9 771689 316003 >
ISSN 1689-3166

8 664

30 kwietnia 2026

Biblioteka Analiz

Dwutygodnik o rynku wydawniczo-księgarskim

www.rynek-ksiazki.pl

W NUMERZE

26 mln książek sprzedanych na Allegro

Rekordowe wyniki Empiku

Białostocki sukces w świetnej atmosferze

Rozmowa z Andrzejem Kalinowskim, prezesem Fundacji Sąsiedzi

Szarpa na Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie

Zakończyły się 31. Targi Wydawców Katolickich

Paryski festiwal z rekordową frekwencją

Amazon wyprzedza Allegro

Planowane połączenie OZGraf i BZGraf

Praca w PIW-ie to spełnienie marzeń

Rozmowa z Łukaszem Michalskim, dyrektorem Państwowego Instytutu Wydawniczego



Mija już blisko 10 lat pana pracy w Państwowym Instytucie Wydawniczym. Przyszedł pan tutaj z radością czy z obawą?

Z jednym i drugim oczywiście. Zestaw problemów był gigantyczny. Udało się przejąć spółkę od Ministerstwa Skarbu i przekształcić ją w instytucję kultury. Stan wówczas tworzącej się instytucji kultury był przerażający. Już na poziomie infrastruktury – stropy groziły zawaleniem, biblioteka była tak zagrzybiona, że stanowiła realne zagrożenie dla zdrowia i życia, a w dodatku nie zatrudniano ani jednego pracownika merytorycznego na etacie. Był jeden redaktor, świetny zresztą, ale zatrudniony na umowę „śmieciową". Oczywiście natychmiast przeniosłem go na etat. Nie zwolniłem żadnego z dawnych pracowników PIW-u. Dwie osoby odeszły, ale to była ich decyzja. Do dzisiaj pracują tutaj osoby, które pracowały przed moim przyjściem.

De facto musiałem zbudować wydawnictwo zupełnie od początku, równolegle prowadząc remont i tworząc merytoryczną redakcję. Uważam to za jeden z moich sukcesów, ale dla zespołu i dla mnie było to bardzo trudne.

Jaki PIW jest dzisiaj?

Dzisiaj PIW jest przede wszystkim, jak sądzę, jednym z najbardziej prestiżowych wydawnictw w Polsce. To udało nam się zrobić. Co więcej, jest to wydawnictwo, które osiągnęło coś najważniejszego i jednocześnie najtrudniejszego: stworzyło sposób działania oraz zakres prac, które same w sobie uzasadniają istnienie takiej instytucji kultury. A to jest bardzo, bardzo ważne. Od początku byliśmy przekonani o tym, że to jest niezwykle potrzebne, ale nie było to poparte ani głębokim wnioskowaniem czy analizą, ani oczywiście faktami. I to było już moje zadanie – doprowadzić do sytuacji, w której ta koncepcja pokaże, że ma sens. Myślę, że minione 10 lat wyraźnie to potwierdziło. I to jest ten pierwszy aspekt. Drugi jest taki, że PIW niewątpliwie jest wydawnictwem o niesłychanie ciekawym zespole, fascynującym. To są ludzie naprawdę wyjątkowi, szczególni, to jest generalnie grono pozytywnych szaleńców. Jesteśmy w jakimś stopniu ludźmi, łagodnie rzecz ujmując, nietuzinkowymi.



Z nami zaczniesz kolejny rozdział swojej kariery



DRESSLER

**STABILNY PRACODAWCA, REALNE MOŻLIWOŚCI,
NOWOCZESNE PODEJŚCIE**

Biblioteka Analiz

Dwutygodnik o rynku wydawniczo-księgarskim

Redaktor naczelna:
Ewa Tenderenda-Ożóg

Przewodniczący rady programowej:
Piotr Dobrołęcki

Redakcja:
00-048 Warszawa
ul. Mazowiecka 6/8 pok. 416
tel./fax 22 8283631

Prenumerata:
tel.22 8283631
marketing@rynek-ksiazki.pl
www.biblioteka-analiz.pl

© Copyright Biblioteka Analiz
Wykorzystywanie zamieszczonych tu materiałów prasowych w formie wykraczającej poza dozwoloną prawem (Dz.U. nr 24, poz. 83, rok 1994) wymaga pisemnej zgody Wydawcy.

Wydawca:
Biblioteka Analiz Sp. z o.o.
00-048 Warszawa,
ul. Mazowiecka 6/8 pok. 416

e-mail: redakcja@biblioteka-analiz.pl

www.rynek-ksiazki.pl

Jesteśmy na Facebooku
facebook.com/bibliotekaanaliz

Firma jest członkiem
Polskiej Izby Książki

POLSKA IZBA KSIĄŻKI

Skład:
TYPO2 Jolanta Ugorowska

Druk cyfrowy i oprawa:
Blue Space Sp. z o.o.

WYDANIE ZAMKNIĘTO

28.04.2026

26 mln książek sprzedanych na Allegro

„Zainteresowanie książką zdecydowanie nie spada”



W2025 roku na Allegro i Allegro Lokalnie sprzedano 26 mln książek, czyli o ok. milion egzemplarzy książek więcej niż rok wcześniej. „To wynik wyróżniający się na tle rynku, który według danych GUS notuje spadki sprzedaży” – wskazuje gigant polskiego e-handlu.

