

PROMOÇÃO
PLANOS DE ANO NOVO SEVEC



i30 2010
MECÂNICO. RÁPIDO. ÁGIL. SURPREENDENTE!!!
FAÇA UM TEST-DRIVE NA SEVEC.

413213 6060 MARECHAL FLORIANO, 3804 HYUNDAI SEVEC

Editor responsável: João Paulo Pimentel – economia@gazetadopovo.com.br

CULTURA

Livrarias crescem 10% com ajuda dos best-sellers juvenis

Fenômenos de vendas, como a série Crepúsculo, atraem novos leitores e fazem o setor passar longe da crise

Fernando Jasper

Os “vampiros paz e amor” criados pela escritora norte-americana Stephenie Meyer caíram nas graças de muitos livreiros Brasil a fora. Embalados pelo sucesso do filme lançado no fim de 2008, os quatro livros da série *Crepúsculo* ajudaram as livrarias a esquecer a crise econômica e crescer quase 10% no ano passado — desempenho bem superior ao do conjunto da economia, cuja taxa de expansão provavelmente ficou próxima de zero.

“Se com crescimento zero do PIB [Produto Interno Bruto] nossa receita avançou bem, com o PIB crescendo 5% a tendência é de avançarmos ainda mais”, prevê o presidente da Associação Nacional de Livrarias (ANL), Vítor Tavares. Levantamento da ANL mostra que o faturamento médio do segmento cresceu 9,7% no ano passado. Para 2010, a expectativa dos empresários é de expansão ainda mais forte, de 12,2%, em média.

“Nossa receita cresceu 13%. Esse desempenho, em plena crise, clareou os caminhos para 2010. Temos tudo para crescer novamente nesses níveis, algo entre 10% e 15%”, estima Marcos Pedri, diretor da Livrarias Curitiba, maior rede do Sul do país. Os números da Saraiva, rede de maior faturamento do país, também são expressos em dois dígitos. O balanço mais recente mostra que, de janeiro a setembro, sua receita bruta cresceu 22,5%, no conceito de “mesmas lojas” — que exclui unidades abertas há menos de um ano, como a “megastore” do Shopping Mueller, de Curitiba —, o avanço foi de 11,8%. “Fatores como renda e emprego tendem a continuar melhorando neste ano, o que favorece o consumo. Então só podemos esperar mais um ano muito positivo”, diz o presidente da Saraiva, Marcílio D’Amico Pousada.

Isca

Para Pedri e Tavares, os lançamentos das editoras brasileiras tiveram papel fundamental na expansão recente do mercado editorial — que cresce, sem interrupções, desde 2003. “Hoje, nossas boas editoras publicam os best-sellers mundiais quase simultaneamente, quando não simultaneamente, à publicação no exterior. Para as grandes livrarias, que trabalham principalmente com best-sellers, poucos fins de ano foram tão bons quanto o último”, diz o presidente da ANL.

Longe de se incomodar com o que pensam os críticos literários e alguns livreiros mais antigos, o diretor da Livrarias Curitiba não se cansa de exaltar o “mercado novo” que vem sendo aberto por sucessos de público como a série *Harry Potter* e, mais recentemente, a saga *Crepúsculo*. “São livros voltados para um público muito jovem, que está ‘mordendo a isca’, no bom sentido. Se queremos que nosso mercado cresça,

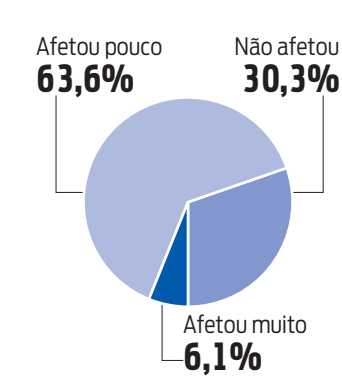


Megastore da Saraiva no Shopping Mueller: com perspectiva de aumento na renda do brasileiro em 2010, procura por livros também deve crescer.

