títulos (9,7%) y en cuarto lugar encontramos al español con 378 títulos (4,0%).

IDIOMAS+ traducidos en Italia



El panorama de los derechos Italianos cedidos a extranjero también tiene un balance positivo el cierre del 2010 con una cantidad total de 4.271 aumentando un +6,1% sobre el 2009.

+6,1%



derechos de autor
Italianos
cedidos en el exterior



En la pasada Feria del Libro de Torino 2012 en el marco del intercambio de derechos de autor (actividad realizada en el International Book Forum OBF), se realizaron 7.000 encuentros entre editores Italianos y extranjeros, agentes literarios, productores cinematográficos etc. Participaron 720 operadores del sector editorial provenientes de 30 diferentes países, entre los cuales se encontraban países de América latina y por supuesto Chile; en algunos medios se menciona que en este año el IBF habría superado la cantidad de intercambios comerciales realizados en la feria de Frankfurt.

Por otra parte en el Salone de Torino que se llevará a cabo en el **2013 Chile** ha sido invitado en calidad de **pais anfitrión**, lo que abre nuevas puertas de diálogo e intercambio comercial, específicamente en el sector editorial.

3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO

El mercado editorial Italiano está principalmente ocupado por 5 grandes grupos (ver punto 1.2), el resto de las casas editoriales medianas y pequeñas representan la minoría del mercado. Estos cinco grandes grupos son empresas Italianas y si bien algunos tienen representación en otros países de Europa, fueron fundados y actualmente funcionan en Italia.

En cuanto a las medianas y pequeñas casa editoriales también se puede decir que la gran mayoría son empresas Italianas; con excepciones como la multinacional Wolters Kluwer con sede en Ámsterdam, Mc Graw Hill y Disney editoriales Estadounidenses, que se

ocupan principalmente del mercado especializado de textos estudiantiles y de niños respectivamente.

Italia es un país en donde se da gran valor a la tradición, a la propiedad de sus ideas y empresas, por esa razón aunque no existan impedimentos explícitos para el funcionamiento e instalación de empresas extranjeras en Italia, el estado y el público en general protege de una manera intrínseca su industria prefiriéndola por encima de las extranjeras.

4. DINAMISMO DE LA DEMANDA

Los servicios editoriales en Italia han tenido un par de crisis, sin embargo muestran una tendencia al crecimiento al menos en algunos sectores. Como lo hemos mencionado anteriormente la nueva tendencia de los libros digitales y las librerías online está moviendo el mercado de una manera que no se había visto en la última década.

Los hábitos de los lectores y sus preferencias cambian sutilmente pero se sienten a nivel global, mostrando estadísticas diferentes e incluso el surgimiento de factores que hasta ahora no habían sido contemplados.

Es importante seguir con cuidado la conducta del mercado, sus cambios y las nuevas tendencias que emergen a raíz de las nuevas tecnologías y medios; de ello depende la capacidad de dar una respuesta práctica y exitosa al mercado de los lectores Italianos.

Un segundo fenómeno sobre el cual vale la pena detenerse es el de la piratería. Con la apertura mediática y de información en la red, no sólo la industria cinematográfica ha tenido repercusiones; la industria editorial también ha sentido el impacto del plagio y la copia de ejemplares.

Recientemente la Asociación Italiana de Editores publicó en sus informes anuales las cifras de la piratería y su impacto en el mercado editorial. En el 2010 se calculó que cerca de 15.000 títulos Italianos se encontraban disponibles en versión pirata.

En general son los Best seller referenciados los ejemplares que más son objeto de la piratería. De 25 best seller analizados, 17 se encuentran disponibles como eBook (68%), mientras que 19 son reproducidos en versión pirata (el 76%); de hecho se encuentran más títulos de Best seller en versión pirata que en versión legal de eBook.

De 100% de los
Best Seller
 disponibles en el mercado

68%
 Están disponibles en
eBook

76%
 Están en internet
pirata

En este momento las medidas aplicadas contra este fenómeno son la protección a los derechos de autor y los procesos que interpone la misma AIE para la remoción de archivos que se encuentran en la red. Se debe también tener en cuenta la ley SOPA que se encuentra a poco tiempo de ser instaurada y que ya ha tenido repercusiones en la piratería principalmente de audiovisuales, pero que con el tiempo también se hará extensiva productos como los libros.

V ■ INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO

Con el fin de brindar un resumen conciso de los indicadores más importantes que hemos venido presentando a lo largo de este informe y que pueden dar un panorama del estado de los Servicios editoriales en Italia, presentamos un cuadro comparativo con mercados de otros países al cierre del año 2011.

	Valor del Mercado	Cantidad de títulos	Títulos por miles de habitantes	Títulos en eBooks	Normativa e IVA	Lectores
Italia	3.417 Mill. de euros	58.829	0,977	31.615	Precio fijo IVA libros 4% IVA eBooks 20%	45,3% libros 2,3% eBook
Estados Unidos	27.940 Mill. de dólares		0,939	950.000 Amazon	Precio no regulado	72% libros 11% audiolibros 17% eBook
Reino Unido	3.100 Mill. de libras	151.969	2,459	933.330	Precio no regulado IVA libros 0% IVA eBooks 20%	
Alemania	9.691 Mill. de euros	93.124	1,138	25.000	Precio fijo IVA libros 7% IVA eBooks 19%	
España	2.890 Mill. de euros	82.495	1,700	20.119	Precio fijo IVA libros 4% IVA eBooks 18%	61,4% libros 6,8% lectura digital 2,7% solo e-readers
Francia	5.600 Mill. de euros	66.595	1,064	22.000	Precio fijo IVA libros 7% IVA eBooks 19,5%	5% lectores de libros digitales

Dentro de los puntos a resaltar de acuerdo con el cuadro, vemos que Italia se encuentra rezagada con otros países de Europa en la cantidad de libros que se leen en proporción con la población de habitantes. Sin embargo en cuanto a la cantidad de eBooks disponibles se puede concluir que este mercado en específico está teniendo un comportamiento muy interesante y exponencial en relación con otros países de la Unión Europea.

VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

LIBROS MÁS CORTOS

Hay una tendencia que se está presentando en los últimos años y que si bien no tiene registro en datos o estadísticas reportadas ha sido identificada y vale la pena resaltarla.

La velocidad de la vida actual, en la que las personas no cuentan con mucho tiempo para actividades de esparcimiento, demanda de más energía y así mismo comprimir de alguna manera todos los espacios que puede vivir una persona de una manera más eficaz y activa.

La lectura sigue siendo un hábito y un espacio importante para el público Europeo en general y para los Italianos en particular, sin embargo el tiempo disponible que tienen para leer es poco; es común ver a muchas personas leyendo en los trayectos del metro o buses, pues son precisamente esos "tiempo muertos" los que las personas pueden aprovechar para leer.

Esta misma dinámica de tiempos breves de lapsos de 30 minutos aproximadamente hace que los relatos cortos y los eBooks resulten particularmente atractivos. Las personas prefieren tener un material que sea fácil de transportar, pero que también sea acorde al ritmo de sus vidas y no demande demasiado tiempo; que más bien sirva como una fuente de entretenimiento en los "tránsitos" de y que no se proyecte desde el inicio como una carga mental.

MERCADO DE LOS JÓVENES

El mercado de los jóvenes sigue en crecimiento y resulta un nicho cada vez más atractivo (ver gráficos y estadísticas de los puntos 1.1 y 1.2 de este informe). No sorprende que la Asociación Italiana de Editores haya dedicado un número de sus publicaciones especiales a este mercado en específico.

Esta población es más susceptible a los medios, a las redes sociales, a los Blogs etc., por eso se mantiene informada acerca de los últimos best sellers y relatos de su interés.

A la vez que busca y perfila sus preferencias por la red, también ayuda a difundirlas a sus pares de tal forma que se crea una cultura colectiva de la lectura con intereses muy particulares y dirigidos.

Por otra parte de acuerdo con la Cámara Chilena del Libro A.G., en el 2011 del total de títulos publicados en el país el **40,45%** corresponde a **Literatura infantil**, esto demuestra una gran coherencia comercial entre ambos países y el gran potencial que hay para explorar este mercado en un momento crucial en el que tanto la demanda en Italia, como la oferta de narrativa Chilena para jóvenes está en alza.

LA PRODUCCIÓN EDITORIAL CHILENA

De acuerdo con los datos publicados a cierre de 2011 por la Cámara de Comercio de Libro la literatura Chilena sigue siendo el género más prolífico del mercado editorial con 2.088 títulos (36,50%) de los 5.720 que se publicaron en total para el año 2011. La literatura Chilena ha venido en alza durante los últimos 10 años pasando de 14.160 títulos publicados en el 2000 a 44.434 en el 2011.



Dentro de este segmento lideran la producción las publicaciones de literatura Infantil con un 40,45%, en segundo lugar se encuentra la Narrativa con un 28,21%, en tercero la Poesía con un 21,64% y finalmente están los Ensayos con un 9,7%.



Estas estadísticas reafirman que hay buenas miras hacia el mercado Italiano, pues los temas tanto de oferta por un lado como de demanda por el otro resultan comunes y en esa medida la posibilidad de hacer relaciones comerciales es más alta.

VII. CONTACTOS RELEVANTES

El contacto más importante para saber la forma en la que funciona la editorial Italiana es la AIE Asociación Italiana de Editores: <http://www.aie.it/>.

Esta asociación cobija a los Editores Italianos y cuenta con las bases de datos y contactos necesarios para saber cómo negociar en este mercado. También tiene algunos socios que funcionan de manera paralela y que pueden ser útiles, estos son:

- Clear Redi, centro de licencias y reproducciones <http://www.clearedi.org/>
- Editech, un seminario de tendencias e innovación del sector - <http://www.editech.info/>.
- Editori per Ragazzi, una sub-asociación del AIE que se dedica exclusivamente al mercado de jóvenes - <http://www.editorixragazzi.it/>
- Formedi, un centro de formación del sector <http://www.formedi.it/>
- Giornale della Libreria, una revista cobijada por la AIE que publica constantemente información acerca del mercado editorial - <http://www.giornaledellalibreria.it/>
- ISBN, que asigna el código ISBN a la publicación <http://www.isbn.it/>
- Più Libri più liberi, feria de medianos y pequeños editores que se realiza en Roma - <http://www.piulibripiuliberi.it/>
- **Salón Internacional del libro de Torino**, feria del libro de gran importancia a nivel Europeo en la que en el 2013 Chile será invitado de honor - <http://www.salonelibro.it/>.

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

Para buscar estadísticas e información pertinentes al mercado editorial en Italia las fuentes son:

- La AIE Asociación Italiana de Editores - <http://www.aie.it/>
En la cual se encuentran varios reportes con estadísticas actualizadas.
- El Istat, Instituto Nacional de estadística de Italia - <http://www.istat.it/it/>
Información estadística relevante a este mercado y también sobre, población, economía etc.