

Na era do e-book, indústria aposta no livro de papel

Grandes empresas desenvolvem papéis especiais para editoras e preveem alta de até 30% na produção para o segmento neste ano

Fernando Scheller

A Suzano Papel e Celulose fez este mês sua primeira grande ação de marketing voltada para o mercado editorial: foi a feiras literárias e contratou uma atriz para ler por horas a fio para promover um tipo de papel que proporcionaria uma experiência agradável aos olhos. A estratégia sinaliza uma maior atenção das papeleiras ao segmento de livros, que se refletirá em uma expansão de até 30% na oferta de produtos para impressão neste ano.

As ações da Suzano na Feira Literária Internacional de Paraty (Flip) e na Bienal do Livro, em São Paulo, serviram para promover o papel Pólen, variedade off-white, de cor amarela, que a empresa diz ser mais adequada aos livros de lazer do que o similar branco. A empresa disputa o mercado editorial nacional principalmente com a MD Papéis, que oferece o Chamois, na mesma coloração. A MD produz 12 mil toneladas do produto ao ano; a Suzano, que fabricou 9 mil toneladas em 2009, pretende fechar o ano próxima do mesmo patamar.

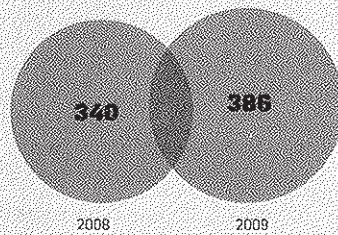
Embora ainda o mercado editorial ainda seja um nicho para grandes indústrias, a disputa pelo fornecimento de produtos específicos ao setor mostra uma mudança na balança de interesses das fabricantes em papel para impressão. Aos poucos, os livros para leitura "recreativa" ganham parte da atenção antes voltada aos didáticos, que garantem volumes maiores.

Para Tadeu Souza, diretor comercial da MD Papéis, o investimento nos papéis off-white se explica pelo fato de o espaço para o crescimento do mercado edito-

