
Estudi del Saló Internacional del Llibre de Torí

Postgrau Llibre i lectura
en la societat de la
informació (UOC)

Autora: Ariadna del Molino Rostey
Directora: Teresa Iribarren Donadeu

Índex

Resum.....	4
Justificació	5
Introducció	6
Importància de les fires del llibre en un context global.....	6
Característiques principals del Saló Internacional del Llibre de Torí	9
Història del Saló Internacional del Llibre de Torí	10
Altres fires del llibre a Itàlia.....	12
Planificació del Saló Internacional del Llibre de Torí.....	14
Organitzadors i promotors	14
Espais, expositors i propostes	14
Tema com a fil conductor.....	15
Literatura convidada	16
Promoció <i>online</i>	16
Importància d'internet	16
Web com a punt d'informació i de promoció	17
Comparació amb els webs d'altres fires europees	19
Ús de les xarxes socials.....	20
Aplicació telefònica SalTo.....	21
Seccions temàtiques.....	22
Casa Cookbook	22
Regió convidada: la Calàbria	22
País convidat: Xile.....	22
Lingua Madre	23
Concurs Nacional Lingua Madre.....	23
Tentazione e meditazione	24
Àrea professional	24
Nutrirsi di paesaggio	24
Incubatore	24
Gabriele D'Annunzio 150 anys	25
Salone Off.....	25
Dall'idea al chiodo	25
Col·laboració de negocis	26
Votapagina	26

Bookstock Village	26
Book to the future	28
International Book Forum: Internacionalització i negoci	29
PIF	29
International Book Forum	30
Importància internacional de l'IBF	31
Intercanvi de drets editorials a l'IBF	33
Adaptlab	34
Conferències a la Sala Copenhagen	35
Rendibilitat del Saló: inversió i beneficis	36
Dimensió econòmica	36
Beneficis per als expositors	36
Beneficis per als escriptors	37
Beneficis per al públic i per a la comunitat	38
Conclusions	39
Bibliografia	40
Annex	41
Enquestes	41
Ediciones B	41
The Ella Sher Literary Agency	42
Guillermo Schavelzon & Asoc., Agència Literària	42
Blanca Busquets	44
Entrades al bloc	47
Visita al Saló Internacional de Torí	47

Índex d'il·lustracions

Il·lustració 1: Evolució d'expositors. Dades extretes del web http://www.salonelibro.it/	12
Il·lustració 2: Evolució de visitants. Dades extretes del web http://www.salonelibro.it/	12
Il·lustració 3: Número d'encontres realitzats. Dades extretes del web http://www.ibf.it/	30

Índex de taules

Taula 1: Seguiment de la repercussió a Internet durant el Saló del Llibre. Dades extretes del web http://www.salonelibro.it/	21
Taula 2: Països presents a l'IBF. Dades extretes del web http://www.ibf.it/	32
Taula 3: Editorials italianes que mantenen relació amb editorials estrangeres. Dades extretes del web http://www.aie.it/	33
Taula 4: Intercanvi de drets amb editorials estrangeres. Dades extretes del web http://www.aie.it/	33
Taula 5: Augment de vendes als expositors. Dades extretes del web http://www.salonelibro.it/	37

Resum

A continuació es presenta un treball a partir del qual s'ha analitzat en particular la XVI^a edició del Saló Internacional del Llibre de Torí amb la voluntat de capir, així, d'una manera més general, la importància de la celebració de fires del llibre de nivell internacional. Aquests esdeveniments són rellevants tant a l'hora d'afavorir la indústria del sector del llibre com de proporcionar al públic un esdeveniment cultural on es revalorava el paper del llibre dins la comunitat.

Per tal d'entendre el món de les fires del llibre s'ha analitzat, en la introducció, la història i la incidència d'aquest tipus d'encontre a nivell comercial i cultural. Després d'això, més concretament, es presenta el Saló del Llibre de Torí el qual, com veurem, es caracteritza tant per la seva labor a l'hora de fomentar la lectura en els no lectors; com per una faceta més comercial en què hi ha per un costat, un espai per a la venda de llibres i promoció de llançaments per part d'editorials italianes; per l'altre, importantíssim, el fòrum internacional on tenen lloc els intercanvis de drets entre professionals del sector.

A més a més, caldrà veure com funciona el Saló del Llibre. Prenent com a referència els espais i les activitats de l'edició d'enguany, es podrà veure quines estratègies i quina metodologia utilitza l'organització del Saló a l'hora d'assolir els seus grans propòsits. El ventall d'iniciatives que es proposen demostren la voluntat d'apropar als visitants del Saló tot allò relacionat amb el món del llibre.

A part d'això, farem especial atenció en la vessant comercial del Saló de Torí: quins beneficis aporta l'encontre als professionals que hi participen? i als expositors que s'hi exhibeixen? Com es pot valorar la incidència real d'una fira del llibre? Totes aquestes preguntes i moltes més trobaran resposta en aquest projecte.

Justificació

Les fires del llibre que es fan a diferents ciutats del món: Fira de Frankfurt, Fira Internacional del Llibre de Guadalajara, Fira Internacional del Llibre d'Istanbul..., serveixen per congregar en un mateix espai tots els interessats en l'àmbit del llibre: des d'editors i autors a traductors o simples lectors. Allà s'hi reuneixen, entorn del llibre i de la literatura, múltiples punts de vista, propostes i, fins i tot, interessos diferents. En l'actualitat el canvi de relacions culturals i de comunicació a partir d'Internet i de l'extensió global ha propiciat que, progressivament, les fires es vegin obligades a fer espai a les noves realitats del sector. Per tant, en aquest treball ens proposem descobrir si realment el Saló Internacional del Llibre de Torí aconsegueix, edició rere edició, mantenir-se al dia i tractar sense pors ni tabús les problemàtiques i les transformacions de la indústria del llibre.

L'objectiu d'aquest projecte és analitzar si les fires - que s'anuncien com un lloc d'exposició de productes on hi ha oportunitats per a tothom-, en efecte, possibiliten la transacció entre empreses, catapulten a la fama a nous autors, propicien l'establiment d'interessants contactes, mostren com afecten les innovacions tecnològiques en la indústria, saben dialogar entre cultures, fan gala d'un programa intercultural, etc. Dit d'una manera, la intenció és analitzar de quina manera maneja el Saló Internacional de Torí les grans temàtiques actuals: la internacionalització, la digitalització, la crisi socioeconòmica i l'emprenedoria.

A partir d'aquest estudi es vol demostrar la viabilitat de les fires internacionals del llibre. En primer terme ocupem-nos dels professionals: en un moment en què Internet s'està convertint una eina tan important sigui per les empreses, sigui pels clients; quin paper hi juga en aquesta relació una fira? És a dir, avui la majoria de tractes entre professionals es porten a terme mitjançant el correu electrònic, conseqüentment, és important assistir a una fira del llibre? En segon terme hi trobem les empreses que exposen: en esdeveniments d'aquesta índole els expositors venen llibres? Els visitants estan interessats en comprar llibres o només els interessa els actes culturals? Com es pot treure un major rendiment dels estands? En tercer i últim lloc, la inversió cultural que fa el govern surt a compte? Gràcies a l'aprofundiment al Saló Internacional del Llibre de Torí, el lector d'aquest treball s'adonarà del rol fonamental que porta a terme una fira del llibre avui dia. Aquests esdeveniments són importants no només perquè permeten als professionals trobar-se en persona i intercanviar drets d'autor; no només perquè ofereix un espai a empreses del sector per promocionar-se; no només perquè programa un ventall d'activitats nacionals sinó perquè aconsegueix tots aquests objectius i molts més, perquè a la vegada que incentiva el mercat del llibre promou la lectura i crea nous lectors.

Aquest treball justificarà la rendibilitat del Saló Internacional del Llibre de Torí; el qual any rere anys guanya més i més adeptes. Això servirà, per saber quin és el pronòstic de futur de les fires del llibre en concret i de les vies de promoció i difusió del llibre en general.

Introducció

Importància de les fires del llibre en un context global

L'aparició de fires del llibre començà a prendre importància el s.XV a l'Europa occidental. Després de la transició provocada per la invenció de la impremta, la indústria del llibre va créixer i els negocis entre editorials, impressors i llibreters es consolidaren. En efecte, va ser la forta presència de professionals del llibre a les fires comercials que va propiciar la realització de fires especialitzades que servissin com a punt d'encontre entre impressors i llibreters. Tot seguit van aparèixer grans fires del llibre a Europa com la de Lió a França, la de Medina del Campo a Espanya, la de Frankfurt i la de Leipzig a Alemanya (1949). Els esdeveniments firals es transformaren en grans espais d'oferta i demanda de llibres. Ara mateix les fires més importants arriben a congrega milers de professionals que visiten les fires amb la intenció de negociar drets d'autor; a part d'això, hi arriben de visitants interessats en el món del llibre. Actualment existeixen una gran quantitat de fires del llibre: a molts països, ciutats i, fins i tot, pobles, s'ha cregut oportú organitzar un esdeveniment d'aquestes característiques amb l'objectiu de promoure la indústria del llibre i fomentar la lectura entre els ciutadans.

En el darrer segle el fenomen de globalització ha afectat també les fires, que representen una oportunitat única per als professionals de diferents països de trobar-se i intercanviar impressions cara a cara. La rellevància estratègica i comercial de les fires empeny moltes empreses a participar-hi, fins al punt que la producció estrangera es converteix en un element clau a tenir en compte. Moltes fires del llibre han decidit desdibuixar les fronteres i obrir-se al mercat internacional. D'aquesta manera la possibilitat de negoci dins la fira creix perquè hi participen professionals de molts altres països amb la intenció de vendre i comprar drets; a la vegada es simplifica la difusió i el coneixement de la literatura i els autors del país a l'estranger; i, per últim, el públic de la fira pot gaudir de la diversitat cultural que es respira a la fira.

Ara bé, ens trobem en un moment en què la indústria del llibre s'està transformant i pateix un canvi de paradigma. Això significa que també aquest tipus d'esdeveniments han de saber renovar-se i adaptar-se a les noves exigències. La incidència de les noves tecnologies en el procés de creació, distribució i recepció del llibre, així com els canvis que suposa en la manera d'entendre el negoci en si no es poden desestimar. Cal tenir en compte tot allò que comporta el desenvolupament tecnològic: nous dispositius de lectura, importància d'Internet com a font d'informació i com a espai publicitari, canvis en l'acte de lectura, grans llibreries i distribuïdores virtuals, etc. Aquests són factors que els professionals del sector del llibre han de considerar, per tant són noves realitats que han d'estar presents a les fires. Sovint les activitats com conferències, en efecte, serveixen per informar sobre les últimes novetats que afecten a la indústria.

El fet de celebrar fires s'ha vist, al llarg dels anys, com un mètode excel·lent per reunir sota un mateix espai a professionals del sector per tal que aquests puguin discutir sobre la indústria del llibre i, encara més, puguin contactar entre ells i arribar a acords comercials. Certament, les fires no només són d'utilitat per ala transacció de drets sinó que s'utilitzen com una estratègia més per arribar al públic d'una manera directa però, a la vegada, diferent de com estan acostumats. Hi ha diferents tipus de fires, que es classifiquen segons si estan enfocades exclusivament a donar servei als professionals del sector o si, en canvi, estan obertes a tota mena de públic (Padilla, 2009). En el primer cas, parlem d'encontres entre professionals que es reuneixen, principalment, amb finalitats comercials. En el segon cas, la part comercial es basa en la venda de llibres a través de diferents estands, al mateix temps que es fa difusió de la importància de la lectura. Existeixen també aquelles fires mixtes en què hi ha espais reservats per a professionals i d'altres àrees on el públic pot consultar els llibres exposats i realitzar tota

mena d'activitats relacionades amb la literatura i la cultura. A l'hora d'impulsar una fira del llibre és important decantar-se per un model i definir els objectius que esperem complir.

Les fires de llibres acostumen a estar organitzades per gremis d'editorials o llibreters que veuen en aquests tipus d'activitat, per una banda, una manera d'entrar en contacte amb altres professionals; per l'altra, l'oportunitat d'exhibir les novetats i vendre llibres en una concentració molt gran de públic. Tanmateix, la majoria de fires actualment gaudeixen de l'ajuda del govern nacional i/o municipal del qual reben suport econòmic. Altrament, són cada vegada més les empreses privades que volen ésser presents en aquests esdeveniments ja que constitueixen una gran oportunitat de publicitat. La celebració d'una fira del llibre beneficia al sector però també al públic i, finalment, a la comunitat i el país.

Quan es fan anàlisis sobre la viabilitat i la repercussió d'una fira del llibre, l'èxit se sol mesurar a partir d'estudis i estadístiques que tenen massa en compte l'impacte comercial. Sovint es prenen en consideració un reguitzell de dades relatives al número de metres quadrats, número d'expositors, número de visitants, número de clients de l'estranger, número d'assistència a les jornades professionals... Mentre que, més enllà de tot això, una fira del llibre aporta a la societat tantes altres coses que són difícils de determinar i comptabilitzar. La gran tasca d'una fira del llibre és la del foment de la lectura. La celebració d'una fira del llibre oberta el públic permet l'accés a la literatura de manera democràtica, dinàmica i amena. La revaloració de la importància del llibre i de la lectura és transcendental i acaba beneficiant, sense cap mena de dubte, a les empreses encarregades de produir i distribuir el contingut editorial. A part d'això, les fires afavoreixen la circulació del llibre. La gran quantitat de públic que les visita, així com els professionals que hi van per treballar, agilitzen el trànsit i l'intercanvi d'obres. El moviment comercial i els guanys que suscita una fira del llibre tenen una gran repercussió en l'economia nacional: per una banda, respecte a la influència que tenen dins la indústria del llibre, i, per altra banda, per totes les despeses que els visitants realitzen dins del recinte ferial i a la ciutat mentre dura la celebració.

A una fira del llibre hi participen tots els elements de la cadena: autors, editorials, distribuïdors, llibreters, traductors, il·lustradors, bibliotecaris, promotors del llibre, agents i públic; i, el que és més important, és rellevant per cadascun d'ells.

Per aquells professionals que treballen a la indústria del llibre una fira suposa una oportunitat clara de comerç i negoci. Les empreses s'organitzen segons el calendari de fires. Per una editorial és important saber quan se celebren les fires i a quines té intenció de participar i, a partir d'aquí, gestionar l'activitat anual. D'aquesta manera poden, per exemple, planejar els llançaments i preparar encontres amb l'escriptor per tal de promocionar l'obra. A més a més, és el moment perfecte per renovar les relacions amb els clients – a nivell nacional i internacional – ja que és la millor manera de trobar-s'hi personalment i tancar contractes. La gran presència de professionals serveix per portar a terme de manera ràpida i satisfactòria la negociació de drets. Per això és tan important crear espais per a professionals i incentivar la participació d'agents i *scouts*. A part d'això, per aquells expositors que decideixen llogar un estand es tracta d'aprofitar l'oportunitat per vendre els exemplars que havien quedat en estoc i, alhora, promocionar les últimes novetats amb grans ofertes especials.

El públic que visita una fira del llibre pot tenir interessos diferents però, de ben segur, tots quedaran satisfets. Al recinte ferial s'hi pot trobar gent de característiques diverses que participa a la fira per motius diferents: per curiositat, perquè és un lector empedreït, perquè vol veure un escriptor mediàtic, per la quantitat de llibres que podrà fullejar, per assistir a alguna xerrada que li interessa, etc.

Les fires del llibre el que aconsegueixen és fer visible la creació de continguts culturals, mostren allò que passa darrere del teló de la indústria literària i l'activitat cultural: les

estratègies, els problemes... Serveix com a expositor d'un producte que, en més o menys mesura, ens pertany a tots i ho fa d'una manera diversa que permet viure l'experiència activament. Per això diem que es tracta d'una expressió cultural i d'identitat on les persones es veuran representades en diferents aspectes de la seva vida a partir de la diversitat i de la riquesa que ofereix un llibre; un receptari de cuina, una guia de viatges, un diccionari, un recull de poesia, un còmic... Cal subratllar la dimensió educacional que té una fira, la qual ha de crear un ambient propici per l'aprenentatge, l'experimentació i la creació per a petits i grans, lectors assidus o futurs lectors.

Per acabar, convé fer referència a Fabiano Dos Santos, que enumera els trets indispensables per a una bona fira de qualitat: la democratització de l'accés al llibre, la promoció d'espais per a la formació de lectors, la valorització del llibre i de la lectura, la promoció de la literatura i del coneixement i el foment de l'economia del llibre (Dos Santos, 2012).

Característiques principals del Saló Internacional del Llibre de Torí

El Saló Internacional del Llibre de Torí és una cita anual organitzada per la Fundació per al llibre, la música i la cultura que està coordinada per l'ajuntament de Torí, la província de Torí i la regió del Piemont. Es tracta d'un esdeveniment impulsat des d'un òrgan governamental que s'ocupa d'organitzar iniciatives culturals que impliquin de manera activa els ciutadans. El Saló del Llibre de Torí es basa en tres grans pilars conceptuals: crear un fòrum de discussió de temes d'actualitat i problemàtiques que afecten la indústria literària, ésser un punt d'encontre per a professionals i també reunir la més gran llibreria d'Itàlia.

El Saló, en primer lloc, conforma un espai comú en què convergeixen tot tipus d'iniciatives lligades al món de la literatura i de la cultura en general. Per uns dies Torí reuneix sota un mateix sostre a professionals de la indústria literària, lectors assidus i futurs lectors perquè puguin dialogar i aprendre els uns dels altres. Durant la celebració del Saló es presenten oportunitats tant per a especialistes que cerquen una informació més pràctica com per aquell públic comú que vol gaudir i apropar-se d'una manera més lúdica al món literari: com funciona la indústria del llibre, quins problemes i interrogants preocupen als professionals, assistir a presentacions de llibres... A banda d'això, el Saló del llibre vol erigir-se com un fòrum on es posen en comú diferents idees, on es fan debats, conferències, lliçons magistrals... El propòsit és comprendre la societat i el món en el qual vivim a través d'un diàleg entre cultures i idees. Per això els convidats provenen de disciplines diverses – científics, escriptors, filòsofs, historiadors, etc. – així com de nacionalitats diverses: la celebració de la fira apropa a subjectes diferents que tenen interessos comuns. Durant la fira es proposa una gran quantitat d'activitats amb la finalitat d'incentivar la participació del públic per tal d'enriquir l'experiència de visitar el recinte més enllà del fet de consultar una gran llibreria.

En relació a l'àmbit laboral, es configura com un punt de referència per a tots els professionals del camp literari; des de bibliotecaris a llibreters, traductors, agents literaris, il·lustradors, etc. Els treballadors de la indústria del llibre tenen espais dedicats als afers laborals on poden portar a terme les transaccions (espai *business*). Aquest serà el lloc ideal on establir contacte i aliances amb possibles clients. El gran públic que va a visitar la fira no s'involucra amb aquest tipus d'activitat, que es realitza separadament als altres esdeveniments i està exclusivament destinat als professionals.

