

Antoine Gallimard

<<Al sector editorial ja no hi ha equilibri, està destarotat>>

J.A. CARARACH / CARLES GELI

Entre moltes altres, Antoine Gallimard té una imatge gravada de la seva infantesa a la seu de la seva editorial, al carrer Sébastien-Bottin: <<William Faulkner al jardí. Venia molt poc a París, i aquell home era allà amb tot l'aire de ser en un altre lloc>>. Altres *amics* del nen Antoine es deien Louis Aragon, Albert Camus, Jean Genet -<<el vaig estimar molt>>, Andre Malraux i Marguerite Yourcenar -<<que era molt digna>>-. Crescut al si de l'editorial que representa l'essència del prestigi literari a França, ell ha conegut o ha editat bona part del panteó literari universal, però malgrat tot no pensa a escriure les memòries. <<A cada un el seu ofici>>. El seu es editar, <<un acte de convicció>>

-El 5 de gener del 2003 va recomprar el 38% de Gallimard que la seva família havia venut. Avui en posseeix el 98%, el contrari del que passa al sector des del 1995: les famílies venen i les multinacionals compren.

-Des que el 1988 vaig prendre les regnes de l'editorial vaig voler tenir el màxim de capital per evitar perdre la independència i fer una política lliure de tota pressió exterior. Però s'ha de saber tocar l'acordió: un cop replegat, avui estic disposat a tornar a obrir-me a altres socis.

-¿La venda recent del 60% del macrogrup d'Editis, herència de Vivendi, no era una ocasió per fer-ho?

-Sí, però la meua proposta no va prosperar. Volia comprar algunes de les editorials d'Editis: Presses de la Cité, Le Robert, Laffont... Estava disposat a posar en perill una altra vegada Gallimard per comprar aquelles editorials.

-¿Créixer per evitar morir?

-Avui, o ets ben petit, amb pocs títols a l'any i poca gent, o ja has de tenir una estructura bastant gran. L'edició a Europa s'ha radicalitzat. Ja no hi ha editorials mitjanes com la meua. A França, Flammarion s'ha venut. La segona generació de la família de Le Seuil s'acaba de vendre. Estic sol. Pots quedar-te en una talla mitjana en casos com el nostre, perquè tenim un catàleg molt ric. Però tot i així, si tinc una mala distribució o veng massa car, no puc defensar el meu catàleg. Per això estic obligat a tenir un projecte empresarial.

-Hachette, la segona editorial francesa, ha comprat el 40% d'Editis, la número u; Le Seuil, la quarta, ha estat adquirida per La Martinière, que d'aquesta manera s'ha convertit en la tercera...

-Hi ha un moviment ineluctable de concentració. Avui en el sector editorial sembla que tot està en venda, ja no hi ha equilibri, està destarotat. I això continuarà així molt temps. Els grans grans grups aniran molt seriosament en camps com la literatura o l'educació. Ja ho veuran a Espanya amb Hachette. I Planeta... El panorama quedarà, per un costat, amb grans grups europeus, i per l'altre, amb una sèrie de petites editorials. I, en algun lloc, no se sap on, Gallimard, la muntanya blanca.

-En la seva conferència de clausura del novè **Màster en Edició de la Universitat Pompeu Fabra** de Barcelona va dir que una editorial ha de saber mol bé quin és el seu perfil. ¿Quin és el de Gallimard?

- La imatge de Gallimard és la de la gran tradició –Proust, Yourcenar, la col·lecció La Pléiade...-, però amb un toc de modernitat. La modernitat no és forçosament la moda; la moda és el que passa de moda. Però tenim els llibres de l'època, com el fenomen Harry Potter.

-Un equilibri difícil.

-Almenys sabem el que no s'ha de fer a Gallimard. Així, menys excepcions, no publiquem ni polítics ni gent del show-business. I això sí, no suportem les traïcions.

-Gallimard té sis llibreries. ¿No es pot avui treballar sense cadena de llibreries i filial de distribució?

-És vital tenir el control de la xarxa comercial. Si no, és difícil accedir al mercat. És el meu dilema: ¿podem ser una editorial amb un catàleg magnífic i, a la vegada, comercial?