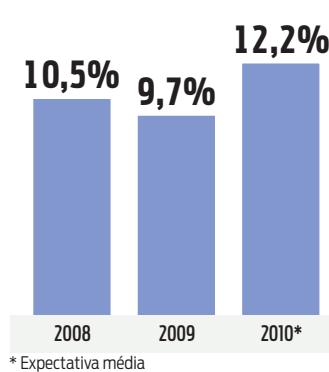
ARRANHÃO

Duas em cada três livrarias brasileiras dizem ter sido pouco afetadas pela crise econômica, e 30% afirmam não ter sentido qualquer impacto. Na média, as receitas do segmento cresceram quase 10% no ano passado, driblando a estagnação da economia.

A crise afetou sua livraria?



Variação do faturamento das livrarias



Áreas que mais cresceram em 2009

- 1º Infante-juvenil
- 2º Literatura (brasileira e estrangeira)
- 3º Ciências Humanas e Sociais
- 4º Literatura brasileira (clássicos)
- 5º Religião

Livros mais vendidos em 2009

- 1º Crepúsculo (Stephenie Meyer)
- 2º A cabana (William P. Young)
- 3º O vendedor de sonhos (Augusto Cury)
- 4º Lua Nova (Stephenie Meyer)
- 5º Leite Derramado (Chico Buarque)

Metodologia: Responderam à pesquisa da ANL 45 redes de livrarias, que representam aproximadamente 370 lojas em 22 estados.

Fonte: Associação Nacional de Livrarias (ANL)

Infografia: Gazeta do Povo

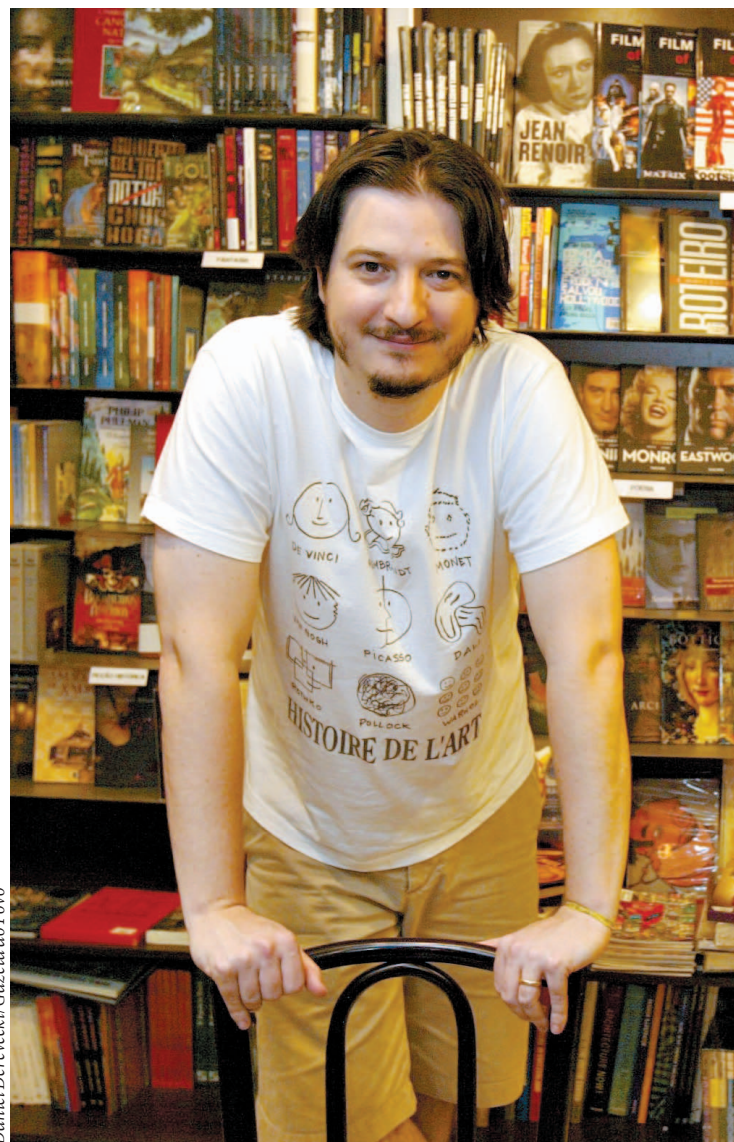
temos que atrair esse público, estimular o hábito da leitura.” No levantamento da ANL, todos os quatro livros da série criada por Stephenie Meyer aparecem entre os dez mais vendidos em 2009. E o gênero infante-juvenil aparece no topo da lista dos que mais cresceram.