A part d'això, és una excel·lent oportunitat per als editors. Per una banda, els petits editors aconseguen fer-se més visibles perquè poden donar-se a conèixer de manera equitativa enfront a aquelles editorials més grans i reconegudes. Nogensmenys, al Saló es pren en consideració als editors que tot just s'inicien en el negoci, tot oferint-los l'ajuda i l'empenta que necessiten. És per aquest motiu que hi ha una àrea dedicada exclusivament a aquests emprenedors (Incubatore), on es propicia l'oportunitat d'establir contactes i endinsar-se a la indústria del llibre amb més força. És important recordar la possibilitat que tenen els editors locals d'ensenyar la seva feina a nivell nacional i internacional. Tenint en compte que és el major Saló del Llibre d'Itàlia i que, a més a més, compta amb una bona reputació internacional, els editors poden aprofitar l'oportunitat per eixamplar perspectives i traspasar fronteres. És precisament per l'alta presència d'editorials que es tracta de la major mostra de llibres d'Itàlia. És l'única ocasió en què trobarem tants expositors d'editorials que presenten les seves publicacions i llibreries que poden ensenyar els seus millors productes. Com a gran llibreria d'Itàlia dóna la possibilitat als lectors de trobar les últimes novetats editorials, volums curiosos, llibres descatalogats, etc. Durant el Saló es donen cita a la ciutat representants d'editorials i llibreries de tot el país, i no només això sinó que, com que és una fira internacional, hi trobarem una especial presència de llibres d'altres nacionalitats. Gràcies al fet de convidar una literatura estrangera els visitants del Saló podran apropar-se en primera persona, a partir de la intervenció d'autors i professionals originaris, a una literatura estrangera en concret. Aquesta és

una oportunitat única per conèixer els millors autors contemporanis i clàssics que formen part d'aquesta literatura, que d'una altra manera potser passarien més desapercebuts als lectors.

El Saló Internacional del Llibre de Torí tots aquests anys s'ha caracteritzat per la voluntat que té de fer arribar la literatura als no-lectors. El Saló té una àrea dedicada als menors de vint anys des d'on es proposen diferents activitats que iniciïn als més petits en l'hàbit de llegir. És per això que es fa especial èmfasi al paper que juguen els pares i les escoles en la tasca d'ensenyar a un infant a aprehendre el gust per la lectura. A part d'això, es porten a terme multitud d'iniciatives fora del recinte ferial (*Salone off*) per tal d'involucrar tota la ciutat i arribar, fins i tot, a aquells que no visiten el Saló.

L'altre objectiu clar que s'ha proposat el Saló en els darrers anys és tractar l'impacte de les noves tecnologies. L'organització s'ha adonat que cal parar una atenció especial al fenomen de la digitalització en el qual es van veient immerses totes les disciplines. Progressivament la tecnologia va arribant a totes les facetes de la vida professional i quotidiana de les persones. Amb l'arribada d'aquests aparells tecnològics a les nostres vides la manera d'enfrontar-nos a la realitat també es veu afectada. A més a més, pel món de la literatura, la revolució digital està suposant un canvi de paradigma absolut. La indústria del llibre, en aquests darrers anys, s'ha aliat amb la indústria tecnològica fins al punt que el món literari cada cop se serveix més de les novetats digitals. A tall d'exemple, l'última edició (2012) tenia com eslògan "Primavera Digital" i va dedicar-se completament a la problemàtica de la convivència de la literatura en un món digitalitzat. Nogensmenys, l'aparició dels elements tecnològics, la importància dels dispositius digitals i el mercat en auge dels *ebooks* s'han convertit ja en un tema recurrent del Saló fins al punt d'haver creat específicament l'espai Book to the future.

Història del Saló Internacional del Llibre de Torí

Aquest any se celebra la XXVI^a edició del Saló del Llibre de Torí. Al llarg de tots aquests anys l'esdeveniment ha anat canviant i evolucionant; adaptant-se per igual a les necessitats dels professionals que a les demandes dels lectors. Edició rere edició s'ha anat renovant per oferir serveis interessants i actuals: incorporant noves àrees temàtiques, aprofundint en diferents aspectes culturals, buscant respostes a problemàtiques d'actualitat, etc.

Fou l'any 1988 que dos torinesos, el llibreter Angelo Pezzana i l'editor Guido Accornero – aquest últim en fou president fins l'any 1997 -, feren possible la creació i l'organització del primer Saló del Llibre de Torí. Així doncs, no obstant la polèmica amb la ciutat de Milà, que reclamava ésser seu de l'esdeveniment, els emprenedors torinesos van començar a organitzar-se i el mes de juliol de 1987 es va crear oficialment l'Associació per al Saló del Llibre, amb seu a Torí. Presidit per Guido Accornero, els vicepresidents foren Angelo Pezzana i Bianca Vetrino i el secretari general Andrea Montanari; comptaven amb el suport econòmic de Unió Industrial i Torí Exposició. Van celebrar una gran reunió on hi assistiren editorials destacades de tot el país: Mondadori, Rizzoli, De Agostini, Rusconi, FabbriBompiani, Feltrinelli, Adelphi, Longanesi, Mursia, Editori Riuniti, Electa, Einaudi, Bollati-Boringhieri i Utet; els quals van decidir posar tot els esforços possibles perquè es realitzés el primer gran Saló del Llibre d'Itàlia. Luciano Foà, fundador de l'editorial Adelphi comentava amb aquestes paraules què s'esperava de la fira "L'important és que al Saló hi arribi gent de tot Itàlia, perquè per vendre llibres als torinesos ja hi ha les llibreries" (Papuzzi, 1987). El finançament s'obtingué gràcies a l'aliança amb Unió Industrial i Torí Exposició, que van pagar les primeres despeses, a més a més d'aquesta ajuda, el Saló del Llibre es finançà gràcies als diners dels sponsors, als diners del lloguer dels estands i, per últim, a la contribució de les institucions locals i regionals. Aquesta primera edició va tenir molt més èxit del que s'esperava, amb més de 100.000 visitants i més de 200.000 llibres venuts. El Saló del Llibre va néixer amb la idea d'apropar la literatura a la gent d'una manera

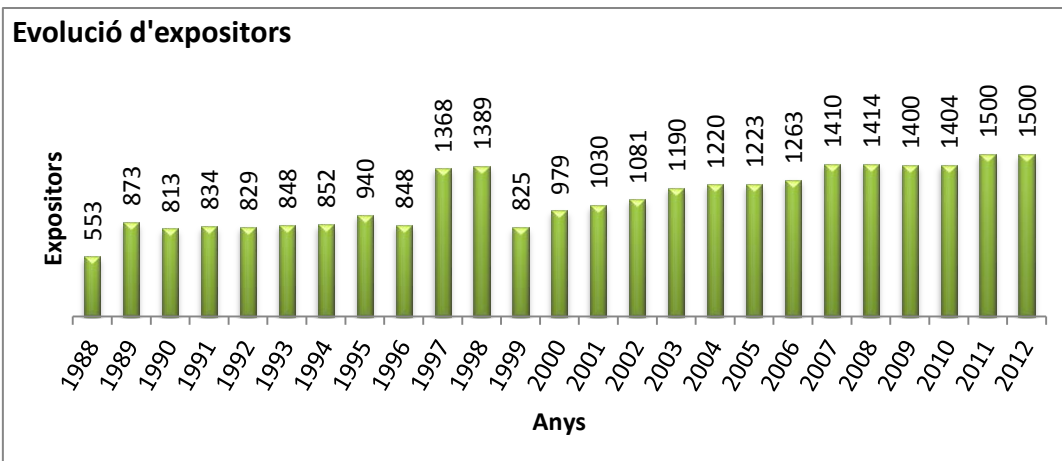
dinàmica i directa; a través de presentacions de llibres, encontres amb els autors..., l'afluència de públic i la venda d'exemplars demostren que la resposta de la gent va ser molt positiva.

El 1990, després de l'èxit aconseguit, es constituí la Fundació del Saló del Llibre que fou creat per l'Ajuntament de la Ciutat de Torí, la Província de Torí, la Regió del Piemont i d'altres entitats entre les quals cal destacar la *Camera di Comercio*, l'*Istituto San Paolo* o la *Casa del Risparmio*. El comitè format per les tres institucions governamentals es van tornant la presidència de coordinament anualment, paral·lelament a la presidència administrativa. Durant la dècada dels 90 el Saló es va realitzant any rere any amb notable èxit. El 1999 per dificultats econòmiques i divergències organitzatives entre els empresaris privats que havien creat la marca hi hagué canvis en la directiva. A partir d'aquí l'organització i la responsabilitat de l'esdeveniment recaigué en mans de la Regió del Piemont, que en confiaren la gestió a la Fundació per al Llibre, la Música i la cultura: des d'aquell moment el Saló s'anomenà "Fira del llibre". Tanmateix, tornà a recuperar el nom original alguns anys després. El següent gran canvi que visqué la fira fou el 2002. La cita anual amb el món literari s'havia consolidat del tot i, precisament per aquest motiu, la fira havia d'actualitzar-se, havia arribat el moment de fer un altre pas endavant. La Fira del Llibre de Torí va obrir les seves portes al món i va apostar per una renovació encapçalada per l'emblema de la internacionalització. És a partir d'aquell moment que s'encetà la tradició de convidar una literatura estrangera a exposar les seves obres i escriptors més emblemàtics a la fira.

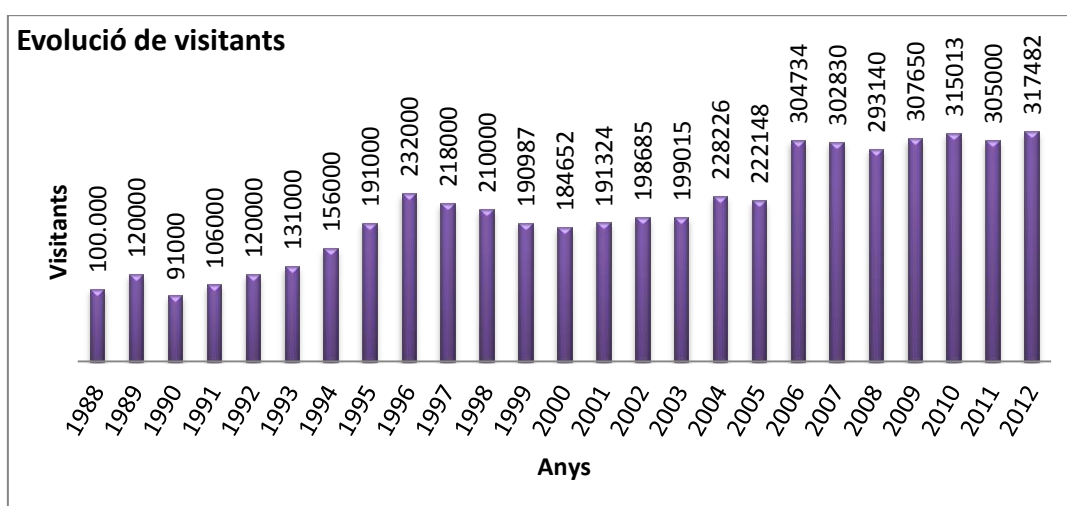
L'altra gran novetat de l'edició del 2002, en relació a la voluntat d'internacionalització de la fira, fou la creació de l'*Internacional Book Forum*. Aquest espai està especialment dedicat a l'intercanvi de drets que permetin la traducció de les obres; l'objectiu és, doncs, afavorir els negocis entre professionals provinents de diversos indrets. El 2004 la ciutat obtingué un reconeixement per part de l'UNESCO, que proclamà Torí, juntament a Roma, Capital Mundial del Llibre pel 2006-2007. Al llarg d'aquest any es portaran a terme activitats relacionades amb la literatura a ambdues ciutats. A Torí, per exemple, es va proposar un programa d'activitats basat en el significat dels signes de puntuació: cada barri de la ciutat es va ocupar d'un signe a partir del qual es desenvolupava tota l'acció. A part d'això, evidentment, a l'edició del Saló d'aquell any es van realitzar activitats especials referents a aquest nomenament.

El 2012 es va fer la celebració del 25è aniversari. Vint-i-cinc anys en què el Saló ha estat capaç d'organitzar un esdeveniment que crea expectatives i que és d'utilitat per molta gent. El Saló del Llibre ha sabut, edició rere edició, tractar temes apassionants que preocupaven i interessaven tant als professionals com a la resta de públic. Cada any es van incorporant noves seccions, activitats diverses, punts de vista innovadors, apostes arriscades..., amb la finalitat que la fira estigui sempre al dia. El Saló Internacional del Llibre de Torí ha aconseguit guanyar-se la confiança dels expositors, tant la d'aquells que van col·laborant a la fira cada any com la d'altres que exposen per primera vegada i veuen una oportunitat única per fer-se visibles. És per aquest motiu que cada any són més els expositors que decideixen ésser presents a Torí. Paral·lelament, els ciutadans reconeixen el Saló com un esdeveniment especial en què poden viure en primera persona una experiència cultural rica i plural, així com un mode diferent de fullejar llibres i apropar-se a la literatura. La reputació del Saló durant aquests anys ha anat augmentant fins al punt d'ésser una de les fires de llibres d'Europa amb més renom i, el que és més important, amb més visitants.

En aquests gràfics podem veure l'evolució en la participació a la fira al llarg de totes les edicions que s'han celebrat; sigui en la presència d'expositors com de visitants.



Il·lustració 1: Evolució d'expositors. Dades extretes del web <http://www.saloneibro.it/>



Il·lustració 2: Evolució de visitants. Dades extretes del web <http://www.saloneibro.it/>

Altres fires del llibre a Itàlia

La idea de crear una gran fira del llibre sorgeix per necessitat ja que Itàlia no en tenia cap i, per aquest motiu, s'havia quedat enrere respecte a altres països europeus. Així doncs, el Saló del Llibre de Torí neix per satisfer una gran mancança en el mercat italià. A nivell europeu trobem moltes fires dedicades al llibre: Alemanya, Anglaterra, França i Espanya ja feia anys que celebraven la seva pròpia fira del llibre i, en alguns casos, com per exemple la *Buchmesse*, ja havia iniciat una estratègia internacional des del 1986. El Saló de Torí, doncs, va emmirallar-se en aquestes grans fires europees però, sobretot, en el Saló del Llibre de París. Aquestes dues fires, respecte a les altres esmentades, estan obertes a tot tipus de públic; és a dir, no es tracta d'un esdeveniment exclusiu per a professionals – com és el cas de la Fira del Llibre de Londres o la LIBER – sinó que dedica gran part de les activitats als lectors i al públic general. Es tracta de dues perspectives diverses: en un cas es posa èmfasi a l'oportunitat de negoci i, per aquest motiu, la fira gira entorn als encontres entre professionals i empreses que intercanvien drets, discuteixen sobre problemàtiques de la indústria literària o s'ajornen sobre les últimes novetats; en l'altre cas, es porten a terme iniciatives de tot tipus en què s'involucra el públic amb l'objectiu d'apropar la literatura, l'acte de lectura i allò que envolta el món del llibre

a una audiència no sempre experta. Com hem vist anteriorment, el propòsit de Torí és trobar un terme mig en què es satisfacin les necessitats de tots els col·lectius.

Itàlia en els darrers anys ha assolit un equilibri en què les diferents fires del llibre que se celebren puguin conviure en harmonia. Les fires més rellevants del país han sabut singularitzar-se de manera que cadascuna d'elles ofereix experiències i activitats diferents a un públic determinat. A part del Saló Internacional del Llibre de Torí cal destacar la Fira del Llibre per a nens de Bolonya, el Saló Internacional del Còmic de Nàpols i la Fira per a Editorials petites i mitjanes de Roma. La Fira de Bolonya és la més antiga de totes, havent celebrat l'any 2013 la seva cinquantesima edició. Aquesta fira es diferencia de les altres per dues característiques especials: per una banda, no està oberta a tot el públic sinó que només hi poden assistir els professionals del sector; per altra banda, es dedica exclusivament a la literatura per a infants. Nogensmenys, es tracta de la fira per a editorials infantils més important a nivell mundial i, per tant, la presència de visitants internacionals és molt elevada. És una bona oportunitat per a debatre sobre temes cabdals en l'edició de llibres per a mainada i, a més a més, conforma un mercat d'intercanvi de drets d'autor excepcional. El Saló del Còmic, en canvi, com el seu nom indica està dedicada completament als còmics. Des de la Comicon es proposen un sèrie d'iniciatives que introdueixen el públic al món del còmic i de l'animació amb l'objectiu de remarcar la importància del còmic més enllà del simple entreteniment.

Per últim, a Roma s'hi porta a terme un saló en el qual les protagonistes són les petites i mitjanes editorials, les quals tenen l'oportunitat d'exposar els seus productes perquè els visitants puguin conèixer la seva feina. Aquesta activitat és important perquè ajuda a aquestes editorials a fer-se més visibles enfront a les editorials més grans i reconegudes pels lectors. A més a més, es realitzen encontres en què els professionals del sector discuteixen sobre quines estratègies seguir per aconseguir un major èxit i ésser igual de competitives que les grans editorials. Així doncs, Itàlia ofereix un bon ventall de propostes relacionades amb la literatura en diferents llocs del territori. El Saló del Llibre de Torí podríem dir que és el que reuneix en un sol punt d'una manera més general el que trobem a les altres fires. El Saló de Torí posa èmfasi en l'acte de la lectura així com en la literatura en si. Té en compte, des de perspectives diferents, tant les necessitats dels professionals com les expectatives dels lectors. Per tant, el que es presenta a Torí és un espai plural on divergeixen tots els punts de vista, tots els gèneres literaris, tots els professionals de la indústria, tots els tipus de lectors... Existeix la possibilitat de fer una aproximació en diferents àmbits del camp literari per conèixer d'una manera àmplia el funcionament de la indústria, consultar multitud de llibres o discutir sobre diferents temes d'actualitat.

Planificació del Saló Internacional del Llibre de Torí

Organitzadors i promotors

El Saló del Llibre de Torí actualment està promogut per part d'òrgans governamentals: la Presidència de la República Italiana, la Regió del Piemont, la Província de Torí i la Ciutat de Torí. És a dir, l'esdeveniment es fa gràcies a l'actuació del govern que és qui vetlla perquè la fira es pugui celebrar en òptimes condicions. Per garantir la tasca organitzativa del Saló del Llibre es va crear, com hem vist, la Fundació per al llibre, la música i la cultura.

