

p

publishers

NÚMERO 57 • DICIEMBRE 2024



publishers[®]

INTEGRACIÓN & CONVERGENCIA

LA INNOVACIÓN DEL ENCUENTRO DE DOS EMPRESAS

NÚMERO 57 • DICIEMBRE 2024



De Marque acoge bajo un mismo nombre a todas las compañías que conforman su potente ecosistema digital

Texto: *Luis M. Carceller*

Libranda, la compañía creada por editoriales españolas en 2010, culmina el proceso de convergencia diseñado hace unos años y se presentará a partir del 2025 con la denominación del grupo canadiense que la adquirió plenamente en 2018

Ha llegado el momento. El proceso de integración de Libranda en el grupo canadiense De Marque culmina con la convergencia de la marca de ambas empresas. El año 2024 es el último paso de un plan de convergencia para que el grupo líder en la distribución de contenidos y plataformas digitales opere con el mismo nombre. La integración entre ambos lleva ya años en marcha, aunque quizá sea este punto el más notorio de cara a los usuarios y, desde luego, el que da por concluido el proceso y da la salida a una nueva era para el grupo. A partir de 2025, todas las sociedades del grupo, seguirán manteniendo su independencia jurídica, pero operarán bajo el mismo nombre comercial: De Marque.

La historia y encuentro de dos empresas

De Marque es desde 2018 el propietario único de Libranda, compañía en cuyo accionariado entró cuatro años antes dentro de un proceso de expansión que le llevó a la adquisición de empresas también en otros países.

La historia de los dos grupos tiene un origen muy diferente. Libranda se creó en 2010 promovida por siete grupos editoriales en España (Penguin Random House, Planeta, Santillana, SM, Wolters Kluwer, Roca Editorial y Grup 62) con el objetivo de desarrollar el mercado e impulsar la lectura digital.

Para ir a los orígenes de De Marque hay que remontarse a años atrás y meterse de lleno en la cultura de garajes y sótanos que tanto juego dio en los albores de la innovación tecnológica de finales del siglo pasado. En un sótano de Québec (Canadá), un adolescente de quince años se dispuso a realizar un trabajo de verano y lo que parecía una ocupación de meses se convirtió en el trabajo de su vida. Marc Boutet, que así se llamaba este adolescente que vivía con sus padres, es hoy el presidente del Grupo De Marque, que él mismo creó en 1990.

Libranda tuvo desde sus inicios como cometido principal la distribución de contenidos digitales y a partir de 2013 amplió sus productos y servicios apostando por el desarrollo de plataformas tecnológicas B2B para facilitar la comercialización, préstamo y gestión de contenidos digitales a bibliotecas, librerías e instituciones de todo el mundo.

Al año siguiente, en 2014, se cruzó De Marque en su camino, primero con la entrada del veinticinco por ciento en el accionariado y cuatro años después, en 2018, adquiriendo el cien por cien de Libranda, lo que permitió a esta compañía aumentar su capacidad tecnológica.

Más de dos décadas después de su fundación, De Marque ya se había convertido en un gran grupo. Entre los hitos de su trayectoria, la empresa fundada por Marc Boutet había lanzado en 2008, en colaboración con la Association Nationale des Éditeurs de Livres (ANEL), el primer producto del ecosistema de su marca Cantook, el llamado Cantook Editores, que llevaba a cabo la distribución de contenidos digitales para los principales consorcios editoriales. La tecnología implementada se fue exportando desde Canadá. En 2009 llegó a Francia; en 2010, a Italia; y en 2014, de la mano de su entrada en Libranda, a España, Portugal y Latinoamérica.

En 2011 De Marque lanzó Cantook Bibliotecas, destinado a los servicios de préstamo electrónico para estas entidades. Se asoció con Bibliopresto (una organización sin ánimo de lucro que apoya a las bibliotecas para ofrecerles servicios digitales) para introducir el préstamo digital en Québec y de ahí, al resto de Canadá y a países como Francia, España (eBiblio y Biblioteca Electrónica del Instituto Cervantes), Bélgica, Suiza, Portugal o Argentina.

En 2021, se lanzó para la red de colegios públicos de Québec, Cantook Educación, una plataforma que





facilita la lectura digital tanto para estudiantes como para educadores gracias a un entorno de aprendizaje atractivo y accesible. El proyecto, iniciativa del Gobierno de Québec, opera bajo la marca Biblius.

Uno los campos relevantes en los que el grupo ha trabajado durante la última década es el *open-source* (código abierto). De Marque es miembro de la Radium Foundation, una institución de Estados Unidos que trabaja en sistemas de código abierto para el mundo del libro. En Radium Foundation se han gestado, entre otros, el nuevo DRM estándar Radium LCP —DRM es un sistema de protección de contenidos digitales— y los *toolkits* o herramientas para el desarrollo de apps y de *web readers*. El equipo de ingeniería de De Marque se encarga del mantenimiento de estos *toolkits* para toda la comunidad internacional, explican desde el grupo. Estas herramientas son las que se utilizan dentro de los productos y servicios del grupo.

Otras de las grandes áreas que le ha preocupado al grupo es la accesibilidad para romper las barreras que dificultan la lectura.

En ese sentido, De Marque forma parte de EDRLab, un laboratorio de desarrollo internacional sin ánimo de lucro que trabaja en la implantación de un ecosistema de publicación digital abierto, interoperable y accesible en todo el mundo.