Eletrônicos

Se ainda não causa transtornos aos livreiros, a chegada dos “leitores de livros eletrônicos” — como o Kindle, da Amazon — já é vista como o maior desafio do segmento nos próximos anos. Na opinião de Tavares, só uma base maior de leitores poderá compensar, para os livreiros, a prová-

vel popularização das ferramentas eletrônicas. “A médio prazo, elas vão abocanhar uma boa fatia do mercado, prejudicando muito as ‘lojas físicas’”. Para conseguir sobreviver, ainda que perdendo espaço, elas terão de contar com uma ampliação do mercado leitor.

Nem todos veem os “leitores eletrônicos” como ameaça. Para Marcílio Pousada, da Saraiva, eles representam uma oportunidade. “A gente acredita, sim, que esse é um mercado que vai existir, e que será importante. Estamos muito atentos a esse fenômeno, estamos nos preparando para ele, e faremos de tudo para liderá-lo também.”



“Trabalhamos com bons livros, que, soterrados pela enxurrada de lançamentos do mercado editorial, acabam ficando meio esquecidos. O que fazemos é trazer para a frente, para as prateleiras, essas obras.”

Thiago Tizzot, proprietário da livraria Arte & Letra.

DESIGUAL

Vida das pequenas é mais difícil

Em sua maioria, as livrarias brasileiras dizem ter sido pouco ou nada afetadas pela crise internacional. Pesquisa feita pela Associação Nacional de Livrarias (ANL) com 45 empresas associadas, que comandam mais de 370 lojas em 22 estados do país, mostrou que apenas 6,1% delas afirmaram ter sido muito prejudicadas pelos problemas econômicos.

“Apesar do crescimento médio de 9,7% do mercado, essa não foi a realidade de todas as livrarias. Aquelas que fazem parte de redes, que ficam em grandes centros e shoppings, e que têm um comércio dinâmico na internet, se saíram melhor. Por outro lado, as que estão fora das grandes cidades, as livrarias pequenas, independentes, tiveram dificuldades. Algumas até perderam faturamento”, diz o presidente da ANL, Vítor Tavares.

“Para nós, o volume de vendas em 2009 foi muito parecido com o de 2008. Se houve crescimento, foi pequeno”, conta Thiago Tizzot, proprietário da curitibana Arte & Letra. Pequena, a livraria dedica-se principalmente a títulos de literatura, em especial aos chamados “fundos de catálogo” — best-sellers, portanto, não são o forte da loja, que fica dentro de uma cafeteria do bairro Batel.

“Trabalhamos com bons livros, que, soterrados pela enxurrada de lançamentos do mercado editorial, acabam ficando meio esquecidos. O que fazemos é trazer para a frente, para as prateleiras, essas obras”, explica Tizzot. Ele avalia que, por não ser prioridade para a maioria das pessoas, o consumo de livros ficou de lado em meio às dificuldades da economia em 2009. “Em 2010, com um cenário econômico bem mais favorável, as vendas devem voltar a crescer.”

Sustos

Vítor Tavares, da ANL, conta que mesmo as livrarias maiores passaram por alguns apertos. “De fevereiro a agosto, as coisas foram bem difíceis. O mercado reagiu depois que a roda da economia voltou a girar”, diz o dirigente, que é proprietário da Livrarias Loyola, de São Paulo.

Marcos Pedri, diretor da Livrarias Curitiba, conta que a dificuldade da rede foi outra. “Nossa crise foi a gripe”, diz, referindo-se ao surto de gripe A. “O mês de agosto foi o pior dos últimos dez anos. Os shoppings ficaram vazios, e tivemos uma queda de 30% a 35% nas vendas. O ano foi bom, sim. Mas, se não fosse a gripe, teria sido maravilhoso.” (FJ)

INTERATIVIDADE

Você tem comprado mais livros nos últimos anos?

Escreva para leitor@gazetadopovo.com.br
As cartas selecionadas serão publicadas na Coluna do Leitor.