A part de la inversió institucional hi ha moltes altres empreses privades que decideixen patrocinar l'esdeveniment. Els principals patrocinadors són Intesa San Paolo, BNL, Bluefin, Vodafone, Vueling, Tiger, Unieuro i Gran Soleil. Les empreses que opten per col·laborar amb el Saló de Torí són moltes i molt diverses, provinents de disciplines molt diferents. Entre aquests socis hi podem trobar diaris, cadenes radiofòniques, revistes..., i, sobretot, portals online que promouen la cultura, els llibres o, fins i tot, la digitalització (Rai, Ansa, La Repubblica, La Stampa, Hub09, ITS, Techno News, Books Web, Blogio, Radio Grp, Radio Veronica One, Extra Torino, Gli amanti dei libri, Cool Torino). La segona tanda de patrocinadors està relacionada amb la faceta més pràctica i tècnica de la fira, hi trobem empreses d'alimentació, empreses de transport, agències de viatges, muntadors d'estructures, etc. (Acqua Sparea Sorgente, Italo, GTT, Tobike, Guido Gobino, Enoteca Regionale di Canelli e dell'Astesana, Pausa Café, Fiat, Sagat, Demode, Fratelli Carli, Bialetti, Girmi, Placejam, 4Marketing, Ventana group, Netten).

Espais, expositors i propostes

El recinte firal on se celebra el Saló del Llibre de Torí compta amb quatre pavellons que ocupen aproximadament una extensió de 50.000m². La Fira del Llibre està composta per expositors i sales de convencions que comparteixen protagonisme en l'esdeveniment i són els responsables de mostrar al públic la indústria del llibre des de diferents perspectives.

Durant la celebració del Saló del Llibre aquest espai està ple d'expositors amb desenes de llibres ordenats segons diferents seccions temàtiques. Enguany hi havia trenta quatre espais diferents; entre sales, laboratoris, àrees temàtiques i expositors especials. Aquesta mena de composició serveix per diferenciar l'oferta editorial i d'activitats. Gràcies a això, el públic pot orientar-se millor per la fira, sap on s'ha de dirigir segons allò que està cercant i es relaciona cada espai a un tema.

Els espais temàtics serveixen per donar cabuda a diferents aspectes de la indústria del llibre: els llibres de cuina, les editorials petites, els llibres de literatura infantil i juvenil, llibres de caire religiós, novetats electròniques, etc. A cada àrea s'hi troben una sèrie d'expositors i altres espais dedicats a les activitats que es porten a terme en relació a la temàtica, per exemple, exposicions. Els laboratoris són espais molt importants - sobretot al pavelló dedicat als infants – perquè és un lloc on el públic té l'oportunitat d'experimentar i conèixer en primera persona eines pròpies del sector del llibre. Per últim, la gran quantitat de sales que trobem per tot el recinte són el lloc destinat a la discussió i a la reflexió al voltant de les problemàtiques que s'exposen a partir de la intervenció d'especialistes. Al llarg de la celebració es porten a terme conferències, presentacions de llibres, debats..., que es porten a terme en aquests espais tancats on els assistents poden des d'escoltar el seu escriptor preferit a informar-se d'una qüestió particular de la indústria del llibre.

Els estands són l'eina clau de les fires, serveixen, durant aquests dies, per representar l'activitat que es porta a terme en una empresa, institució o associació en particular. L'estand pot ser, així doncs, un punt de venda però també de promoció, d'encontre i d'experimentació.

És l'oportunitat perfecta perquè l'usuari faci petits tastets de la producció editorial italiana i, fins i tot, d'alguna representació estrangera. Gran part dels expositors són d'editorials que participen a la fira per vendre i promocionar els seus llançaments; cada cop més, però, hi assisteixen empreses electròniques que presenten els seus nous productes. A banda d'això, hi ha estands especials en commemoració a algun escriptor o alguna iniciativa especial segons l'edició. En aquest cas parlem d'iniciatives preparades per part d'associacions culturals d'Itàlia que porten a terme projectes en col·laboració amb l'organització del Saló del Llibre amb la intenció d'apropar als visitants l'obra d'algun autor italià en concret. Ésser present al Saló Internacional del Llibre de Torí és una ocasió perfecta per donar-se a conèixer i fer promoció de la pròpia activitat.

Durant els dies que se celebra el Saló del Llibre a Torí es porten a terme multitud d'activitats. L'esdeveniment s'organitza a partir d'una part estàtica d'expositors que mostren i venen els seus productes, si bé que, paral·lelament, es realitzen altres iniciatives més actives. En aquestes activitats poden involucrar-s'hi els visitants de la fira, els estudiants italians i, per últim, els escriptors: concursos, trobades amb els escriptors, elaboració d'entrades a un bloc, etc. El gran ventall de propostes que presenta el Saló Internacional del Llibre de Torí és un dels trets que més atrau al públic a l'hora d'apropar-se a l'esdeveniment – sigui visitant el recinte ferial o participant en les accions que es realitzen per la ciutat -. Les activitats que es porten a terme al Saló giren entorn d'una faceta concreta de la indústria del llibre i, alhora, estan relacionades amb alguna de les àrees temàtiques comentades anteriorment.

Tema com a fil conductor

Des de la primera edició que es va celebrar del Saló del Llibre, l'esdeveniment s'ha caracteritzat pel fet que cada any s'escull un tema central a partir del qual giren les activitats que es realitzen durant la celebració de la fira. Sempre es tria algun tema relacionat amb la indústria del llibre o propi de la literatura. Es tracta d'una excusa que permet, per una banda, discutir sobre una problemàtica en concret a nivell professional; per altra banda, mostrar al públic un aspecte divers del sector del llibre. En les passades edicions s'han tractat temes com la identitat cultural, l'humor, els secrets, la veritat i la mentida, la natura, el temps, la digitalització...

Enguany el tema conductor ha estat la creativitat i la cultura del projecte, expressat en l'eslògan "*Dove osano le idee*" (on arrisquen les idees). A partir d'aquí, el Saló del Llibre proposa reflexionar sobre el procés de creació no només d'artistes sinó també d'especialistes de diverses disciplines. La creativitat és l'element necessari que fa possible l'avanç en tots els camps; des de l'economia, la moda, la literatura o la política. Les grans preguntes que es van formular són: d'on sorgeixen les idees? La creació és fruit d'una inspiració espontània o d'una constant? Com podem saber quan estem davant d'una gran idea? Quines són les estratègies dels artistes, els científics, els tecnòlegs; com es crea una obra? Es tracta de recordar que els projectes i les creacions són el fruit d'un mètode i una estratègia rigorosa; del coneixement d'una tècnica i d'un llenguatge que fan possibles la conversió d'una idea en quelcom més material i visible.

Per discutir sobre tots els interrogants que desperta el concepte de creativitat i projecte es portaren a terme durant el Saló un seguit de conferències en què professionals experts vinguts de diferents països exposaren el seu discurs. Aquest any hi havia programats vint-i-dos encontres en relació al tema de la creativitat. A través d'aquestes intervencions es van mostrar als assistents diferents formes de veure la creativitat i, en definitiva, de quina manera la humanitat ha anat evolucionant: des de l'art de l'arquitectura i com crear edificis des de zero; quines actituds i capacitats han permès que l'*Homo Sapiens* sigui superior gràcies a la fantasia i el llenguatge; la importància de l'emprenedoria a l'hora de canviar conceptes tradicionals en la

indústria i els recursos humans, etc. D'aquesta manera es confirma la importància de la creació, la invenció, la innovació i el risc a l'hora d'ésser capaços de fer néixer noves idees que ajudin a millorar la condició de l'ésser humà. La creativitat està present en la ment dels grans genis però també en els actes més absurds i necessaris del dia a dia.

Literatura convidada

El 2002 el Saló del Llibre de Torí esdevingué el Saló Internacional del Llibre de Torí. Aquesta obertura internacional es fa patent en diversos aspectes del funcionament i el contingut de la fira però de tots els canvis que es van realitzar cal subratllar la iniciativa del país hoste. Al llarg d'aquests onze anys han participat al Saló de Torí: Catalunya, Suïssa, Canadà, Grècia, Portugal, Brasil, Lituània, Israel, Egipte, Índia, Rússia, Romania, Espanya i, el 2013, Xile.

A cada edició es convida a una nació a ésser present al Saló per poder mostrar al públic italià – i als professionals vinguts d'arreu – com és la seva literatura clàssica i contemporània, els trets característics de la seva cultura i les figures històriques més emblemàtiques. El Saló dedica un espai exclusiu perquè aquest país convidat pugui exposar els seus llibres; per a la realització de conferències i presentació de llibres del país. A més, s'organitzen una gran quantitat d'activitats relacionades amb la cultura i la tradició literària nacional. Així doncs, per a aquest país es tracta d'una oportunitat única de mostrar el seu producte en un lloc ple de públic lector i de professionals del sector. L'exposició de llibres i la realització d'activitats ha de servir per ensenyar, més enllà de les pròpies fronteres, una identitat i cultura pròpies.

Altrament, els professionals d'aquell país tenen l'oportunitat de personar-se al Saló del Llibre com a convidats especials i porten a terme la compra venda de drets amb altres companys. Evidentment, el fet que es dediqui l'edició de la fira a la literatura d'un país repercuteix de manera positiva en l'interès d'editors i agències a l'hora de conèixer obres i autors i adquirir-ne els drets per a la publicació o traducció de textos cèlebres d'aquell país. A més, les activitats que es porten a terme serveixen també perquè els visitants de la fira s'apropin a una altra cultura i tinguin més interès per aprofundir en uns costums i unes tradicions que potser no coneixien.

Promoció online

Importància d'internet

Internet es configura com un espai polifacètic en què convergeixen usuaris de tipologies diverses amb aspiracions i objectius diferents però que, malgrat això, conviuen i, fins i tot, poden interactuar entre ells. Es tracta d'un *macrocosmos* on es troba informació, coneixements, entreteniment...; un espai on els internautes, al cap i a la fi, esperen trobar allò que busquen i, per tant, satisfer unes necessitats molt determinades. El grau d'implicació amb què aquests usuaris es mouen per la Xarxa comporta una sèrie de transformacions que fan evolucionar ràpidament tant els continguts que s'hi troben com el seu funcionament. És a dir, els internautes han assolit un rol importantíssim en aquest espai virtual fins al punt d'esdevenir "súper-usuaris" que creen, formulen, canvien..., en definitiva, personalitzen aspectes de la Xarxa segons els seus interessos. Parlem, aleshores, tal com explica A.M. Fumero del pas del web 1.0 (web de dades) al web 2.0 (web de les persones) (Fumero, 2007). L'era 2.0 es singularitza pel seu caràcter social; la Xarxa s'ha convertit en l'espai idoni per a la comunicació i la relació entre persones que intercanvien informació i coneixements gràcies al suport de la tecnologia. La clau fonamental del desenvolupament d'Internet és que els usuaris troben en la Xarxa una realitat complementària on poden també desenvolupar tot tipus d'activitats: llegir notícies,

buscar feina, conèixer gent, comprar roba, etc. El ventall de possibilitats i novetats que ofereix Internet atrau cada vegada més usuaris i, paral·lelament, les empreses senten la necessitat d'ésser presents a la Xarxa per establir contacte amb els seus clients. Descobrir els gustos i les necessitats dels usuaris en diferents aspectes de la seva quotidianitat permetrà a les empreses conèixer millor els seus consumidors i, al capdavall, crear una comunitat. De la mateixa manera, les institucions públiques també han anat creant webs oficials amb la intenció d'informar el públic i oferir serveis de manera virtual.

Adonant-se de la importància de fer-se visibles a la Xarxa, el Saló Internacional del Llibre impulsà la creació d'un web com a portal de presentació. Els encarregats de l'edició virtual del contingut i del disseny del web són l'agència de comunicació Ars Media i l'empresa Risolviamo s.r.l., que treballen conjuntament amb la Fundació pel Llibre, la Música i la Cultura. Des de l'organització del Saló es vol treure rendiment d'Internet des de dues perspectives diferents: per una banda, per donar informació sobre el Saló al públic que s'interessi per l'esdeveniment; per l'altra, per promocionar el Saló del Llibre i apropar-lo a tot tipus d'usuaris. Cal valorar, així doncs, el paper d'Internet com a eina per donar-se a conèixer amb la finalitat d'augmentar el nombre de participants a la fira. La Xarxa s'ha convertit en una plataforma excel·lent per fer-se publicitat des del moment en què els usuaris van començar a navegar per Internet d'una manera activa i autònoma. A part d'això, com veurem més endavant, sovint són els propis usuaris que difonen la informació tot promocionant allò que a ells els atrau. Genís Roca (Roca, 2007) ho expressa amb aquestes paraules:

“Y parece ser que en un futuro bastante inmediato la capacidad social y relacional que hay tras el concepto de la Web 2.0 también va a ser un requisito para sobrevivir: los consumidores están más informados y más conectados, y toleran cada vez peor a las empresas que no están conectadas, que no escuchan, que no participan, y que no entienden los mercados como conversaciones.”

Tenint en compte aquestes paraules es fa patent que el pitjor que li pot passar a una empresa és que algun internauta la cerqui a la Xarxa i no obtingui resposta. Encara que en aquest cas no es tracta estrictament d'una empresa, cal considerar que les necessitats del Saló Internacional del Llibre són similars ja que és primordial obtenir un rendiment econòmic que justifiqui la inversió. Així doncs, el que es fa des del web del Saló és facilitar el màxim la informació sobre la fira i les seves activitats per tal de donar un servei als interessats, a la vegada que es vol atreure el major número de visitants possible. Analtzarem a continuació de quina manera s'utilitza el lloc web per tal de maximitzar els resultats.

Web com a punt d'informació i de promoció

El web oficial del Saló Internacional del Llibre de Torí ens dóna la benvinguda amb una gran capçalera on es mostra la imatge del tema de l'edició del 2013: una avioneta i uns estels de paper que evocuen a la inspiració i a la creativitat. Des del primer moment l'internauta rep informació pràctica de la propera edició: el tema, la imatge de la campanya i la data. Si l'usuari navega per la pàgina més enllà de la portada es trobarà amb una gran quantitat de dades molt útils, tant per apropar-se a la manera de treballar del Saló del Llibre com per conèixer en profunditat allò que succeirà durant el Saló d'enguany.

La pàgina conté molta informació sobre el Saló, que podríem classificar segons si és de caire general o, al contrari, sobre detalls de l'edició del 2013. És a dir, per una banda hi podem trobar una descripció sobre què és el Saló del Llibre: de què tracta, qui l'organitza i la història del saló. Aquestes dades serveixen perquè l'internauta pugui conèixer allò que hi ha darrere del Saló i cadascuna de les seves edicions d'una manera introductòria. A més a més, es posa a disposició informació addicional com, per exemple, un estudi de la dimensió econòmica del saló. Per altra banda, hi trobem contingut referent a la propera edició, a la qual es dedica la major part de l'espai. La informació disponible és molt elevada i va augmentant a mesura que

s'acosta l'esdeveniment: per exemple, cal destacar la incorporació a la capçalera - després de la presentació oficial de la XXVI edició del Saló Internacional del Llibre de Torí del 23 d'abril – d'un calendari des del qual podem accedir a les activitats dia per dia; o, si ho preferim, fer una recerca al programa a través d'una paraula clau. El web s'organitza a partir d'un menú principal connectat a una gran quantitat de seccions dedicades als espais i activitats especials que tindran lloc a la fira. D'aquesta manera, s'aconsegueix que la informació sigui concisa i especialitzada. Així doncs, hi podrem consultar des de la informació més bàsica – quins dies se celebra el Saló d'enguany, horaris, etc. – a la més específica – llista d'esdeveniments desglossada per àrees i hores -.

A part d'això, el web també té la voluntat de donar servei directe a les persones que tenen intenció de participar al Saló. En primer lloc, els expositors trobaran tota la informació dels passos que cal seguir per tenir un estand: la normativa de seguretat, els documents que cal omplir per inscriure's, etc. En segon lloc, trobem un espai per als professionals que poden entrar a la fira amb una acreditació especial. Està dedicat a tots aquells que treballen en la indústria literària: traductors, bibliotecaris, il·lustradors, distribuïdors, etc. També es fa una atenció especial a la premsa i a les escoles, a través de seccions específiques on s'aclareix de quins avantatges poden gaudir. En tercer lloc es facilita al públic general l'accés a la compra online de les entrades.

Es pot sobreentendre que a la vegada que s'està informant també s'està promocionant el Saló del Llibre, perquè cal tenir en compte que l'objectiu final de la fundació és atraure el major nombre de públic. Per aquest motiu, sovint l'acció d'informar i promocionar es poden confondre ja que en realitat són gairebé indistingibles. No obstant això, des del web es fa èmfasi a certs aspectes del Saló que puguin cridar l'atenció d'una manera directa als usuaris i, així, augmentar les possibilitats que es decideixin a visitar el Saló del Llibre. Per aquest motiu, a la portada inicial de la pàgina, hi trobarem les principals notícies i novetats referents a la present edició: es destaquen, per exemple, els convidats d'honor que hi haurà aquest any. Més enllà d'això hi ha una secció especial dedicada a les ofertes disponibles a Torí – relacionades amb la cultura - aprofitant l'estada a la ciutat de molts dels visitants de la fira. A més a més d'això, és clar, es fan promocions lligades al Saló Internacional del Llibre: ofertes en el transport, ofertes a l'hora de comprar les entrades anticipadament, etc.

La convivència al món virtual entre internauta i Fundació generarà un intercanvi gratificant tant per l'un com per l'altre: l'usuari podrà cercar al web la informació que necessiti i, d'aquesta manera, descobrirà una sèrie de dades que li seran útils; a la vegada, des del Saló del Llibre es podrà dur a terme una tasca de promoció de la feina que fan i han fet any rere any amb cadascuna de les edicions, parant especial atenció en allò que es realitzarà durant la següent fira. Tenir un bon web elaborat a consciència augmentarà el prestigi del Saló i, a la vegada, la confiança que les persones tindran en l'esdeveniment i els seus promotors. La pàgina web ha de ser un portal de presentació que conquisti els usuaris. Cal tenir en compte que, en la majoria de casos, un internauta que explori el web del Saló del Llibre ho fa perquè ja està interessat prèviament en l'esdeveniment i per això ha cercat la pàgina. És per aquest motiu que a l'hora de crear els continguts és necessari pensar quines preguntes es pot formular aquest usuari i quina és la millor manera – amb claredat, concisió i ordre – de respondre-les. Les pàgines web en Xarxa són una eina única per exposar un treball d'una manera permanent, dit d'una altra manera, l'internauta podrà navegar per la pàgina ininterrompudament perquè és quelcom que està sempre disponible. La "presència 24 hores" que permet la Xarxa és una nova via per explotar quant a l'accés al contingut i a la promoció de les activitats perquè es tracta d'una manera de concebre la interacció diversa al punt de vista tradicional.