Primeros pasos del plan de convergencia y desarrollo de la marca Cantook

Desde 2018 ambas empresas han trabajado en un plan paulatino de integración que ha conestado de varias fases y niveles. El primero fue el de la convergencia de la visión, la misión y los valores que se desprenden. El grupo entiende que su trayectoria refleja un respeto hacia los distintos países y lenguas en los que trabaja, además de mantener su compromiso con la lectura digital en todos los ámbitos, tanto la innovación, como la accesibilidad y la diversidad.

El segundo nivel esencial de convergencia entre compañías que se ha llevado a cabo en los últimos años ha sido el de los recursos humanos, con todos los equipos de todas las compañías del grupo trabajando de forma conjunta y coordinada.

El tercer nivel ha sido el de la unificación de los servicios y plataformas del grupo bajo el paraguas de la marca Cantook. Hay varios productos de este universo Cantook, nombre que proviene de la expresión inglesa *cant-hook*, una herramienta utilizada por los leñeros para mover y transportar los pesados troncos con más facilidad y agilidad, que luego fue adaptada al francés como *cantook* por los madereros de Québec (trabajadores que transportaban una balsa de troncos flotantes río abajo hasta un aserradero).

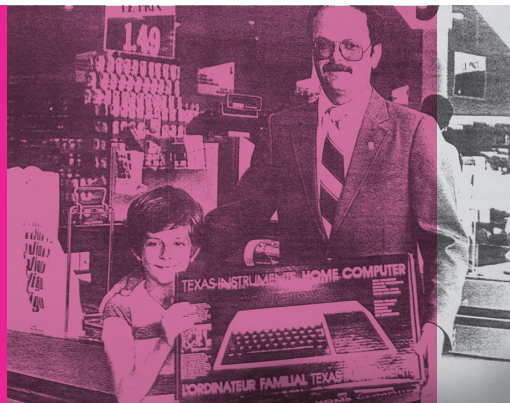
A los ya indicados, se añaden otros como Cantook Market (un *marketplace* de licencias de préstamo de contenidos digitales); Cantook App (aplicaciones de lectura y escucha de contenidos offline), Cantook web reader (lectura de texto y escucha de audio en *streaming*); o Cantook Connexio (que fusiona en una única cuenta todos los contenidos digitales que compran o toman en préstamo los lectores).

La culminación del plan: unificación del nombre de las compañías

Además del crecimiento orgánico propio de su actividad, durante la última década De Marque se ha expandido fundamentalmente a través de adquisiciones. Librandia ha sido una de ellas, pero también lo ha hecho con compañías como Feedbooks/Aldiko o Cyberlibris.

A medida que se iban integrando en el grupo, todas las empresas adoptaban la marca Cantook para referirse a sus plataformas y servicios, pero cada una de ellas mantenía el nombre de compañía originario.

Ahora ha llegado el momento de dar el paso que faltaba en el plan de convergencia: la unificación del nombre comercial de todas las compañías del grupo en el nombre de su casa matriz, De Marque.



Marc Boutet cuando recibió su primer ordenador.



ARANTZA LARRAURI

Arantza Larrauri es la directora general de Librandia y la directora del mercado Europa y Latinoamérica de De Marque.

¿Cuáles son las razones de la convergencia de marca y qué beneficios crees que aportará a De Marque?

→La integración de nuevas compañías en un grupo internacional es, ante todo, un reto cultural y humano, así como operativo, comercial y organizativo. Es un proceso largo, compuesto de varias etapas, cada una de ellas con sus correspondientes retos y tiempos. En el caso de la integración de Librandia en De Marque, diseñamos un plan de integración a largo plazo, que comenzó ya hace varios años. Durante estos años hemos trabajado en las etapas de alineación de aspectos organizativos, comerciales, operativos, de recursos humanos, etcétera. La única fase que tenemos pendiente de ejecución es la convergencia de la marca Librandia en De Marque, la etapa final del plan. Ha llegado el momento idóneo para hacerlo. En un ámbito digital global, con grandes y poderosas referencias de marca, creemos que ha llegado el momento de llevar a cabo la unificación de todas las marcas individuales de las compañías del grupo en una marca global. Fundamentalmente, esta convergencia nos permitirá reflejar y proyectar en una única voz la realidad de nuestro espíritu y nuestra misión internacionales; aumentar en el mercado la conciencia global sobre nuestros esfuerzos y actividades en todo el mundo; y racionalizar las inversiones de comunicación, marketing y posicionamiento de marca que llevamos a cabo en todos los territorios.

En el caso concreto de Librandia, ¿esa convergencia de marca tendrá algún impacto en las actividades comerciales o en las operaciones en los diferentes territorios donde operáis?

→No, no tendrá impacto alguno a ningún otro nivel más allá del marketing y la comunicación. La entidad legal de la sociedad y su objeto, así como la organización de los equipos y las actividades comerciales y operativas vigentes de Librandia, permanecerán inalteradas, sin cambios. Por lo tanto, nuestros clientes, proveedores y demás *stakeholders* no experimentarán ningún cambio más allá del de la marca comercial de la empresa.

¿Qué plazo os habéis dado para llevar a cabo todo el proceso de unificación de marca de la compañía?

→Nuestro objetivo es que, para finales de 2024, el proceso de unificación de la marca esté completamente finalizado y la convergencia plenamente alcanzada. A partir de ese momento, la marca comercial Librandia desaparecerá del mercado y De Marque será la única marca que promoveremos en todos los territorios y mercados.

Queremos consolidar De Marque como una marca de referencia asociada a grandes valores como son: lectura digital, compromiso a largo plazo, confianza, innovación, imaginación, accesibilidad y diversidad.