-Com va escriure Paul Claudel a André Gide el 1910: <<La qüestió consisteix a saber si una empresa comercial viu editant només obres excel·lents de forma i fons>>.

-Sí, és el mateix que llavors, només que tot s'ha accelerat i multiplicat. Els autors volen vendre més, hi ha una concentració sobre els best-seller i els resultats han de ser immediats. La pressió és molt dura. I els autors són menys fidels que mai: són molt sensibles a l'aspecte comercial. Abans no ho eren tant, n'hi havia prou amb el catàleg, la qualitat.

-¿I d'aquí ve la tendència a apujar cada vegada més el marge de benefici d'un llibre o demanar a un autor d'èxit que escrigui més?

-Mirin: un editor és com un pescador que cada dia va a pescar i torna a casa amb tres dorades, suficients per alimentar la seva i viure bé... Però si comença a endur-se més del que pot abastar acaba sent perillós per a l'ecosistema.

-Parlant d'ecosistemes i pescadors, ¿com es porta amb la FNAC?

-Les relacions no han sigut bones durant anys perquè estaven en contra del preu fix del llibre i jo hi estava a favor. Avui són bones, per començar perquè no tinc cap més opció. Tenim acords, però no saben vendre el fons. Sempre parlen de negoci, de gestió. Res d'estocs en llibreria. D'aquesta manera es perden vendes. És el mal de les cadenes.

-La FNAC ven molt a França.

-El que fan és accelerar els llibres que es venen sols i no venen els que també podrien anar bé. Són com un accelerador de partícules. Però quan tens llibres que no estan a dalt de tot, no existeixes. La FNAC es un simple hipermercat.

-Però un gran grup com el seu no necessita defensar el preu fix.

-Quan vull fer llibres barats ja en faig: en tinc que costen dos euros. En canvi, l'últim Harry Potter val 28 euros, i això no ens ha impedit vendre'n dos milions d'exemplars. El preu fix defensa la llibreria tradicional, que al seu torn defensa una presència permanent del llibre, que és un element clau. Els llibres arriben a les llibreries, hi són tres o quatre setmanes i desapareixen. I la llibreria pateix. Fixin-se què ha passat amb el disc: ja no hi ha botigues. Els discos només són a la FNAC i a les grans superfícies, i amb prou feines hi ha dependents que sàpiguen el que venen.

-El que sí que s'ha manifestat és contrari als agents literaris.

-És que ells no tenen en compte els problemes de l'editor, a qui veuen com una vaca lletera que ha de pagar i pagar, i si no paga, vinga, a canviar-lo. Hi ha escriptors que estan molt bé en una editorial i no cal que els moguin. Els agents actuen com si això fos el món del futbol: apugen i apugen preus, amb contractes de durada cada vegada més curta... Els canvis successius són perillosos per a un escriptor.

-Des que el seu avi Gaston va crear l'editorial es parla de Gallimard com l'exit de la combinació de santuari editorial, gestió comercial i connexió política...

-El món editorial del meu avi era un món petit, amb molt temps. Avui has d'estar al cas dels grans moviments i afinar en les anàlisis: avui he d'anar a Brussel·les per explicar a la Unió Europea que si Hachette hagués comprat Editis les conseqüències haurien estat irreversibles... I he de tenir *partenaires* europeus, perquè si no em quedaré aïllat. S'acosten temps durs, estic inquiet, perquè hi ha grans maquinàries industrials, alienes a l'edició, que volen entrar en aquest àmbit; aquest és un sector molt estable, i per això els homes de negocis s'interessen pel llibre.

-¿L'editorial d'Antoine té el mateix esperit que la de Gaston, el seu avi, i Claude, el seu pare?

-Sí, perquè segueix sent el mateix ofici: trobar bons autors i després veure la millor manera de vendre'ls. No hi ha hagut canvis pel que fa al gust per la literatura, però sí pel que fa a les relacions financeres i els problemes tècnics. Però Gallimard segueix representant en essència una herència cultural molt forta; un gust per la feina ben feta.

-¿Alguna recepta familiar?

-No, no existeix el manual del perfecte editor. El llibre blanc de la intuïció editorial no s'escriurà mai. La professionalitat és capital, però l'impredictible, l'atzar, també forma part d'aquesta feina.