Comparació amb els webs d'altres fires europees

És interessant observar quin ús del web fan en alguna de les altres fires del llibre que se celebren a Europa. Cadascuna de les fires literàries que es realitzen al continent tenen la seva pròpia web, que es fa servir no només per informar sobre les novetats sinó per gestionar l'organització prèviament a l'encontre o donar accés als continguts relacionats amb la fira. Els webs que hem consultat, a banda d'aquell del Saló de Torí, són: el de la Fira del Llibre de Frankfurt, la Fira del Llibre de Londres, el Saló del Llibre de París i la LIBER.

Per començar, visitar els webs de les diferents fires en un mateix període permet veure de quina manera es va promocionant l'esdeveniment i quin tipus d'informació es dona en relació al temps que ha passat de la darrera edició o el temps que falta pel proper encontre. L'activitat a les pàgines augmenta a mesura que s'apropa el gran esdeveniment: informació detallada sobre el programa, es publica el nom dels convidats...; o, en canvi, si encara falta molt de temps, el que es pot veure al web són informacions més pràctiques i, sobretot, dedicades als expositors i professionals: les dates de la següent edició, com inscriure's al saló, etc. Prenent com a exemple les dues fires esmentades que se celebren a l'octubre: la pàgina de la Fira de Frankfurt està molt més actualitzada que la de Liber; ja que la primera dedica tota l'atenció a donar informació sobre la propera edició – Brasil com a país convidat, els temes de la fira del 2013, etc. – en canvi, el web de la Liber encara mostra en primer terme tot el contingut de l'edició del 2012.

Un altre punt a tenir en compte és el tipus de públic que visita el saló perquè això condiciona en gran mesura l'estil del web. Fent una ullada a les diferents pàgines es pot veure fàcilment vers qui es dirigeix la major part de la informació. La de Londres i la Liber són fires dedicades exclusivament a professionals, per això al web hi trobem articles i vídeos que tracten temes d'actualitat per als treballadors del sector o, fins i tot, informació pràctica per programar la visita a la fira. Tanmateix, les altres tres fires no són tan selectives i proporcionen un contingut més ampli per a qualsevol tipus de públic. El web del Saló del Llibre de París conté dos espais completament dividits segons si l'usuari és un professional o no, de manera que la informació està especialitzada tenint en compte el tipus de visita al saló. Respecte al Saló del Llibre de Torí, com que es tracta de la fira europea amb més visitants no professionals, posa molt d'èmfasi en la informació que dona als usuaris tot mostrant els punts més interessants i atractius de la fira per al gran públic. A més a més, del web de la Fira de Torí cal destacar el fet que tingui seccions especialment dedicades al públic jove i infantil, fet que denota el propòsit del saló en fomentar l'interès per la lectura. A part d'això, disposa d'una secció en forma de bloc a partir del qual es dona veu a un grup d'adolescents que treballa en el projecte del saló des de l'institut. Pel que fa a la internacionalitat del web, la fira que més destaca la vessant internacional és la de Frankfurt, la qual té una secció només per aquest contingut, on hi podem trobar informació sobre col·leccions internacionals, oficines internacionals, programes de traducció...

El Saló del Llibre de Torí ha optat per separar l'espai més internacional de la fira de la resta (aquesta àrea és, a més a més, l'única exclusiva per a professionals). Així doncs, existeix un web independent on es pot consultar tot allò que té a veure amb l'*International Book Forum*. No obstant això, totes les pàgines webs ofereixen l'opció de canviar l'idioma per tal de fer assequible el contingut als usuaris estrangers. Tot i que, malauradament, en tots els casos només hi ha l'opció de la llengua nacional i de l'anglès. A més a més, cal destacar que només en els casos de la Fira de Frankfurt i de la Liber (evidenciant el cas de la Fira de Londres, on l'anglès ja és la llengua oficial del país) la informació que s'exposa tant en una llengua com en l'altra és la mateixa; contràriament, el web del Saló del Llibre de Torí i el web del Saló del Llibre de París no presenten el mateix contingut sinó que la informació és molt més completa en versió original.

En conclusió, les pàgines webs de les fires més emblemàtiques d'Europa ofereixen serveis pràctics als professionals, expositors i públic però, sobretot, als dos primers; incorporant al web seccions dedicades a donar respostes pràctiques i específiques, a tramitar la inscripció online o organitzar-se l'agenda i les cites laborals durant la fira. Es tracta també d'un espai comú on els professionals interessats poden mantenir-se en contacte i informar-se de les novetats entre edició i edició. Més enllà d'això, per les fires obertes a tot tipus de públic, és molt important fer servir el web com un mitjà per a promocionar-se i difondre el treball de l'organització. El web del Saló de Torí, en relació als altres, és el que involucra més activament als usuaris. El saló té com a principal propòsit fer-se amè al públic no-lector, als infants i als joves i aquesta faceta es projecta també en el web – secció *under 20, bookblog* -.

Ús de les xarxes socials

Tornant al concepte del web 2.0, hem dit anteriorment que una de les característiques principals d'aquest canvi rau en la socialització que ha patit la Xarxa. En conseqüència, en els últims anys Internet està vivint un autèntic *boom* en la proliferació de xarxes socials; per una banda van sorgint nous *social network* que intenten captar l'atenció dels internautes i, per altra banda, aquells portals que no havien nascut amb la idea d'ésser una Xarxa social van incorporant elements que n'imiten les peculiaritats. Aquest tipus de webs permeten als internautes implicar-se d'una manera activa i directa en les activitats que es poden portar a terme a la Xarxa; són el màxim representant de dinamisme i interactivitat. Aquest tipus d'estructures socials s'han anat convertint en els grans fòrums virtuals. Per aquest motiu, no només es basen en proporcionar la comunicació entre usuaris sinó que també s'ha convertit en un espai on circula tot tipus d'informació i, per tant, una eina per les empreses i associacions de tot tipus que troben un aparador per mostrar les seves activitats.

És important que el Saló del Llibre sigui present en diversos webs socials perquè, d'aquesta manera, s'apropa i es fa amè a part del seu públic. Es dóna la possibilitat als usuaris de mantenir-se informats sobre les novetats del Saló; afegint-hi la comoditat que no cal visitar el web oficial sinó que les notícies arriben directament a les pàgines habituals de l'internauta. Així doncs, a través dels perfils socials és útil compartir de manera dosificada allò que també es va afegint al web del Saló Internacional del Llibre; gràcies a això s'aconsegueixen dues coses: en primer terme, el seguidor del perfil és conscient de les novetats progressivament i està en contacte amb l'esdeveniment; en segon terme, existeix la possibilitat que el seguidor comparteixi la informació i, per tant, que el contingut arribi a altres usuaris que no coneixien el Saló Internacional del Llibre de Torí. Actualment, existeixen noves vies per explotar a l'hora de connectar amb l'audiència; en aquesta tasca Internet i l'ús de les xarxes socials tenen un paper fonamental.

Enrique Dumas divideix els tipus de consumidors en "unidireccionals", "socials" i "originadors". Les organitzacions que creen perfils en xarxes socials s'aprofiten, en certa manera, dels consumidors "socials", que són aquells usuaris de xarxes socials els quals s'informen a partir d'allò que els seus contactes comparteixen o comenten o, fins i tot, dels "originadors" que són aquells que s'informen en fonts originals i que comparteixen les dades en les xarxes socials (Dumas, 2005). Dit d'una altra manera, gran part de la promoció que es fa virtualment és gràcies als propis "amics" del Saló.

El Saló Internacional del Llibre de Torí utilitza diferents plataformes socials. Podríem dir que hi ha un tipus de webs més dinàmics en què l'organització de la fira a partir d'un perfil dóna informació i interactua amb els usuaris de manera directa, com ara Facebook i Twitter. A part d'això, existeixen altres pàgines a partir de les quals és possible compartir notícies relacionades amb l'esdeveniment gràcies a la col·laboració dels visitants del Saló, com per exemple Flickr o Pinterest que permetrien carregar fotos a títol individual. En definitiva, el que

importa és facilitar l'activitat de compartir i aconseguir, així, ésser present en multitud d'espais diferents de la Xarxa per tal d'arribar, d'una manera o altra, a oïdes de molts internautes.

Taula 1: Seguiment de la repercussió a Internet durant el Saló del Llibre. Dades extretes del web <http://www.salonelibro.it/>

Any	2012	2013
Visites al web	295.000	340.000
Seguidors a Twitter	Augment de 1.900	Augment de 1.144
Amics a Facebook	Augment de 12.000	Augment de 11.600
Ús de l'etiqueta #SalTo13	4.300.000	13.800.000

Aplicació telefònica SalTo

Aquest any, per primer cop, s'ha presentat una aplicació per a mòbils intel·ligents sobre el Saló Internacional del Llibre de Torí. Aquesta proposta s'ha pogut consolidar gràcies al patrocini i a la cooperació de Vodafone. El Projecte es va confiar a Sinbit, -una empresa vinculada a la *Università degli Studi di Torino* - encarregada de projectar i desenvolupar l'aplicació amb l'assistència de Molecole en la part gràfica. Es van crear dues versions de l'aplicació; disponibles tan per a mòbils intel·ligents com per a tauletes sigui en sistema iOS o Android.

L'aplicació del Saló, que es podia descarregar gratuïtament, té diverses utilitats; per una banda, té la funció de programar una agenda on l'usuari pot guardar tota mena de dades pràctiques en relació a les activitats que vol perpetrar durant el Saló; per altra banda, permet informar-se breument sobre el tarannà de les activitats que es porten a terme durant l'edició del 2013. Quant a l'ús pràctic; s'ofereix la possibilitat de crear-se una agenda on constin les activitats en les quals es vol participar i, encara més, expositors que ens interessin especialment visitar o, per a un ús més professional, les reunions concertades. Hi ha també un apartat per a escriure's notes, comentaris o recordatoris – convé destacar l'opció d'un avís cinc minuts abans de cada cita marcada com important -. En referència al contingut informatiu que hi ha: a partir de l'aplicació l'usuari pot orientar-se dins del recinte ferial gràcies a un mapa virtual; es pot consultar la programació per dies, per espais i, fins i tot, allò que s'està esdevenint a cada sala en temps reals. A més a més, hi ha un apartat de notícies on apareixen les últimes novetats del Saló, un llistat d'informació útil com la direcció del recinte ferial o l'horari, un cercador, etc.

El llançament de l'aplicació ha tingut molt bona acollida. Se l'han descarregat gairebé 20.000 usuaris els quals han apreciat aquesta iniciativa i han valorat la qualitat pràctica i informativa de l'*app*.

Seccions temàtiques

Casa Cookbook

Casa Cookbook és una novetat de l'edició del 2013. Es tracta d'un espai dedicat completament als llibres de cuina i de gastronomia. Enguany hi han participat: Giunti, Reed Gourmet, Bibliotheca Culinaria, Guido Tommasi Editore i Slow Food editore. Gràcies a aquest projecte, les editorials especialitzades han disposat d'un espai exclusiu on només s'hi mostraven llibres relacionats amb la cuina. El públic ha reaccionat de forma positiva a aquesta iniciativa, satisfacció que s'ha notat tant en la venda de llibres com en la presència de públic a les activitats realitzades en aquest espai.

Al llarg de la durada del Saló s'han realitzat tot tipus d'activitats – fins a cinquanta quatre encontres -, relacionades amb la gastronomia i amb la presentació de llibres de cuina en forma de demostracions de cuina, laboratoris, degustacions, etc. Val la pena remarcar la voluntat d'unir l'art de cuinar amb la necessitat de comprar receptaris de cuina d'una manera visual i dinàmica, a partir de petites lliçons de cuina que, alhora, servien com a presentació d'un nou llançament.

Regió convidada: la Calàbria

Una proposta innovadora d'aquest any ha estat la de convidar a una regió italiana a assistir al Saló com a convidada, tot imitant l'espai emblemàtic del país convidat. En aquesta ocasió és un altre territori italià el que gaudeix del fet de poder presentar al Saló de Torí la seva indústria editorial, béns culturals, art, gastronomia, escriptors i obres històriques.

La regió seleccionada per encetar aquest nou format ha estat la Calàbria. A l'expositor s'hi podien trobar, a part de llibres produïts per la indústria editorial regional, dues exposicions documentals molt especials: una sobre la tipografia històrica calabresa, on s'exhibien incunables i exemplars rars de diferents biblioteques calabreses; la segona era una mostra del quadre *Sant Sebastià*, del pintor calabrès Mattia Preti. S'han celebrat cinc encontres en els quals s'ha parlat de la vida calabresa, el pintor Mattia Preti, el nou museu arqueològic de Reggio Calabria, s'ha realitzat una lectura de diferents obres d'autors calabresos i, per últim, un encontre amb estudiants de la Calàbria. Com es pot veure per la varietat en els actes, la regió hoste té l'oportunitat d'aprofitar el benentès per mostrar al públic tot un ventall de propostes que enalteixin diferents aspectes de la cultura de la regió.

País convidat: Xile

El país convidat d'honor disposa al Saló del Llibre d'un expositor i un espai per a conferències exclusives, on es mostren les obres literàries més significants del panorama Xilè. A l'estand es podien consultar llibres de narrativa, de poesia, per a nens i nenes, d'història, política, periodisme, art i arquitectura. Els llibres, que són exemplars en la seva versió original, formen part d'una donació a la Biblioteca Cívica de Torí. Aquesta iniciativa ha permès que moltes editorials xilenes, que encara no havien participat mai al Saló de Torí, fossin presents a l'edició d'enguany. A l'estand hi havia llibres de les editorials Lom Ediciones, Catalonia, Cuarto propio, Chancacazo, i Amapolas Verdes. Aquesta última és l'única editorial que disposava d'un espai per a la venda de llibres, a l'àrea BookStock Village.

A l'expositor també es podia consultar part del material de la Fundació Pablo Nerudo de Santiago de Xile. Hi havia, sobretot, documentació relacionada amb l'estada de l'autor a Itàlia. Per altra banda, gràcies a la col·laboració de la Biblioteca Nacional xilena, s'ha realitzat una mostra referent a Gabriela Mistral i la seva vida a Itàlia. A l'estand també s'hi ha pogut veure una exposició de fotos sobre les activitats portades a terme per part del salesià Alberto Maria De Agostini a la Patagònia.

El ventall d'iniciatives que s'han realitzen són molt variades; des de la trobada amb autors que presenten la traducció d'una obra seva, conferències sobre temes relacionats amb les característiques de la literatura xilena, homenatge a autors emblemàtics de la història del llibre a Xile, lectures de textos xilens, etc. S'han tingut en compte tots els aspectes de la literatura xilena: des de la narrativa o l'assaig a la poesia; passant per autors clàssics a aquells contemporanis. La varietat en els actes proposats és fonamental en el cas del país convidat. A través d'un recorregut que passa per diferents gèneres, autors, punts de vista, obres, espais creatius, períodes..., cal mostrar d'una manera planera i profunda a l'hora una identitat.

Com a convidats especials han assistit a la Fira els poetes Oscar Bustamante, Santiago Elordi, Raúl Zurita, Oscar Hahn, Nicanor Parra i Elikura Chihailaf parlant sobre la poesia *mapuche*; s'han recordat altres figures de la poesia com a Gabriela Mistral, Vicente Huidobro, Gonzalo Rojas i Pablo Neruda. En la vessant narrativa hi han estat presents Lina Meruane, Alejandro Zambra i Roberto Ampuero, Karin Gelten, Arturo Fontaine, Maria José Viera-Gallo i Luis Sepúlveda; els quals han homenajat a grans narradors xilens ja desapareguts com Roberto Bolaño o el documentalista i cartògraf Alberto De Agostini.

Convé ressaltar la llista d'activitats planificades des de l'àrea Salone Off dedicades al país convidat i als seus artistes. Aquests actes estan pensats per mostrar la cultura xilena més enllà del recinte ferial, amb l'objectiu d'apropar els costums de Xile d'una manera diversa; més dinàmica i lúdica. Per tant, s'han portat a terme espectacles de música, representacions teatrals, reproduccions de pel·lícules i documentals i, per últim, lectures d'autors xilens.

Lingua Madre

Aquesta secció és un punt d'encontre, discussió i convivència entre llengües i cultures diverses. Hi tenen cabuda aquells escriptors que escriuen en una llengua minoritària o provenen de països en conflicte. Durant la celebració del Saló del Llibre, passen per l'escenari persones que viuen des de fa molts anys en un país diferent a aquell que els va veure néixer. En aquest espai, doncs, es reflexiona sobre la mescla de cultures; la diversitat cultural que existeix a la Terra i com aquest fet ens enriqueix com a éssers humans. Convé subratllar la presència d'escriptors vinguts de fora que actualment s'han establert a Itàlia: l'iraniana Sahar Delijani, Fouad Khaled Allam, Amara Lakhous, Lilia Bicec i Masal Pad Bagdadi; així com aquells convidats provinents d'altres països: Mohammed Al Achaari, Hamid Grine, Faride Cicekoglu i Georgi Gospodinov.

Concurs Nacional Lingua Madre

El concurs està destinat a dones escriptores que han emigrat i actualment viuen a Itàlia. La idea del concurs és que els textos, escrits en italià, demostrin la voluntat d'aprofundir en la pròpia identitat i en la problemàtica de viure a un món cultural divers de l'originari. L'objectiu és brindar l'oportunitat a aquelles autores – sovint ignorades per la seva doble condició d'immigrant i de dona – de fer conèixer les seva experiència a partir de l'escriptura.

El 2013 s'ha celebrat l'onzena edició del concurs, que ha gaudit des del primer dia d'una bona acollida. Des del principi han estat moltes les dones que han volgut participar al concurs amb la voluntat d'expressar la seva realitat viscuda entre dos mons. S'han rebut escrits de dones cubanes, argentines, marroquines, vietnamites..., aquest any, fins i tot, per primer cop, han arribat textos d'autores de Corea i la Xina. Gràcies a l'èxit que ha tingut el concurs, són cada cop més les entitats que volen col·laborar-hi i proposen activitats entorn a Lingua Madre: presentacions, convenis, laboratoris d'escriptura, etc. A més, en el transcurs de les edicions s'han anat afegint altres premis especials com el Premi Rotary Club Mole Antonelliana a aquell relat que millor tracta el tema de la pau i la tolerància; el Premi del jurat popular que és escollit per lectors dels textos que voten mitjançant el correu electrònic; el Premi Torino Film Festival que permet al llibre ésser adaptat per a una versió cinematogràfica; el Premi Slow Food Terra

Italiana que és dóna a aquella obra més inspirada en el menjar i la tradició culinària del país; fins i tot s'ha ceat el Premi Sandretto Re Rebaudengo, un concurs en el qual la via d'expressió és la fotografia.

Aquest anys la guanyadora ha estat Gül Ince de Turquia, en segon i tercer lloc l'obra de Carla Pegore (Brasil) i Irina Tucanu (Romania).