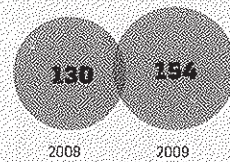
EVOLUÇÃO DO LIVRO DE PAPEL

● Números do mercado editorial brasileiro em 2008 e 2009

Produção de livros
EM MILHÕES DE UNIDADES

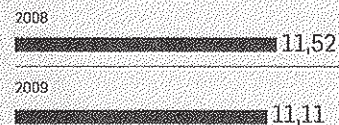


Produção em primeira edição
EM MILHÕES DE UNIDADES



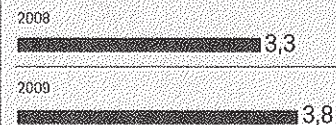
Preço médio por unidade

EM REAIS



Faturamento total do setor

EM BILHÕES DE REAIS



FONTE: CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO

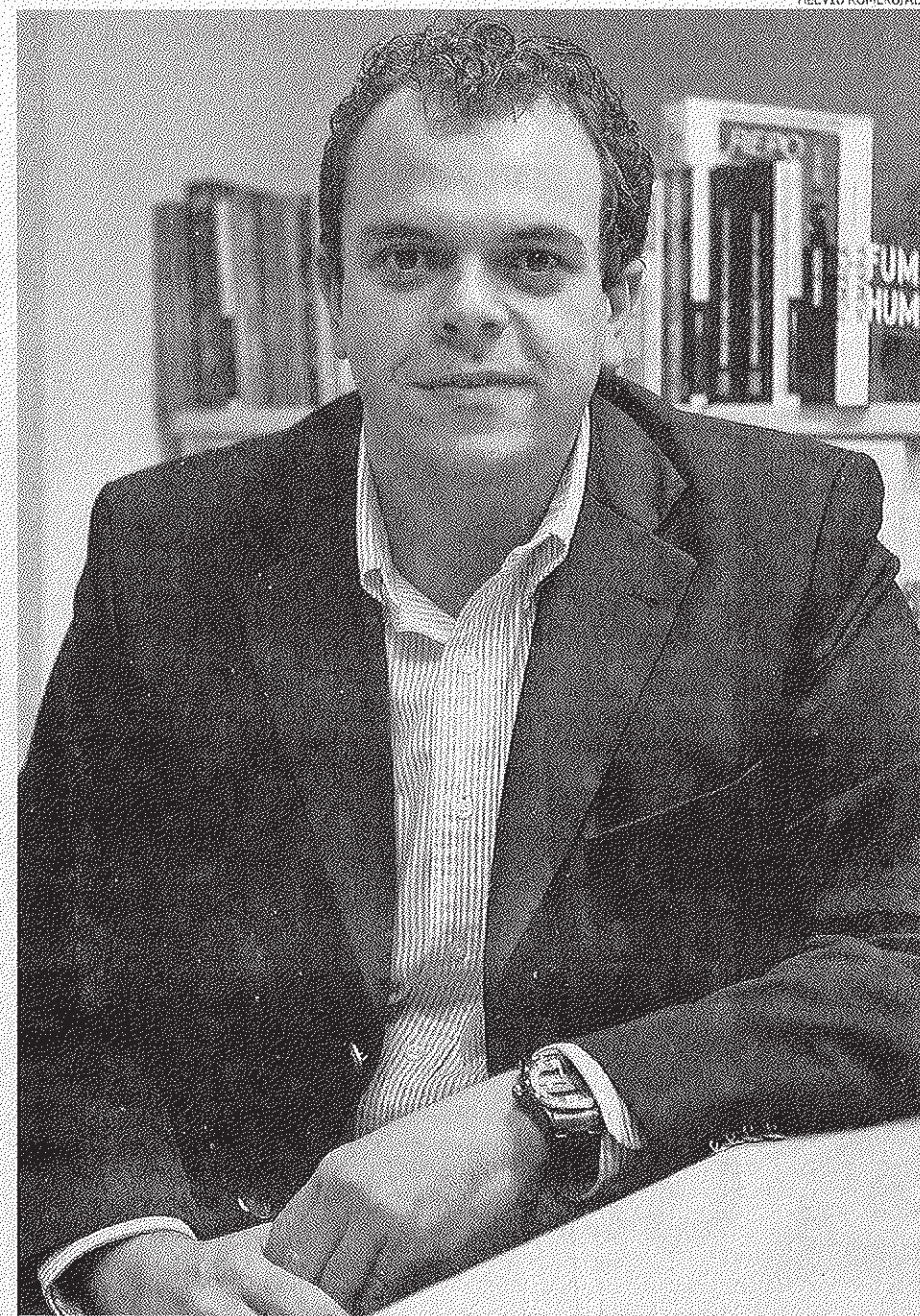
INFOGRÁFICO/AE

rial ser bem maior. "O Brasil produziu 380 milhões de livros no ano passado, o que é menos de 2 livros por habitante. Há um espaço enorme de crescimento. Já os livros didáticos vão se expandir somente com a população, que hoje cresce menos", argumenta.

O executivo prevê vendas até 7% maiores para o segmento de papel para imprimir e escrever em 2010. Ele também descarta que os e-books venham a atrapalhar o desempenho das vendas para as editoras. "Os livros eletrônicos não substituem a experiência do papel. Um livro pode ser grifado, emprestado a outros e guardado", diz Souza. Uma pesquisa do instituto GfK mostra que, pelo menos por enquanto, ele está certo: segundo o levantamento, 67% dos brasileiros desconhecem os e-books.

Dados do mercado editorial mostram que a produção e a venda de livros cresceram acima da média da economia em 2009, quando o PIB brasileiro recuou 0,2%. A produção de livros saltou 13,5%, para 386 milhões de exemplares. Por conta da queda do preço médio do livro, o faturamento do setor subiu 2,1%, para R\$ 3,4 bilhões (veja quadro).

Embora os números oficiais sobre 2010 só devam ser divulgados em meados de 2011, há evidências de aceleração do mercado editorial brasileiro neste ano. A receita bruta das livrarias Saravateve alta de 26,8% no primeiro semestre deste ano, em relação a igual período do ano passado. As vendas das lojas físicas da rede subiram 19,4% no segundo trimestre. Excluindo-se as novas unidades, a alta foi de 10,5%.



HÉLVIO ROMERO/AE

Na ponta. Canela, da Suzano, foi à Bienal de São Paulo informar atributos do papel da empresa ao consumidor

● Tendência

ADRIANO CANELA

GERENTE EXECUTIVO DA SUZANO
"Hoje, editoras importantes como a Companhia das Letras e a Sextante trabalham 100% com o papel off-white"

TADEU SOUZA

DIRETOR DA MD PAPÉIS
"O papel que não é branco cansa menos os olhos. E desenvolvemos o produto para que ele seja mais agradável ao toque"

Acostumadas a grandes contratos, as indústrias de papel trabalham com pequenos volumes com as editoras – a maior parte das negociações é feita por obra. O gerente executivo de estraté-

gia e marketing da Suzano, Adriano Canela, diz que os acordos podem seguir a tiragem padrão de um livro no mercado local, que gira em torno de 3 mil exemplares. "Oferecemos diferentes cortes do papel, conforme a segmentação exigida", afirma Canela. Segundo ele, a oferta mais especializada ajuda a aumentar o preço do produto em até 15%.

Para ganhar em volume, a fabricante investe no contato com editoras que investem em títulos comerciais, como a Sextante. A empresa recentemente lançou O Aleph, de Paulo Coelho, com tiragem inicial de 200 mil exemplares, impresso no papel Pólen. A Suzano também desenvolve relacionamentos no setor doando papel para alguns livros – caso da biografia de Clarice Lispector –, em troca de menção à marca da

companhia no fim da obra.

De olho. O crescimento do segmento editorial chama a atenção também de indústrias que ainda não desenvolvem produtos específicos para a leitura recreativa. Do total de 108 mil toneladas de papel produzido pela finlandesa Ahlstrom no Brasil, 34% são de papéis para imprimir e escrever. A companhia vende principalmente a editoras ligadas a didáticos, e só produz papel branco. A previsão da empresa é crescer até 20% neste nicho em 2010.

O gerente de vendas da companhia, Paulo Camargo, diz que a empresa estuda diversificar as linhas de sua unidade de papel, em Jacareí (SP). De acordo com ele, após período de acomodação por causa da crise, a empresa pode "desengavetar projetos".