Tentazione e meditazione

En aquest espai la barreja explosiva és entre xocolata i cultura. El programa d'activitats que s'hi realitza està destinat a mostrar al públic les excel·lències de Torí i el Piemont en relació a la xocolata. Durant la celebració de la Fira reconeguts mestres de la xocolata mostren els seus productes tot demostrant la qualitat de la seva producció artesana a través de degustacions i xerrades. No només això sinó que també s'hi han desenvolupat vuit encontres entre xocolaters i autors de llibres per parlar sobre temes diversos, en una fusió entre creativitat culinària i creativitat literària.

Àrea professional

Aquesta secció està pensada per als professionals que treballen en el sector del llibre. No es tracta d'un expositor sinó únicament d'una sala en la qual es realitzen conferències o taules rodones sobre temes que afecten a l'empresa editorial. En aquest espai hi participen tots els agents de la cadena de la indústria del llibre: editors, traductors, il·lustradors, llibreters, bibliotecaris, agents i mestres.

Els encontres que tenen lloc a l'àrea professional i *business* volen mostrar als professionals diferents aspectes concrets del negoci al qual es dediquen. Es tracta de parlar dels temes que més els afecta, els preocupa o els influeix a l'hora de portar a terme la seva feina. Enguany es van portar a terme fins a quanta-set encontres, gràcies a l'anàlisi d'aquests actes es pot veure què preocupa actualment a les empreses. El moment socioeconòmic que estem vivint porta a un període de crisi, canvi i renovació; sorgeixen nous models empresaris, noves maneres de concebre el món de la literatura i, sobretot, noves relacions entre el lector i el llibre. A partir d'aquestes transformacions la indústria del llibre s'adona de la rellevància, cada cop més, de la digitalització, el rol dels traductors i, per últim, la emprenedoria.

Nutrirsi di paesaggio

La secció Nutrirsi di paesaggio és una altra novetat d'aquesta edició. Està dedicada al paisatge natural, parcs i jardins i horts. S'hi porten a terme encontres, debats i laboratoris a partir dels quals es discuteixen qüestions com l'ecologia, el patrimoni paisatgístic, la conservació dels parcs naturals, etc. Aquesta àrea serveix per conscienciar al públic, a través de xerrades teòriques però també amb l'experiència pràctica en laboratoris, de la importància de preservar la natura.

Incubatore

Incubatore és la secció reservada per a editorials que tenen menys de vint-i-quatre mesos de vida. És a dir, els expositors que hi ha en aquest espai són tots d'editorials que han iniciat la seva activitat fa poc temps. El Saló Internacional del Llibre de Torí va emprendre aquesta iniciativa l'any 2007 amb la intensió d'ajudar a petites editorials a fer-se un lloc dins la indústria. Es tracta d'una oportunitat única per a aquestes empreses que tenen la possibilitat no només de mostrar els seus productes a la fira del llibre més important d'Itàlia sinó també de gaudir d'una sèrie de beneficis. Poden participar al Saló de Torí amb pressupostos rebaixats, obtenen ajudes econòmiques per les despeses de pernoctació i l'accés a la sala d'encontres gratuïtament.

A Incubatore, a part dels expositors, cal destacar l'espai reservat a la realització d'encontres i conferències. Enguany s'han portat a terme quaranta encontres entre els quals convé subratllar dues propostes. Per un cantó, Striscia Business, una sèrie d'encontres entre bibliotecaris, llibreters, distribuïdors i operadors; per l'altre, Incubatore... e poi! en el qual participaren editorials que formaren part de l'incubatore en edicions anteriors i explicaren la seva experiència al Saló i com ha afectat a l'editorial aquesta oportunitat. A més a més, per primera vegada, l'Incubatore ha format part de la programació del Salone Off. En aquest cas han estat les editorials assistents en l'edició passada les que han tingut l'ocasió d'exposar els seus darrers llançaments en un expositor especial col·locat en un barri de Torí.

Gabriele D'Annunzio 150 anys

En aquesta edició cal ressaltar la tasca de la Fundació *Il Vittoriale degli italiani* que, amb la col·laboració del Saló, ha muntat un estand en record del 150è aniversari del naixement de Gabriele d'Annunzio. Aquí s'hi podien trobar llibres i documents exposats per primera vegada al públic, com per exemple un manuscrit firmat per Giosuè Carducci o cartes inèdites escrites per d'Annunzio. En relació a aquest estand es realitzaren també conferències sobre l'autor i la seva obra. A banda dels actes portats a terme al propi estand, a les grans sales del recinte ferial s'hi van portar a terme fins a cinc grans conferències en les quals es van tractar temes com la bellesa i la tècnica de D'Annunzio, l'amor, l'art i la guerra en les obres de l'autor o la seva gran obra *Barbanera*.

Salone Off

El 2004 sorgí la idea d'estendre les activitats del Saló del Llibre més enllà del propi pavelló firal i portar-lo als carrers i barris de Torí. Aquesta proposta neix amb la voluntat d'apropar el Saló als i, conseqüentment, fer créixer la incidència en el foment de la lectura i la revaloració del llibre. El fet de realitzar activitats per tota la ciutat i gratuïtament convida als ciutadans a viure i experimentar el Saló del Llibre d'una manera diferent. Els ciutadans veuen aquesta iniciativa com una ocasió per gaudir d'un programa cultural d'una manera més amena i lúdica.

El 2013 s'ha celebrat la 10^a edició del Salone Off i per celebrar-ho s'ha presentat un programa replet d'esdeveniments que involucren, enguany per primer cop, no només la ciutat de Torí – amb la participació de set districtes – sinó també altres ciutats piemonteses – Chivasso, Orbassano, Rivoli i Settimo – que s'han sumat a la iniciativa a través d'actes realitzats a llurs biblioteques. S'han proposat tres-cents cinquanta actes a cent-quaranta llocs diferents arreu de la ciutat i la perifèria. Val a dir que hi ha una sèrie d'iniciatives especials lligades tant a la regió hoste com al país hoste de l'edició. A més, l'organització impulsa una sèrie d'encontres entre estudiants i escriptors en què els autors expliquen les seves històries i la seva activitat a l'aula, visiten des d'escoles infantils a instituts de secundària.

El que permet la diversitat d'espais i de públic és programar una gama molt àmplia i rica de propostes, que es beneficien d'allò que els ofereix cada ambient a l'hora de crear activitats dinàmiques i interessants per a la gent. A tall d'exemple, enguany s'ha portat a terme la iniciativa Book on the bus, en què un escriptor conversava amb els participants durant un trajecte amb autobús. Aquesta manera de mostrar la cultura i la literatura augmenta, en bona part, l'interès de la ciutadania en aquest tipus d'esdeveniments.

Dall'idea al chiodo

La idea és que deu museus i tretze galeries de Torí i rodalies, en col·laboració amb el Saló del Llibre de Torí, exposin durant els dies de la fira una selecció d'obres en àrees d'accés gratuït. Aquesta proposta sorgeix a partir del tema d'aquesta edició: així es pot mostrar al públic la importància de la creativitat en tots els àmbits professionals. Fins i tot existeix la possibilitat d'ensenyar com funciona el procés creatiu "de la idea inicial a penjar el quadre en un clau".

Col·laboració de negocis

Gràcies a l'Assessorament al Comerç de la Ciutat de Torí i a les Associacions de carrer els visitants del Saló Internacional del Llibre poden gaudir d'ofertes i descomptes en alguns negocis associats mostrant la seva entrada al Saló. Aquest any el Saló del Llibre ha comptat amb la col·laboració d'aproximadament dos-cents comerços que han decidit participar, d'aquesta manera, en l'esdeveniment cultural més important de la ciutat. Per als negocis es viu com una oportunitat d'atraure clients mitjançant els descomptes i així obtenir beneficis del fet que es porti a terme l'esdeveniment.

Voltapagina

Una altra proposta que es porta a terme fora del recinte firal és Voltapagina. Una iniciativa a partir de la qual els escriptors visiten algunes de les presons del Piemont – Saluzzo, Asti i Alessandria -. Aquests encontres serveixen perquè els convidats entrin en contacte amb els presoners i intercanviïn punts de vista sobre les diferents realitats – el dins i el fora – que viuen.

Bookstock Village

La secció que major pes té dins el Saló del Llibre de Torí és el Bookstock village, un espai que ocupa tot un pavelló, dedicat als infants i als joves de 0 a 20 anys. Aquesta àrea presenta un programa molt variat on hi tenen cabuda conferències per a professionals de la literatura infantil i juvenil però, a part d'això, hi ha laboratoris on els més petits poden experimentar en primera persona; exposicions sobre diferents temàtiques i altres propostes dinàmiques que involucren estudiants de secundària de diversos instituts. Aquest batibull de propostes serveix per mostrar als petits i joves, és a dir, als futurs lectors, allò que el món del llibre els pot proporcionar. Aquesta secció és important perquè fa participar d'una manera activa als estudiants dels centres que visiten el Saló del Llibre o, fins i tot, hi col·laboren directament. Enguany participen al Saló fins a tres-cents joves vinguts de dotze instituts, aquests estudiants han estat els encarregats d'idear diferents aspectes i iniciatives del Bookstock village.

En aquesta edició, la part dedicada a la mainada està plantejada a partir de dos temes centrals. En primer lloc la creativitat; seguint el fil conductor del Saló del Llibre, també per als més petits es projecta un itinerari on es mostra el procés de creació. En aquest cas es fa èmfasi a la creació de criatures i monstres fantàstics protagonistes de molts contes i històries infantils. En segon lloc es para especial atenció a aquells nens i nenes que tenen alguna discapacitat que els dificulta la lectura; les problemàtiques que suscita així com les solucions que cerca la indústria editorial es mostren en tres exposicions que tracten, des de perspectives diferents, el tema de la diversitat.

❖ Activitats:

- Il vocabulario allargato: Vint-i-dos estudiants de nou escoles del Piemont, guiats per l'escriptor Andrea Bajani, han treballat durant mesos en l'elaboració de deu paraules noves. Es tracta d'un procés de treball en el qual es reflexiona sobre el món en el qual vivim. Aquests termes es van presentar en encontres realitzats al Saló del Llibre juntament amb la col·laboració d'un autor que ajudà a interpretar i donar sentit a la paraula proposada.
- Bookblog: En aquesta ocasió la tasca que s'assigna als joves estudiants és la d'elaborar entrades pel bloc bookblog. A través de la redacció els joves han d'explicar als usuaris les activitats que es porten a terme al Saló del Llibre i la seva experiència i punt de vista personal.
- Microfonando: És un projecte radiofònic realitzat per joves estudiants que s'ha proposat per primera vegada aquesta edició. Els estudiants, tutelats per dues periodistes italianes, realitzen un documental que apareixerà al Bookblog on s'informa sobre *Adotta uno scrittore*.

- Adotta uno scrittore: Aquesta activitat està projectada amb la idea de difondre la lectura. Es realitza un gran esdeveniment en què els autors “adoptats” es troben amb els estudiants, que han treballat les seves obres prèviament.
- Potere alla parola!: Activitat pensada per als estudiants de les escoles en què es convida als joves a fer una reflexió sobre la importància de les paraules i el discurs a l'hora de prevenir el maltractament a les dones .
- ❖ Laboratoris
 - Laboratori salvatge: laboratori dedicat als il·lustradors de llibres, que mostraran als visitants la feina d'il·lustrador.
 - DigiLab: Aquest espai està pensat per iniciar als visitants – infants i adults – en el món digital i les aplicacions que té pel sector del llibre. Aquí s'hi realitzen tallers d'escriptura digital, tallers de disseny i il·lustració es posa a disponibilitat del públic *tablets* per fer provatures.
 - Nati per leggere: s'hi realitzen lectures en veu alta per introduir als més petits en l'activitat de llegir.
 - A spasso con le dita: es fan laboratoris pràctics a partir dels quals s'uneix l'experiència lectora i la representació sensorial.
 - Creatività senza limiti: A partir d'aquesta iniciativa es porten a terme visites guiades i interactives per les diferents exposicions que hi ha al Bookstock Village.
 - MultiLab: Tal com indica el seu nom, en aquest laboratori s'hi mesclen diferents iniciatives que connecten amb diversos àmbits. La qüestió és apropar als nens i nenes al món del llibre d'una manera didàctica però lúdica a la vegada.
 - Laboratori autors: lloc d'encontre entre escriptors que expliquen l'argument de les seves obres i els lectors.
 - Laboratori de la ciència i els sabers: en aquest laboratori es deixa a espai a altres disciplines com les matemàtiques, l'economia, les fonts energètiques... Els convidats explicaran als infants la vessant més creativa de les seves professions.
- ❖ Exposicions
 - L'idea divergente: En aquest espai es tracta, des del punt de vista científic i tecnològic la creativitat. La mostra presenta objectes innovadors lligats a la tecnologia i al futur.
 - #tag: Aquesta mostra està composta per fotografies que ensenyen als autors que van participar al Vocabulari allargat de l'any passat. Apareixen amb un cartell amb un *hashtag* – que evoca la dimensió digital - mostrant la paraula en la qual van treballar.
 - Vietato non sfogliare: aquesta exposició té la voluntat de mostrar els llibres com un instrument que representa per a l'infant un factor clau en el seu creixement personal. L'exposició està composta per llibres especials dedicats a nens i nenes amb diferents problemàtiques.
 - A spasso con le dita: mostra de dotze obres tàctils fetes per diferents artistes. Aquesta iniciativa està promocionada per la Federació Nacional de les Institucions per crecs i Enel Cuore amb la finalitat de promoure la producció editorial de llibres tàctils per a infants.
 - Mia sorella è un quadrifoglio: exposició del procés de creació del llibre *Mia sorella è un quadrifoglio*, on la protagonista explica des del seu punt de vista la discapacitat que pateix la seva germana.
 - Traduzioni Visionarie: Es tracta d'una projecte fotogràfic dedicat a la fotografia d'autor i a la indústria editorial. Al Bookstock village es pot veure una petita mostra de tot el projecte complet que, en realitat, culminarà el 2014.
- ❖ Concursos
 - Premi Nacional Natti per leggere: Aquest premi està promogut per l'associació Natti per leggere, que s'ocupa de difondre la importància de promoure la lectura als nens de 0 a 6 anys. El premi s'atorga cada any a la millor producció editorial destinada als infants en edat pre-escolar.

- Comix Games: La revista Comix prepara un concurs on participen algunes escoles de tot Itàlia. Les escoles competeixen entre elles tot jugant a diferents jocs lingüístics: tautogrames, lipogrames... Al Saló del Llibre hi arriben les sis millors classes, a la ronda final n'hi haurà una que es proclamarà guanyadora absoluta del Premi Comix Games 2013.
- Open pics: Aquest concurs té el seu origen en l'edició del 2012, any en què se celebrà el 25è aniversari del Saló del Llibre de Torí. Els estudiants que hi van participar havien de transmetre mitjançant la fotografia els temes proposats per celebrar aquests vint-i-cinc anys.

Com es pot veure a partir de la multitud d'activitats que es duen a terme dins de l'espai del Bookstock village, el Saló del Llibre de Torí té molt en compte l'oportunitat d'afavorir el foment a la lectura i de preparar a futurs lectors. A part de tots els espais i iniciatives que s'han comentat específicament hi ha altres propostes que cal esmentar com la llibreria dedicada a la literatura infantil i juvenil, l'únic espai al pavelló on es poden comprar llibres i, és més, on hi ha una vasta oferta de llibres infantils de l'editorial xilena Amapolas Verdes; o, per últim, una guarderia literària on els nens experimenten amb el món literari sense els progenitors.

Book to the future

Book to the future és l'espai del Saló de Torí dedicat a l'edició digital, així com als nous dispositius tecnològics relacionats amb el llibre. Fa tres anys que l'organització del Saló del Llibre va decidir que calia crear una àrea pròpia per tractar profundament el món digital. La intenció és crear un espai on es pugui tant debatre com exposar les noves realitats propiciades per la transformació de la indústria del llibre. O sigui, Book to the future serveix per mostrar la fusió de la tecnologia amb el sector del llibre.

En aquesta àrea hi trobem expositors molt diversos que volen ensenyar, cadascun de la seva perspectiva, una relació diferent amb la tecnologia. Així doncs, hi són presents des d'empreses distribuïdores d'aparells electrònics (enguany ha assistit al Saló, per primer cop, l'empresa canadenca Kobo); a altres tipus d'empreses com Bookliner o Hub09 que són diferents exemples de la creació d'empreses lligades a plataformes virtuals. A través dels expositors els visitants poden observar l'àmplia gama d'oferta que aporta el món digital: tant en aparells electrònics com amb les noves concepcions de mercat, d'interacció social o de publicitat que suposa Internet.

S'hi han portat a terme fins a quaranta encontres en què els especialistes han exposat qüestions relacionades amb la digitalització com: el dret d'autor per a *bloggers* i *self-publishers*, l'ús de les xarxes socials per part de les editorials, les noves tecnologies al servei de la didàctica, el préstec digital a la biblioteca, el periodisme digital, etc. D'entre totes les propostes programades convé ressaltar l'oportunitat que va oferir Bookliners, a través de la qual els visitants experimentaren el fenomen del "llibre social". El públic tenia la possibilitat, doncs, de llegir algunes obres italianes seleccionades i, a partir d'aquesta lectura, inserir notes directament a la pàgina digital. Aquesta aplicació va tenir molt d'èxit, al llarg de la celebració del Saló del Llibre hi van haver fins a cent visitants que deixaran anotacions en els llibres proposats. A part d'això, aquest any per segona vegada consecutiva, el Saló del Llibre ha comptat amb la col·laboració del Digital Festival, un esdeveniment que té lloc durant el mes de maig a Torí i que tracta la digitalització d'una manera amena per tal que la gent s'adoni de la rellevància dels productes digitals en el seu dia a dia en qualsevol àmbit. El Digital Festival tenia un estand propi i, fins i tot, s'ha encarregat d'organitzar diferents conferències en relació al tema digital. Per últim, cal esmentar el projecte Blogger de HUB09 gràcies al qual quatre reconeguts *bloggers* italians explicaran en primera persona la seva experiència al Saló Internacional del Llibre de Torí.

International Book Forum: Internacionalització i negoci

PIF

El Projecte integrat de cadena industrial (PIF) és un projecte gestionat pel Ceipiemonte (Centre Estranger per a la Internacionalització), el qual va rebre l'encàrrec per part de la Regió del Piemont i la Cambra de Comerç de Torí d'incentivar la internacionalització de les indústries regionals. Així doncs, el PIF va néixer amb la intenció de guiar a les empreses a l'hora d'ampliar la seva àrea d'influència a l'estranger. L'ajuda que s'ofereix des del projecte va en direccions molt diverses, és més, es treballa estratègicament des de tots els punts que afecten la cadena empresarial. Gràcies a l'assessorament que es proporciona, les empreses aprenen els coneixements bàsics per emprendre contactes internacionals i establir relacions comercials. D'aquesta manera, segurament, s'adonen de la rellevància de tot allò que cal tenir en compte a l'hora d'expandir fronteres: des de la importància de contractar professionals que coneguin idiomes, la publicitat a l'estranger, avaluar la capacitat tecnològica de l'empresa i desenvolupar-la, etc. Les empreses han de tenir en compte que el mercat internacional és molt gran i molt competitiu, per enfrontar-se a les noves necessitats que afectaran a l'empresa i al seu producte cal ésser conscients del gran esforç que suposa l'obertura internacional.

El 2013 participen al PIF trenta empreses relacionades amb el sector del llibre (edició i impressió editorial, tipografia, impressió, distribució...), l'objectiu és empènyer-les a iniciar relacions comercials, tant a l'hora d'oferir el seu producte com de col·laborar amb empreses d'altres països (en concret de França, Europa Oriental, Alemanya, Nord d'Àfrica, Suïssa, Turquia, Escandinàvia i EUA).

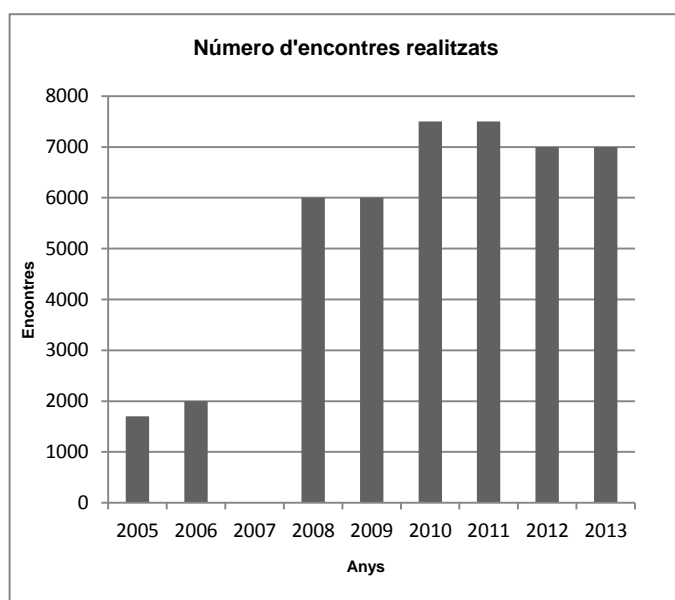
Per una banda, el PIF s'ocupa de posar en contacte empreses i clients interessats i de l'organització de trobades per pactar contractes; per altra banda, existeixen altres serveis com l'assistència comercial (suport intercultural, planificació d'una agenda...), l'assistència tècnica i la formació (mòduls formatius relacionats amb la tecnologia, la interculturalitat...). A l'hora d'iniciar el camí cap a la internacionalització és difícil saber per on s'ha de començar; s'ha de saber quines possibles empreses estaran disposades a comerciar, com tractar amb els professionals d'aquestes empreses, conèixer quins són els interessos de l'empresa amb la qual vols negociar, tenir informació actualitzada sobre diferents mercats nacionals, etc. Per això és tant important que des d'aquest projecte iniciïn el contacte amb l'empresa forana, d'aquesta manera s'afavoreix que la transacció sigui productiva des d'un primer moment perquè ja s'ha fet un estudi previ d'interessos. A part d'això, d'allò que ofereix el PIF cal remarcar l'organització de mòduls formatius. Un dels punts claus per procurar-se l'èxit empresarial és el de tenir un equip ben format. Els cursos serveixen per ensenyar als treballadors de l'empresa les eines necessàries a l'hora de portar a terme la internacionalització. Algunes de les bases fonamentals són el domini de la tecnologia, conèixer en profunditat el món dels negocis, estar al corrent de les pràctiques comercials del país amb el qual volem interactuar o, per últim, la problemàtica de la interculturalitat.

Un cop les empreses han aconseguit trobar un client interessat i els compromisos es van reafirmant, la possibilitat de trobar-se cara a cara es fa urgent i necessària. Actualment el contacte pot establir-se a través de correus electrònics però, no obstant això, els editors i agents literaris agraeixen el contacte personal amb els clients perquè és una manera més directa i amena de fer tractes i augmentar la satisfacció comercial de les empreses. Això s'aconsegueix a partir d'encontres als països de les empreses estrangeres, així com realitzant visites a fires que se celebren fora d'Itàlia i, a la vegada, portant els clients estrangers perquè coneguin l'empresa italiana. És important provocar ocasions en què empreses de diferents països puguin trobar-se directament.

Les fires internacionals de llibres esdevenen un punt d'encontre únic per als professionals de la indústria del llibre; els quals aprofiten aquest tipus de trobades per a reunir-se personalment amb persones provinents de multitud de països. Actualment, les fires de llibres es fan servir, sobretot, per tancar formalment tractes que ja han estat negociats prèviament via *e-mail* ja que la majoria d'empreses no volen encara renunciar al tracte directe entre persones. Entre els serveis que ofereix el PIF cal destacar la participació a esdeveniments internacionals, a partir dels quals les empreses piemonteses tenen l'oportunitat de visitar fires del llibre a l'estranger. El PIF programa visites a la Fira del Llibre de Frankfurt, la Fira Internacional del Llibre d'Istanbul, la Fira Internacional del Llibre de Jerusalem, la Fira del Llibre de Londres i l'Exposició del Llibre d'Amèrica. A més, col·labora amb el Saló Internacional del Llibre de Torí. Dins de les activitats que es porten a terme durant la celebració del Saló, el PIF col·labora activament en l'International Book Forum perquè és l'esdeveniment destinat a estimular el negoci internacional i, també, en l'Àrea professional on es porten a terme xerrades i conferències d'interès per als professionals del sector. La participació a l'IBF per part de les empreses seleccionades pel projecte es manifesta en la inscripció de l'empresa al programa B2B, una agenda personalitzada per fer encontres, la possible participació a l'AdaptLab, entrada al seminari reservat als editors piemontesos i a la resta de seminaris de l'IBF.

International Book Forum

L'International Book Forum és l'àrea de negocis del Saló Internacional del Llibre de Torí. Es tracta d'un espai exclusiu per a professionals on es porten a terme els encontres previstos entre empreses interessades en comprar o vendre drets d'obres a nivell internacional o nacional. L'IBF, que el 2013 ha celebrat la seva 12^a edició, és l'esdeveniment més important a Itàlia (s'ha de tenir en compte que la Fira de Bolonya s'especialitza només en literatura infantil) a l'hora d'efectuar intercanvi de drets i trobades entre empreses del sector provinents de tot el món. En aquesta edició hi han participat aproximadament 750 professionals, dels quals més de 250 eren estrangers, i s'han realitzat al voltant de 7000 reunions.



Il·lustració 3: Número d'encontres realitzats. Dades extretes del web <http://www.ibf.it/>

Importància internacional de l'IBF

L'encontre facilita el negoci a nivell internacional i permet trobar-se amb professionals de diversos països. El fet que aquesta edició hagi augmentat la participació de professionals estrangers demostra que l'IBF és cada cop més rellevant dins de la indústria del llibre. Progressivament va prenent força entre els grans encontres professionals (per exemple la Fira del llibre de Londres o la Fira del Llibre de Frankfurt a nivell europeu). Empreses d'arreu del món decideixen visitar el Saló amb l'objectiu de materialitzar negocis amb altres companys.

Aquest any cal destacar la visita d'editors provinents del mercat oriental. L'empresa ICE-Agenzia, que és una agència que promou la promoció a l'estranger i la internacionalització de les empreses italianes, treballa conjuntament a l'IBF des del 2002. En aquesta ocasió, s'ha encarregat de fer un estudi de mercat sobre els interessos de diferents editorials asiàtiques. Gràcies a la feina de l'ICE-Agenzia a l'edició d'enguany hi han participat tretze delegats provinents de la Xina, Japó i Corea; entre les quals The people's Literature Publishing House (Xina), Munhakdongne (Corea), Iwanamai i Kawabe (Japó). No és la primera vegada que es realitza una estratègia d'aquestes característiques, de fet, el 2005 també es van fer grans esforços per convidar a editorials provinents dels països balcànics, a partir de la col·laboració de l'agència ICE de Roma, gràcies a això van participar a l'IBF editorials com Konyvklub (Hongria), Algoritm (Croàcia) o Geopoetika (Sèrbia).

A la taula 2 es mostra una llista concreta dels països que en els darrers anys – del 2008 al 2012 – han participat a l'IBF. D'aquesta manera es pot veure quins països acostumen a ser presents a l'encontre, així com aquells que han deixat d'anar-hi. A més a més s'evidencien les zones que aporten més professionals o, al contrari, altres àrees geogràfiques on la incidència del Saló de Torí no es nota.

Taula 2: Països presents a l'IBF. Dades extretes del web <http://www.ibf.it/>

País/Any	2008	2009	2010	2011	2012
Albània		X	X	X	
Alemanya	X	X	X	X	X
Argèlia					X
Argentina	X	X	X	X	
Armènia					X
Àustria			X		
Brasil	X	X	X	X	
Canadà	X	X	X	X	
Croàcia			X	X	X
Dinamarca				X	
Egipte	X	X	X	X	X
Eslovàquia					X
Espanya	X	X	X	X	X
EUA	X	X	X	X	X
Estònia	X				
Finlàndia			X	X	X
França	X	X	X	X	X
Gran Bretanya	X	X	X	X	X
Grècia			X	X	X
Holanda		X	X	X	
Hongria	X	X	X	X	X
Índia	X	X	X		
Líban				X	
Lituània	X	X	X		
Mèxic	X	X		X	
Noruega				X	
Nova Zelanda			X		
Polònia	X	X	X	X	X
Portugal	X	X	X	X	X
República Txeca	X	X	X	X	
Romania			X	X	X
Rússia	X	X	X	X	
Sèrbia	X	X		X	X
Suècia			X	X	X
Suïssa				X	X
Turquia				X	X
Xina	X				X
TOTAL	20	20	25	28	21

Podem veure que la majoria de professionals provenen d'Europa, sobretot d'aquells països pròxims a Itàlia: França, Espanya, Portugal... Aquests són, de fet, els majors importadors de literatura italiana, ja que el 77% d'exportacions es fan a Europa. També hi ha una forta presència dels països balcànics: Albània, Sèrbia, Romania... Segons l'estudi realitzat per Doxa, gràcies a l'IBF l'exportació a aquests països va créixer del 19% al 30,2% entre el 2002 i el 2007. En canvi, pel que fa als països nòrdics l'assistència és molt recent o, fins i tot, irregular. La resta de continents hi han estat presents però de forma bastant discreta. El que té més representació és Amèrica del Nord, amb EUA i Canadà; Amèrica Central i Amèrica del Sud havia estat present durant molts anys, no obstant això el 2012 ni Mèxic ni Brasil ni Argentina van assistir a l'IBF. Cal ressaltar el cas d'Àsia; es pot veure a la taula que fins ara només havia visitat el Saló la Xina, malgrat això, tal com s'ha dit anteriorment, enguany han participat Xina, Corea i Japó. De la mateixa manera, podem observar com al principi hi havia una crescuda

progressiva en la diversitat geogràfica dels professionals que visitaven el Saló fins l'any 2012 que es va patir la retirada de força països.

La clau és augmentar la presència estrangera per aconseguir que l'IBF es converteixi, cada cop més, en un esdeveniment reconegut i esperat per moltes empreses. L'IBF ha de ser una oportunitat única per a les empreses, cal que hi hagi la possibilitat real de contactar amb altres companys i establir compromisos entre editorials i agències diferents, d'aquesta manera aquestes empreses consideraran imprescindible acudir a la fira de Torí. Les estratègies i moviments que es fan des de diferents institucions italianes i piemonteses serveixen per estimular la visita de professionals d'arreu i, a la vegada, per assegurar als participants de l'IBF un saló de qualitat i de grans oportunitats.

Nogensmenys, des d'una perspectiva nacional, la gran presència d'empreses internacionals augmenta exponencialment l'oportunitat de vendre drets de llibres italians, fer conèixer la literatura del país i els seus autors més cèlebres i, d'aquesta manera, exportar el producte (i la tradició literària) a l'exterior. En un estudi realitzat per Doxa amb l'objectiu d'analitzar la incidència de les primeres edicions de l'IBF (del 2003 al 2007) en l'exportació i importació d'obres literàries, es pot veure de quina manera la celebració de l'encontre ha ajudat a augmentar, considerablement, el contacte de les empreses italianes amb d'altres estrangeres i com aquestes relacions es materialitzen en la compra venda de drets.

Taula 3: Editorials italianes que mantenen relació amb editorials estrangeres. Dades extretes del web <http://www.aie.it/>

	2001-2003	2004-2008
Editorials petites (menys de 15 de publicacions anuals)	10%	16%
Editorials grans	31%	45%
Total	15%	21%

Taula 4: Intercanvi de drets amb editorials estrangeres. Dades extretes del web <http://www.aie.it/>

	2001-2007
Editorials petites (menys de 15 publicacions anuals)	Augment del 107,3%
Editorials grans	Augment del 42,6%
Total	Augment del 75%

Intercanvi de drets editorials a l'IBF

El motiu més important pel qual una editorial o una agència decideix visitar una fira del llibre és perquè espera poder vendre i/o comprar drets de llibres. Professionals d'altres països es personen a Torí amb la voluntat de comprar els drets de llibres italians per a traduir les obres més interessants i fer bones adquisicions per a la seva editorial. Per aquest motiu és important que el funcionament agilitzi i simplifiqui la feina als professionals durant aquests tràmits. Si l'encontre està ben organitzat i aporta a les empreses beneficis palpables, tant la presència d'empreses com el renom de l'esdeveniment creixeran.

Durant els tres dies que dura l'esdeveniment els professionals treballen a partir d'una agenda estratègica que preveu el màxim de trobades possibles amb les editorials més atractives. Abans de visitar la fira, doncs, és molt important establir uns objectius clars i fer una bona planificació sobre l'activitat que cal portar a terme durant els dies que dura l'encontre. Al web de l'IBF aquelles empreses inscrites a l'encontre poden consultar una gran quantitat d'informació sobre les empreses que participaran al fòrum de la propera edició: llista dels participants, interessos i intencions, productes, etc. Aquest és un gran avantatge perquè permet

als assistents preparar una agenda a consciència prèviament i conèixer millor els interessos comercials de les altres empreses i el seu perfil editorial. En aquest tipus de trobada és transcendental trobar un mètode per facilitar la conversa entre dues persones de dues empreses diferents que tenen interessos en comú. Al pavelló que allotja l'IBF s'hi troben unes 200 taules on els professionals porten a terme les seves reunions. D'aquesta manera, a través d'un encontre privat poden tractar directament els temes que més els convinguin i tancar contractes satisfactòriament de manera personal.

No obstant això, és innegable que actualment la comunicació via internet agilitza el procés de negociació entre les empreses. Internet s'ha convertit en una eina molt potent per als professionals del sector. A través de la xarxa es pot, per una banda, fer nous descobriments d'autors i textos; estar al corrent de les últimes tendències i dels èxits en els mercats estrangers; i, per altra banda, mantenir el contacte amb una altra editorial o agència amb la qual vulguis establir alguna mena de compromís. En els darrers anys ha augmentat la creació de portals per agrupar compradors, fet que permet negociar en millors condicions. És per aquest motiu que l'International Book Forum, essent conscient d'aquesta situació, vol aprofitar la viabilitat d'internet. Recentment s'està treballant en un portal virtual, anomenat b2bright, que permetrà als participants del Saló poder mantenir un contacte constant i actualitzat amb altres empreses i companys. És a dir, es tracta d'oferir els serveis de l'IBF més enllà dels dies de l'encontre, d'una manera permanent. En realitat estem parlant d'un mètode B2B (*business-to-business*) electrònic; el fabricant es posa en contacte amb un distribuïdor o un comerciant minorista per fer tractes a través d'internet. El web b2bright impulsat per l'International Book Forum i el Saló Internacional del Llibre de Torí, és un projecte en el qual encara s'està treballant però està pensat per satisfer tres funcions principals: les empreses poden mantenir-se al dia de les últimes novetats editorials; les empreses poden crear perfils on afegir informació, per exemple, sobre obres de les quals volen vendre els drets; i, poden carregar tota mena de contingut per fer-lo accessible a altres empreses.

Adaptlab

Entre les propostes i les oportunitats de transacció que ofereix l'International Book Forum s'ha de ressaltar l'espai dedicat a l'adaptació cinematogràfica i televisiva d'obres editorials. Així doncs, aquell que visita l'IBF no només pot intercanviar drets editorials sinó també audiovisuals. Des del Saló del Llibre es posa molta èmfasi al camp del cinema, la televisió i la videotelefonía dedicant part de l'activitat de l'IBF a aquest àmbit.

Cada any se celebra, a través del TorinoFilmLab en col·laboració amb l'International Book Forum el concurs anomenat Adaptlab. Es tracta d'un curs avançat destinat a escenògrafs i directors d'arreu d'Europa que vulguin fer un projecte cinematogràfic a partir de l'adaptació d'una obra literària – sigui italiana o estrangera -. Els participants d'aquest curs podran gaudir d'algunes sessions *online* i *workshops* a través dels quals podran anar configurant el seu projecte, que es presenta al Meeting Event del TorinoFilmLab davant d'altres professionals i productors interessats. El TorinoFilmLab és un laboratori internacional que dona assistència formativa i econòmica a talents europeus que vulguin realitzar la seva primera o segona obra cinematogràfica. L'Adaptlab sorgeix, en el marge del Saló del Llibre de Torí, de la voluntat d'ajudar a desenvolupar projectes que uneixen cinema i literatura. Per aquest curs es trien d'entre els candidats quatre obres italianes i quatre d'estrangeres, a les quals se'n sumen quatre que ja gaudeixen dels drets d'adaptació i són escollides per professionals. Així doncs, es tracta d'una bona oportunitat tant per a l'editorial que ven els drets d'adaptació d'una de les seves obres publicades com pel director del projecte cinematogràfic.

Enguany els llibres italians que tindran la possibilitat d'ésser adaptats per a la gran pantalla han estat: *Escluso il cane* de Carlo d'Amicis (Minimum fax, 2006), *Un uso qualunque di te* de Sara Rattaro (Giunti, 2012), *La mia banda suona il porn* (80144 edizioni, 2009) i, per últim,

Burnesha de Loreta Ndoci, guanyadora del premi Torino Film Festival lligat al concurs *Lingua Madre* del Saló del Llibre.

Conferències a la Sala Copenhagen

Paral·lelament al procés d'intercanvi de drets editorials i audiovisuals, a l'IBF s'hi realitzen conferències on es tracten diversos temes d'interès per a les empreses i per als professionals. Aquestes xerrades estan pensades perquè els professionals tinguin també l'oportunitat d'assistir a conferències a partir de les quals puguin formar-se i/o aprofundir en una temàtica específica del sector, com per exemple: la tria d'un llibre en concret per convertir-lo en pel·lícula, saber destriar una obra que tindrà èxit, l'art de la traducció o com promoure un llibre a nivell internacional. Així doncs, es tracta de conferències de caire més aviat tècnic, exclusives per als professionals que participen en l'esdeveniment. Tanmateix la simultaneïtat de les reunions personals amb aquest tipus de xerrades sovint impedeix als professionals poder-hi participar ja que les empreses prioritzen l'oportunitat de negoci.

Rendibilitat del Saló: inversió i beneficis

Dimensió econòmica

El Saló del Llibre de Torí és l'esdeveniment que aporta un major desenvolupament socioeconòmic al territori. La celebració d'aquesta fira involucra no només la indústria del llibre sinó que afavoreix despeses en una sèrie de productes de manera indirecta, fet que provoca, a grans trets, un augment del consum, de la riquesa i de l'oferta de treball al Piemont. A banda d'això, evidentment, és important en quant a la tasca de foment de la lectura que es porta a terme. És transcendental que el govern s'adoni de la importància de sustentar aquestes iniciatives, que suposen un paper fonamental a l'hora de donar valor el llibre i fer créixer l'enriquiment cultural del país.

En l'estudi realitzat per Fitzcarraldo l'any 2007 es posa de manifest la viabilitat de la celebració del Saló del Llibre i la rendibilitat d'invertir en aquest tipus d'esdeveniments culturals. La despesa del públic en adquisició de llibres i material editorial és de 14.305.000€ (cada usuari gasta de mitjana 50-55€) als quals cal sumar els 650.000€ del preu de les entrades. A part d'això, si se suma als guanys directament relacionats amb la fira a aquells provinents del consum d'altres serveis com reserva d'hotels, taxis, restauració, compres fora del recinte., la despesa total per part del públic és de 27.850.000€ mentre que la despesa a l'hora de produir l'organització del Saló de Llibre és de 4.598.000€.

El Saló del llibre és l'esdeveniment cultural per excel·lència al Piemont, que aconsegueix reunir sota un sol acte tres dimensions fonamentals: la promoció del llibre, la promoció de la literatura i doncs, de retruc, el desenvolupament econòmic del mercat. Com ja hem comentat, en una fira del llibre hi són presents tots els agents de la cadena del llibre i tots en treuen beneficis econòmics: per la venda directa del seu producte o per acords que hagin pogut establir amb altres empreses; i/o gràcies a la promoció del seu producte tant al públic lector com professional.

Beneficis per als expositors

Prendre la decisió d'assistir a una fira del llibre com a expositor vol dir fer una anàlisi que prevegi les despeses prèvies – lloguer de l'estand, transport de la mercaderia, augment de la contractació de venedors per la durada de la fira, etc. – en relació allò que reportarà la presència a la fira – venda directa de llibres i publicitat de l'activitat de l'empresa -. Cal tenir en compte, doncs, la importància de la fira a la qual es vol assistir i considerar les probabilitats reals d'aconseguir el retorn de la inversió o, encara millor, un balanç positiu. Per part de l'editorial o de la llibreria que exposa cal preparar-se amb antelació i deteniment l'actuació a la fira, establir uns objectius i pensar quina és la millor estratègia per assolir-los. Per exemple, existeix la possibilitat de planejar juntament amb l'organització del Saló del Llibre la realització de presentacions de llibres. Aquesta és, absolutament, la millor manera de fer conèixer al públic l'últim llançament d'una editorial, s'aconsegueix presentar una nova obra i la possibilitat que els lectors puguin interactuar directament amb l'autor.

Al Saló de Torí la gran oportunitat per als expositors rau en l'alta possibilitat de venda de llibres i altres productes als visitants de la fira. La majoria de públic visita la fira amb l'objectiu de comprar llibres – sigui l'última novetat o un exemplar únic que no ha trobat enlloc més – ja que s'ofereix en un mateix espai una gran varietat diversa de producció editorial nacional i internacional. Per aquest motiu, els expositors han d'aprofitar l'ocasió per proposar ofertes especials lligades a l'esdeveniment, per mostrar al públic el gran ventall de col·leccions que elabora, per promocionar amb més èmfasi les obres que li interessa vendre, etc. En el cas del Saló del Llibre de Torí la rendibilitat de llogar un estand és indiscutible. Val la pena dir que en l'edició del 2013 la venda als estands ha augmentat un 20% de mitjana respecta a l'any passat.

A continuació podem veure com a exemple de la creixuda de vendes, una llista amb deu grans editorials presents al Saló i quin augment han viscut respecta de l'edició passada:

Taula 5: Augment de vendes als expositors. Dades extretes del web <http://www.salonelibro.it/>

Adelphi	+15%
Editori Laterza	+20%
Einaudi	+15%
Feltrinelli	+40%
Giunti Editorie	+16,5%
Iperborea	+25%
Minimum Fax	+15%
Gruppo Ed. Mauro Spagnol	+10%
RCS	+15%
Selenio Editore	+26%

A banda d'això, cal fer una especial referència a l'ajuda que des del Saló de Torí es brinda a les petites i mitjanes empreses que s'estan iniciant en la indústria del llibre. Per a les petites editorials es tracta d'una oportunitat única de fer-se visibles en contraposició a les grans editorials. Això demostra que la fira serveix també per donar a conèixer una marca i una activitat particular al públic. Segurament, gràcies a l'expositor de la fira, molts lectors hauran descobert l'existència d'una petita editorial que desconeixia i s'interessarà en un futur en els seus llançaments. Per aquestes empreses la presència al Saló del Llibre suposa una possibilitat excel·lent a l'hora de vendre llibres, tot i que el volum de vendes no és comparable al de les grans editorials, enguany els editors han quedat satisfets de la repercussió econòmica aconseguida.

Beneficis per als escriptors

Dins el ventall d'activitats que proposa el Saló Internacional del Llibre, una gran quantitat són presentacions de llibres i encontres amb autors. En realitat, una de les tasques més reeixides i gràcies a la qual el públic reconeix el Saló de Torí és per la presència d'escriptors. D'aquesta manera, s'ofereix la possibilitat a les editorials, de promocionar nous llançaments; als escriptors, d'explicar i presentar la seves creacions; i, per últim, al públic de conèixer d'a prop la feina de l'escriptor.

Els visitants del Saló agraeixen molt aquest tipus d'iniciativa i, de fet, aquest sentiment es fa patent en la forta presència de públic a les sales. A tall d'exemple, en aquesta edició sales com l'*Auditorium* (amb una capacitat de 1.900 llocs) s'ha omplert de gom a gom durant la intervenció de l'escriptor israelià David Grossman o els italians Roberto Saviano i Vinicio Capossela.

Per a l'escriptor, ésser present en encontres d'aquesta índole on s'hi concentra tanta gent, significa una possibilitat única per presentar les seves obres i la seva vàlua com a artista. És difícil trobar altres ocasions en què es disposin d'espais tan grans per a presentacions de llibres, on es crea tanta expectativa i on hi ha tant de públic que, per una banda, són possibles compradors del llibre; o, per altra banda, són professionals fent nous descobriments per a una possible compra de drets. El fet que el Saló de Torí tingui també un caràcter internacional vol dir que els escriptors – tant els italians com els estrangers convidats - poden mostrar la seva feina a professionals d'altres països. Dit d'una altra manera, un escriptor que estigui presentant la seva última obra publicada o una nova traducció a l'italià consta en un programari consultat per centenars de professionals que s'adonaran de la rellevància del fet que aquests escriptors tinguin un lloc al Saló del Llibre. Això és encara més interessant per als escriptors d'altres països que assisteixen al Saló de Torí, perquè no només presenten el llibre als lectors italians sinó a altres editors a un nivell internacional. Per als escriptors estrangers que tenen la

possibilitat d'ésser present al llançament d'una obra seva a un altre país, es tracta d'una oportunitat única de mostrar un producte en concret però també tota una experiència creativa que potser encara no es coneix a Itàlia. A més, gràcies a això els lectors posen cara darrere a unes paraules escrites i poden, així, experimentar amb el llibre d'una manera diferent.

Beneficis per al públic i per a la comunitat

Pel que fa als beneficis per a la comunitat, es classifiquen en els dos grups que ja hem esmentat: el desenvolupament econòmic i el foment de la lectura.

Convé fer ressaltar, en fires com les de Torí, la tasca que es porta a terme per mostrar al públic la importància de llegir. Això és quelcom positiu per a tota la comunitat perquè té a veure amb un procés educatiu i formatiu que afecta tothom per igual. Concretament a Itàlia, on l'índex de venda de llibres i de lectors és força baix, esdeveniments com aquests serveixen per donar un gran impuls a l'activitat de la lectura. El Saló del Llibre de Torí fa servir diferents estratègies per apropar-se a tota mena de públic – lector i no lector – per tal de persuadir-lo sobre la importància de llegir de manera habitual. Al capdavant fomentar la lectura servirà no només per tenir uns ciutadans més ben preparats sinó també per afavorir el mercat del llibre gràcies a la venda d'obres. És més, les empreses han de ser conscients de la importància d'aquest tipus d'esforços i no menystenir les activitats relacionades amb el foment de la lectura perquè, en efecte, la indústria també n'acaba sortint beneficiada.

En definitiva, el públic gaudeix del Saló Internacional del Llibre perquè és un esdeveniment on tothom hi té cabuda sense discriminacions ni pretensions. Els visitants del Saló són estudiants, jubilats, treballadors del sector del llibre, famílies senceres, persones que no llegeixen habitualment, etc. El propòsit de l'organització és que al Saló tothom hi trobi alguna cosa del seu interès i que allò que els ha cridat l'atenció en primer moment sigui una excusa per conèixer un món desconegut i deixar-se seduir pels llibres.

Conclusions

El Saló Internacional del Llibre de Torí està compost per multitud d'espais i seccions no obstant això, en realitat, podríem dir que es divideix en dues parts independents molt clares. Cadascuna d'aquestes parts té la seva metodologia, el seu públic, els seus interessos i els seus objectius propis i distints. Per un cantó hi ha l'International Book Forum, que afavoreix, com hem vist a l'apartat dedicat exclusivament a l'encontre, tant la internacionalització de la producció italiana com la capacitat de fer negocis entre empreses; per l'altre, la resta del Saló Internacional del Llibre, que està destinat a la venda de productes editorials i a la promoció d'aquests productes a favor del foment de la lectura. El fet que aquestes dues vessants del Saló es tractin de manera separada permet als organitzadors concentrar-se en els objectius que volen assolir i en els serveis que volen oferir d'una manera més especialitzada. Gràcies a això, la plataforma que suposa el Saló s'aprecia i aconsegueix donar als seus participants allò que ells n'esperen. Quan analitzem les funcions del Saló de Torí no podem evidenciar ni aquella comercial ni aquella cultural, ni podem ressaltar-ne una més que l'altra perquè tant des de la part professional com des d'aquella per al públic general es genera una oferta de qualitat.

Hem comentat detingudament les seccions presents al Saló del Llibre però, tanmateix, m'agradaria ressaltar tres espais temàtics. Subratllo aquests tres en particular perquè són els que millor representen els principis i la identitat del Saló. En primer lloc, el Bookstock Village, l'espai encarregat d'inculcar als petits i als joves l'habitud de llegir; en segon lloc, el Salone Off, que porta el Saló del Llibre als carrers de la ciutat amb la intenció de fer participar a tots els ciutadans en l'esdeveniment de forma activa; en tercer lloc, el Book to the future, que demostra la capacitat d'adaptació de la Fira i la necessitat de confrontar-se amb les noves realitats que imposa l'avanç de la tecnologia. Amb aquestes tres seccions s'assoleixen les tres premisses del Saló: especial atenció als nens i nenes en qualitat de futurs lectors, difusió de la importància de la literatura i de l'acte de lectura d'una manera lliura i democràtica, interès en reflexionar sobre les transformacions en la indústria del llibre. Així doncs, aquest fet demostra que l'organització del Saló posa tots els seus esforços per crear espais que interessin al públic, a l'hora que els informen i els guien en el món del llibre. El Saló del Llibre representa dins i fora del recinte ferial que l'allotja totes les dimensions del sector del llibre, és per això que cada any es renoven els estands i sorgeixen noves idees que involucren més i més cares de la indústria cultural.

El treball, doncs, respon totes les preguntes que fèiem a l'inici: el Saló Internacional del Llibre de Torí és viable i rendible. En realitat, al llarg d'aquests vint-i-sis anys ha aconseguit fer-se un renom i convertir-se en l'esdeveniment cultural més important a Itàlia a nivell empresarial i, a més, gaudeix de l'estima i el reconeixement dels ciutadans italians. L'èxit del model que segueix el Saló del Llibre es manifesta, en efecte, en l'alta participació de públic, en la quantitat d'expositors que lloguen estands i en la confiança que hi disposen els professionals que hi porten a terme els seus negocis.

Bibliografia

- Baudino, Mario. "Ottantamila al Salone del Libro" *La Stampa*, Núm. 126 (maig 1988)
- Benedetto, Piere Paolo. "Il Salone del Libro diventa Fondazione" *La Stampa*, (gener 1990)
- Alexandre-Benavent Rafael; Ferrer-Sapena Antonia, "¿Qué nos aportan las redes sociales?", *Anuario ThinkEPI*, 2010, v.4, pp.217-223.
- Fumero Antonio; Roca Genís, *Web 2.0*, , Fundación Orange España, 2007
- Dumas Enrique, "En Internet todo es una red social", *Expansión*, 18 de Febrer de 2005
- Padilla López, Raúl *Necesidad y utilidad de las ferias del libro. A: Memoria-Congreso Internacional del Mundo del Libro* (pg.293). Ciudad de México, 2009. Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Papuzzi, Alberto. "Torino vince il Salone del Libro" *La Stampa*, Núm. 223 (setembre 1987)
- *Las ferias del Libro, Manual para expositores y visitantes profesionales* per Richard Uribe Schroeder, Fernando Zapata López, Bernardo Jaramillo Hoyos, Fabiano dos Santos Piúba, Mónica Torres Cadena, Juan Carlos Rueda Azcuénaga, Marifé Boix-García i Mónica Herrero de Consiglio, Bogotá, Ed. CERLALC-UNESCO, Novembre 2012
- Dumas Enriques. (18 març 2013) *Tipologías en el consumo de información: unidireccionales, sociales y originadores* <<http://www.enriquedans.com/2013/03/tipologias-en-el-consumo-de-informacion-unidireccionales-sociales-y-originadores.html>>
- Agència de comunicació Ars Media. Ars Media. 2 maig 2010 <<http://www.ars-media.it/it/#/home>>
- Agència web Risolviamo. Risolviamo s.r.l. 20 octubre 2012 <<http://www.risolviamo.com/home.html>>
- Fira del Llibre de Londres. Reed exhibitions. 2012 <<http://www.londonbookfair.co.uk/>>
- Saló del Llibre de París. Reed expositions France. 2 novembre 2011 <<http://www.salondulivreparis.com/pro.htm>>
- LIBER – Fira Internacional del Llibre. Fira de Barcelona. 2012 <<http://www.liber.es/ca/inici>>
- Fira del Llibre de Frankfurt. Frankfurter Buchmesse. 8 novembre 2006 <<http://www.buchmesse.de/de/>>
- Saló Internacional del Llibre de Torí. Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura. 15 juny 2009 <<http://www.salonelibro.it/>>
- International Book Forum. Ibf. 8 maig 2005 <<http://www.ibf.it/>>
- Adaptlab. TorinoFilmLab. 6 juny 2008 <<http://www.torinofilmclub.it/index.php>>
- Comicon de Nàpols. Napoli Comicon. 3 maig 2001 <<http://www.comicon.it/>>
- Fira del Llibre de Bolonya. Bologna Fiere S.p.A. 7 maig 2013 <<http://www.bookfair.bolognafiere.it/home/878.html>>
- Fira Nacional de la petita i mitjana editorial. Associazione Italiana Editori. 12 novembre 2009. <<http://www.piulibriuliberi.it/menu2009/HOME.aspx>>
- Concurs Lingua Madre. Lingua Madre. 19 abril 2009 <<http://concorsolinguamadre.it/>>
- Nati per leggere. Nati per leggere. 2010 <<http://www.natiperleggere.it/index.php?id=9>>
- Associació d'editors italians. Associazione italiana editori. 2013. <<http://www.aie.it/>>
- Fundació per al Llibre, la Música i la Cultura. Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura. 2013. <http://www.fondazioneibro.it/presentazione.php>
- Ceipiemonte. Ceipiemonte. <http://www.centroestero.org/index.php?lang=ita>
- B2Bright. B2bright. 2012. <<http://www.b2bright.com/>>

Annex

Enquestes

A continuació s'exposen un seguit d'enquestes realitzades a diferents participants al Saló del Llibre de Torí, que han assistit a l'encontre com a professionals estrangers. Concretament hem entrevistat una editorial i dues agències que han participat en alguna edició de l'International Book Forum i una escriptora convidada per presentar el seu llibre. A partir de la seva experiència es pot entendre millor els motius pels quals una empresa decideix anar a l'encontre i quins beneficis reals en treu.

Ediciones B

Ediciones B és una editorial nascuda a Barcelona que gaudeix, en l'actualitat, d'un àmbit d'actuació tant nacional com internacional. És rellevant l'activitat portada a terme a Amèrica llatina on tenen seus, entre altres països, a Argentina o Xile. En els darrers anys ha portat a terme una renovació de criteris editorials a partir de la qual volen apostar pel modernisme i el dinamisme dels nous temps.

Empresa: Ediciones B

Nombre y cargo en la empresa: Marisa Tonezzer, editora

1. **¿En cuántas ediciones del IBF ha participado?** Una
 - a. **En el caso de haber repetido, ¿qué ventajas le empujan a visitar el Salón edición tras edición?**
 - b. **En el caso de no haber repetido, ¿por qué motivo decidió no volver a participar?** Restricciones presupuestarias
2. **Además de en Turín, ¿la empresa participa en otras ferias del libro?**
 - a. **Si es así, cítelas y defina la mayor virtud de cada una de ellas.** Feria de Frankfurt (imprescindible, el encuentro anual internacional de personas clave en la compraventa de derechos); Feria de Bologna (ídem, pero de libros infantiles-juveniles); Feria de Londres (no imprescindible, pero segunda en importancia después de Frankfurt).
 - b. **¿Cómo selecciona las ferias en las que participará?** Por su importancia y por el tipo de libros que busco adquirir.
3. **¿Cómo preparó la visita al Salón? ¿Definió claramente unos objetivos?**
 - a. **Enumérellos.** Sí, fue muy sencillo preparar la visita gracias a las estupendas herramientas online (base de datos de participantes, áreas a las que se dedicaban, principales productos, intereses y necesidades, y posibilidad de armar la agenda a partir de esos datos).
 - b. **¿Cuáles de sus objetivos cumplió?** Todos, y con creces. Hice más contactos interesantes de los que imaginaba, y concreté algunos negocios.
4. **¿La visita al Salón fue satisfactoria?** Sí
5. **¿Cree que el IBF es una buena plataforma para la interacción entre empresas de distintos países?** Sí
6. **¿Ha conseguido, gracias al encuentro, establecer contacto con nuevas empresas con las que nunca antes había trabajado?** Sí
7. **¿Asistió a conferencias?** No, preferí priorizar las entrevistas personales.
 - a. **Si asistió cite algún ejemplo:**
 - b. **¿Los seminarios para profesionales son interesantes, provechosos y de actualidad?**
8. **Sobre el Salón Internacional del Libro de Turín, ¿le parecen interesantes las actividades e iniciativas desarrolladas durante la feria?** No me interesan especialmente. Veo las ferias más bien como oportunidad de contactos.

The Ella Sher Literary Agency

Ella Sher gestiona els drets de traducció d'editorials espanyoles i internacionals

Empresa: THE ELLA SHER LITERARY AGENCY

Nom i càrrec a l'empresa: Ella Sher, agent.

1. **A quantes edicions de l'IBF ha participat?** Más de 6
 - a. **En el cas d'haver repetit, quins avantatges l'empenyen a visitar el Saló un altre cop?** La posibilidad de quedar cada vez con editores internacionales e italianos que van cambiando. La posibilidad de ver como varia el mercado, de año en año.
 - b. **En el cas que no hagi repetit, per quin motiu va decidir no tornar a participar-hi?**
2. **A part de Torí, l'empresa participa en altres fires internacionals del llibre?** Sí, Frankfurt, Londres y Paris
 - a. **Si la resposta és sí, citi-les i defineixi les característiques més atractives de cadascuna:** Frankfurt, es la feria más importante a nivel mundial. Ahí "hay" que estar, para vender derechos y conocer a gente. Es más una cuestión de relaciones publicas, casi. Londres: es una feria importante a nivel mundial pero mucho más tranquila que la de Frankfurt. Se puede hablar más y con más detenimiento. Paris: ha sido el primer año que participamos. Fue interesante para conocer a nuevas editoriales francesas o editores que aún no conocíamos.
 - b. **Com selecciona a quines fires participarà l'empresa?** Según la importancia y la cantidad de negocio que nos darán en cambio.
3. **Com va preparar la visita al Saló? Va definir prèviament uns objectius clars?** Preparamos las reuniones y los catalogos.
 - a. **Enumeri'ls:** El objetivo principal es concentrarnos en los libros importantes que queremos vender. En segundo lugar, la feria es importante para conocer a editores con los que hemos trabajado quizás solo por email.
 - b. **Quin dels objectius va assolir?** Ambos
4. **La visita al Saló va ésser satisfactòria?** Si
5. **Creu que l'IBF és una bona plataforma per facilitar la interacció entre empreses de diferents països?** Si
6. **Ha aconseguit, gràcies a l'encontre, establir contacte amb noves empreses amb les quals encara no havia treballat?** Si
7. **Va assistir a conferències o altres activitats?** No, por falta de tiempo.
 - a. **Si la resposta és sí, citi algun exemple:**
 - b. **Els seminaris professionals que es realitzen el Saló de Torí són profitosos, interessants i tracten temes d'actualitat?**
8. **En relació al Saló Internacional del Llibre de Torí, li semblen interessants les activitats i iniciatives que es desenvolupen per al públic durant la fira?** Si.

Guillermo Schavelzon & Asoc., Agència Literària

Guillermo Schavelzon és una agència literària fundada a Buenos Aires, que es traslladà el 2002 a Barcelona. Aquest fou un pas clau a l'hora de confirmar la seva internacionalització. Representen escriptors de ficció i no ficció que, en la gran majoria, escriuen en espanyol; motiu pel qual actuen a com a pont de contacte entre Amèrica Llatina i Espanya.

Empresa: Guillermo Schavelzon Agente

Nombre y cargo en la empresa: Guillermo Schavelzon, agente

1. **¿En cuántas ediciones del IBF ha participado?** Cuatro.

- a. **En el caso de haber repetido, ¿qué ventajas le empujan a visitar el Salón edición tras edición?** Reunirnos con editores italianos.
 - b. **En el caso de no haber repetido, ¿por qué motivo decidió no volver a participar?**
2. **Además de en Turín, ¿la empresa participa en otras ferias del libro?**
- a. **Si es así, cítelas y defina la mayor virtud de cada una de ellas.** Frankfurt, Londres, Guadalajara
 - b. **¿Cómo selecciona las ferias en las que participará?** Experiencia, interés y resultados
3. **¿Cómo preparó la visita al Salón? ¿Definió claramente unos objetivos?**
4. **Por supuesto. Me reservo la definición.**
- a. **Enumérelas.**
 - b. **¿Cuáles de sus objetivos cumplió?**
5. **¿La visita al Salón fue satisfactoria?** Bajos resultados.
6. **¿Cree que el IBF es una buena plataforma para la interacción entre empresas de distintos países?** Plataforma de interés medio.
7. **¿Ha conseguido, gracias al encuentro, establecer contacto con nuevas empresas con las que nunca antes había trabajado?** Muy pocas.
8. **¿Asistió a conferencias?** No.
- a. **Si asistió cite algún ejemplo:**
 - b. **¿Los seminarios para profesionales son interesantes, provechosos y de actualidad?**
9. **Sobre el Salón Internacional del Libro de Turín, ¿le parecen interesantes las actividades e iniciativas desarrolladas durante la feria?** Interés medio.

Blanca Busquets

Blanca Busquets fou una de les convidades d'honor en aquesta última edició. L'autora tingué l'oportunitat de presentar davant del públic la seva primera obra traduïda a l'Itàlia. L'entrevista es realitzà amb la intenció de conèixer de primera mà l'experiència al Saló de Torí i quins beneficis esperava obtenir l'escriptora gràcies a aquesta oportunitat.

1. En quin moment et vas plantejar contractar l'agència de l'Anna Soler-Pont? Quina mena de gestions ha fet l'agència Pontas?

La meua història amb Pontas té trampa: l'Anna i jo ens coneixem des de ben petites. Ens vam perdre la pista durant molts anys i jo, que intentava publicar i no me'n sortia, no sabia què era una agència literària. Em sonava a alguna cosa estranya. Fins que algú m'ho va explicar bé i jo també vaig estar segura que allò que acabava d'escriure era publicable. Llavors vaig anar a buscar l'Anna, perquè sabia que havia muntat una d'aquestes agències, i li vaig demanar si m'ajudaria. Em va prendre el llibre de les mans, em va ensenyar a arrodonir els llibres, a retallar... a deixar-ho tot a punt perquè un editor comprés una novel·la. Jo no m'ho podia creure, però va ser així. Tens una sensació estranya quan t'agafen allò que has estat escrivint íntimament i t'ajuden a deixar-ho perquè es pugui presentar al públic. I l'Anna ho va fer amb passió, i amb delicadesa i sensibilitat. D'això deu fer tretze o catorze anys, més o menys.

A partir d'aquí, Pontas ha venut tots els meus llibres, el primer a Proa i els altres a Rosa dels Vents. També els ha venut a l'estranger. Treballen molt bé aquí i dominen el mercat exterior. Quan hi ha una oferta negocien per tu. I no van a guanyar carretades de diners si veuen que no et convé per al teu futur d'escriptora. O, en tot cas, t'ho consulten abans i t'aconsellen que no vagis per aquest camí sinó per l'altre, que és més lent però més segur, etc.

2. Com s'estableix el contacte entre l'editorial catalana i l'editorial italiana?

En el meu cas no hi ha contacte entre editorials. El fa Pontas. Si no tens agència, aleshores sí que és l'editorial la que es belluga. Amb agència, no. Va ser Pontas la que va trobar Piemme, es una de les editorials a les quals envien el material publicat dels seus autors que pensen que els pot interessar.

3. Com es porta a terme tot el procés de traducció i de promoció del llibre? Has treballat directament amb el traductor durant la tasca de traducció a l'italià?

En el cas de l'italià, no. Simplement he anat parlant amb l'editora (Grazia Rusticali) d'algunes coses de què dubtava. També em va dir que, si el traductor tenia dubtes contactaria amb mi, però no ho va fer, així que vaig suposar que se'n va sortir prou bé. En el cas de l'alemany, per exemple, sí que vaig contestar moltes preguntes de la traductora. Tornant a l'italià, per a la promoció he col·laborat amb una persona del gabinet de premsa de l'editorial Piemme, Giulia Taddeo, per organitzar tot el que fa referència a la meua visita a Torí.

4. De part de qui i quan vas rebre la invitació per assistir al Saló de Torí? Com et vas plantejar l'oportunitat?

Em penso que va ser a la tardor, que l'editora (Grazia Rusticali) va dir a Pontas que estava treballant perquè al Saló de Torí es presentés el meu llibre. I ho va aconseguir! Quant a l'oportunitat, crec que la resposta és òbvia... Era una gran, gran oportunitat de poder donar a conèixer el meu llibre a Itàlia i de parlar amb els lectors...

5. A Torí hi has anat sola o t'acompanya algú de l'agència?

A Torí ens hem trobat amb una persona de l'agència -la Marina Penhalva- que és qui ha portat tot el meu tema amb Itàlia, però realment hi he anat convidada per l'editorial, i són ells els qui m'han organitzat la presentació i totes les entrevistes amb la premsa del país.

6. Quina ha estat l'acollida del teu llibre? I la reacció del públic del Saló?

M'he quedat impressionada de veure com l'estaven tractant l'editorial, la premsa i el públic, que, per cert, va omplir la sala Blu del Saló de gom a gom. I encara va quedar gent a fora! Encara estic en estat de xoc. I el fet que es convidés per llegir fragments del meu llibre una actriu com Lella Costa ha estat un gran cop d'efecte, per a mi també, perquè em va emocionar molt. És una gran, gran actriu...

7. Quins avantatges esperes tenir gràcies al fet d'haver presentat l'edició italiana al Saló del Llibre més gran d'Itàlia?

Doncs espero que això sigui una bona promoció i que tingui una bona repercussió a tota Itàlia. Espero que serveixi perquè el meu llibre pugui arribar a més gent.

8. Més enllà d'Itàlia, creus que la presència al Saló t'obrirà portes a altres països?

Això sí que ho ignoro. Si vens molt en un país, els editors d'altres llocs s'hi fixen, però em penso que concretament el Saló és per al llibre italià. Per tant, no crec sincerament que hi tingui res a veure.

9. Com va sorgir l'oportunitat de venda dels drets en les altres llengües? Com ha estat l'acollida de les teves obres a altres països on ja s'ha publicat? (Espanya, Alemanya o Rússia)

A Espanya és complicat: els autors catalans no estem de sort. Com que no sóc l'única, no em preocupa personalment, però sí com a societat i com a cultura: per què no es llegeixen els autors catalans (traduïts) és una cosa que no acabo d'entendre. Per què costa tant... No ho sé.

A Rússia no sé com ha anat. Rússia és lluny i difícil de controlar. Les coses passen... i prou.

A Alemanya ha anat molt bé. *El Jersei* ha fet unes quantes edicions i ha tingut una excel·lent acollida.

10. Quan vas crear la teva pàgina web? Com interactues amb els teus lectors? Se t'han adreçat directament algunes editorials via web?

La pàgina web l'he creat després del Premi Llibreter, el 2012. M'ho va aconsellar l'Anna Soler-Pont. Em va dir que havíem entrat "a primera divisió" i que s'havia de fer si no em volia quedar enrere. Hi vaig estar d'acord. Fins aleshores només tenia entrada a l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana. Ara, als lectors sempre els dic que em poden escriure al www.blancabusquets.cat. I ho fan i n'estic molt contenta, contesto a tothom (només faltaria!) i és un plaer fer-ho. És una manera d'interactuar amb els lectors.

Les editorials es troben a la "home" amb el segell de Pontas que coneixen bé, i saben que, si volen res de mi, s'hi han d'adreçar. De fet, les editorials catalanes ja saben que sóc a Pontas i, quan volen parlar de mi, ho fan directament amb l'Anna quan s'hi veuen per altres coses. Som en un país petit, tothom es coneix...

11. Com és que no tens entrada a viquipèdia?

Ni m'ha passat pel cap. L'hauria de tenir? I això qui ho fa? Ho he de fer jo? Ja veus, l'enquesta va a l'inrevés, ara...

12. Quin ús fas de les xarxes socials? Com dinamitzes el Facebook? És una tasca que portes a terme personalment o t'ajuda l'agència?

Tot això ho faig personalment, però l'agència també té Facebook i Twitter, i, si hi ha res que em toca a mi em retuitegen o ens fem clic a "m'agrada" mútuament i aquestes coses. I jo sí, tinc Facebook (perfil personal i pàgina literària) i Twitter. Entre els articles setmanals i les coses que vaig fent de literatura, crec que els tinc força actius. Simplement penjo tot el que faig i tot el que em fan (relacionat amb llibres, és clar). També es poden veure a la pàgina web.

13. Què opines sobre el món del llibre digital? I els nous dispositius de lectura?

Jo tinc e-reader i em va de perles. Malauradament per a un esperit romàntic com jo, però, crec que el paper té els dies comptats: llegir en digital té els seus avantatges i els seus inconvenients, però és el futur, i al futur no se'l pot combatre. Ara bé, hem de fer alguna cosa per salvar els escriptors (si tothom es baixa els llibres gratuïtament arribarà un moment en què no podrem penjar-los), les llibreries (no sé com podríem adaptar-les als nous temps) i, és clar, les editorials. Però no em demanis què, perquè no ho sé.

14. Has signat drets per a l'explotació digital dels teus llibres?

Avui ja va inclòs en tots els contractes de llibres que signes amb una editorial. És una clàusula.

15. Per acabar, si has tingut temps de visitar el Saló del Llibre de Torí; què t'ha semblat?

Meravellós. És un plaer veure un lloc tan gran, tan ple de llibres i de tanta, tantíssima gent que decideix passar unes hores o tot un dia allà... Hi ha llocs on gairebé no et pots moure... Hi ha famílies senceres, pares, avis, nens... És molt emocionant. També hi ha moltes conferències i presentacions... És l'art d'acostar les lletres al públic que les estima... que, en el cas de Torí, és moltíssim. M'ha impressionat.

Entrades al bloc

S'han realitzat, després de la celebració del Saló de Torí, dues entrades pel bloc oficial del postgrau Llibre i Lectura en la societat de la informació (una d'aquestes contenia l'entrevista a Blanca Busquets ja adjuntada anteriorment). S'exposa tot seguit l'entrada en referència a una visita personal al Saló d'enguany.

Visita al Saló Internacional de Torí

Al Saló Internacional del Llibre de Torí s'hi veu gent encorbatada que parla per telèfon mòbil i gent que arrossega l'equipatge de mà, però també s'hi veuen nens que descobreixen nous dispositius de lectura digitals i lectors que esperen que el seu escriptor preferit els dediqui el llibre. Al recinte ferial s'hi barregen interessos, expectatives i objectius diferents amb un denominador comú: la literatura.

El Saló de Torí, a diferència d'altres fires del llibre europees com, per exemple, la Book Fair London, està oberta a tota mena de públic. En aquest cas concret, les activitats i propostes que es porten a terme estan destinades, en gran part, als lectors no professionals, tot això amb la finalitat d'aconseguir el gran objectiu de la Fira: apropar la literatura a tothom i encomanar a la lectura. És per aquest motiu que les activitats es divideixen en espais que aprofundeixen en diferents temes atractius: la literatura digital, els petits editors, una literatura estrangera, llibres de cuina... I, cal destacar, el Salone off que s'ocupa d'organitzar desenes d'activitats arreu de la ciutat i de la província de Torí paral·lelament al Saló. Crec que és important ressaltar el caràcter amè i planer de la fira perquè és precisament això el que fa que sigui una trobada especial, que aconsegueix involucrar als ciutadans d'una manera directa i familiar. Gràcies a la voluntat mediatra de la fira s'ha aconseguit que a Itàlia, malgrat el baix índex de lectors, el Saló de Torí tingui fama i aculli cada any més i més públic (329.860 persones en aquesta última edició).

Des del punt de vista professional, el Saló del Llibre és clau en tres aspectes diferents: en primer lloc, la celebració de l'International Book Forum, unencontre exclusiu per a professionals on es porta a terme la compra-venda de drets; en segon lloc, la considerable oportunitat dels editors de mostrar els seus productes de manera equitativa (sigui una editorial petita o gran, local, creada fa pocs mesos...); en tercer lloc, el ventall d'encontres i presentacions que es realitzen durant aquests dies i que permeten per una banda, promocionar les noves publicacions (per ex., presentacions de llibres); per altra banda, ajornar-se sobre problemàtiques de la indústria literària (per ex., conferències)

A banda d'això, posant èmfasi a una punt de vista general com a visitant, de tots els espais que configuren el Saló m'agradaria destacar-ne dos: Bookstock village i Book to the future.

Bookstock Village és un pavelló sencer dedicat a les iniciatives per als infants i adolescents. En aquest espai enorme hi podem trobar diverses exposicions – meravellosa la mostra de llibres per a infants amb minusvàlues – i també una llibreria especialitzada, un fòrum i laboratoris. El més rellevant són aquests vuit laboratoris en què s'introdueix als nens i nenes al món de la literatura a través de diferents estratègies, des de lectures en veu alta a jocs de paraules. Un d'aquests laboratoris és el *Digilab*, on la mainada entra en contacte amb el procés de digitalització de la literatura: els nens i nenes poden aprendre a escriure un *ebook*, poden jugar o llegir llibres amb la *tablet*...

L'àrea de Book to the future està consagrada a la digitalització i a la relació entre tecnologia i literatura. Aquí s'hi congreguen els estands que promocionen dispositius de lectura

– amb la presència aquest any per primer cop de l'empresa Kobo - i les editorials digitals. Aquesta edició s'hi ha afegit també un espai especial per a *bloggers* i un altre per a la presentació del *social reading*. Així doncs, la iniciativa més interessant arriba de la mà de Bookliners que permeté als assistents conèixer el *social reading* i formar-ne part; de tal manera que el públic podia visitar l'estand i des d'allà inserir comentaris i notes a un text comú. A part d'això, a l'espai de conferències es van portar a terme més de quaranta encontres on es van discutir temes com el préstec digital a les biblioteques, l'ús de les xarxes socials per part de les editorials, el *social reading* a l'escola, el periodisme digital, els drets d'autor a internet i un llarg etcètera.

En definitiva, la celebració del Saló del Llibre de Torí és una oportunitat tant per als professionals que poden fer servir l'encontre com a pont per a establir contactes i promocionar la seva feina a nivell nacional i internacional; com per al públic – lector però, fins i tot, no lector – que pot apropar-se a la literatura i al món de la indústria del llibre en general. És una cita anual esperada i apreciada per milers d'italians que no dubten en fer una bona passejada entre llibres i gaudir de la gran oferta d'activitats que es realitzen a la Fira.