Największym segmentem pozostają książki dla dzieci – w zeszłym roku sprzedano ich blisko 8 mln egzemplarzy. To część rynku, która utrzymuje bardzo wysokie zainteresowanie przez cały rok. Jednym z największych hitów 2025 roku była właśnie pozycja dla najmłodszych – „Najmądrzejsze bajki, czyli opowieści o tym, co w życiu ważne” (wydawnictwo Greg).

W pozostałych kategoriach (z wyłączeniem podręczników i oferty dziecięcej), największą sprzedaż osiągnęły tytuły Remigiusza Mroza, Andrzeja Sapkowskiego oraz Mel Robbins.

Wyraźnie rośnie także segment komiksów i mangi. Wśród najczęściej kupowanych tytułów znajdują się m.in. „Kajko i Kokosz” (Egmont), „Dogman” (Jaguar) oraz popularne serie mangowe. To właśnie komiksy napędzają kategorię – rosną zarówno komiksy dla dzieci (+26 proc. sprzedanych egz.), komiksy przygodowe i obyczajowe (+24 proc.) i manga (+22 proc.).

Dane te pokrywają się z wynikami badania SW Research dla Allegro – 41 proc. badanych uważa, że komiksy przeżywają obecnie swój powrót, a niemal połowa traktuje je jako pełnoprawną formę rozrywki dla dorosłych. Wśród topowych autorów w tym segmencie na Allegro znajdują się: Akira Toriyama, Dav Pilkey i Koyoharu Gotouge.

Top wydawnictwa w kategorii „komiks”: Egmont, Waneko, Japonica Polonica Fantastica, Studio JG i Jaguar.

Top wydawnictwa w kategorii „dorośli”: Egmont, Wydawnictwo Literackie, Albatros, Galaktyka i Filia.

Top wydawnictwa w kategorii „dzieci”: Skrzat, Greg, Aksjomat, Media Rodzina i Nasza Księgarnia.

– Za nami kolejny rok, w którym kategoria książkowa rośnie niezależnie od trendów rynkowych. Pozytywnym sygnałem jest dalszy intensywny rozwój segmentu dziecięcego oraz komiksowego. W naszych danych widzimy, że zainteresowanie książką zdecydowanie nie spada. Na Allegro książka nowa rośnie szybciej niż używana, ale udział książek z drugiego obiegu utrzymuje się na stabilnym, około 10-proc. poziomie – mówi Karol Wąsik, Senior Category Owner w Allegro.

Na Allegro najwięcej książek sprzedaje się w poniedziałkowe wieczory, między 20 a 22 – w skali roku jest to średnio nawet 50 egzemplarzy na minutę. Peak sprzedażowy dla wszystkich pozycji (licząc również podręczniki szkolne) przypadł tradycyjnie na początek roku szkolnego (3 września) – kupowano wówczas ponad 150 egzemplarzy na minutę. Drugi najpopularniejszy dzień to 15 grudnia – to szczyt zakupów świątecznych, gdy co minutę allegrowicze kupowali aż 101 książek. W tym okresie prawdziwe rekordy biła pozycja Marty Galewskiej-Kustry „Pucio urządza wigilię, czyli świąteczne słowa i zadania dla przedszkolaków” (Nasza Księgarnia).

Książki cieszą się powodzeniem również z okazji Dnia Dziecka, Pierwszej Komunii Świętej (ogromnym hitem jest „Biblia w komiksie”) czy Black Weeks. Co ważne, ponad 77 proc. sprzedanych egzemplarzy trafia do nabywców w ramach programu Allegro Smart!, który gwarantuje darmowe dostawy.

– Wyniki Allegro pokazują, że nawet w trudnym otoczeniu rynkowym model marketplace może realnie wspierać rynek wydawniczy. Klienci coraz częściej kupują książki online, w tym przez aplikacje mobilne, i traktują ten kanał jako naturalne miejsce do odkrywania nowych tytułów. Również dla wydawców tworzymy atrakcyjne rozwiązania i narzędzia, które pomagają zwiększać widoczność marek, docierać do kolejnych grup odbiorców oraz rozwijać sprzedaż. Jesteśmy otwarci na współpracę z różnymi partnerami, aby wspólnie szukać nowych pól do rozwoju kategorii książek – komentuje Karol Wąsik. **(W)**

Rekordowe wyniki

Empik przekroczył miliard zł sprzedaży

Grupa Empik podsumowała wyniki finansowe za 2025 rok. Spółka chwali się kolejnym rekordem sprzedażowym. Całkowita wartość GMV wzrosła o 16 proc. r/r, sięgając blisko 4,9 mld zł. Spółka poprawiła również rentowność, osiągając 335 mln zł EBITDA.

Jednym z najmocniejszych motorów wzrostu okazał się marketplace, który po raz pierwszy wygenerował ponad 1 mld zł sprzedaży.

Jak przekazano, stabilny rozwój Grupy to bezpośredni efekt systematycznej rozbudowy oferty produktowej w obszarze lifestyle & leisure, dynamicznego rozwoju marketplace, synergii kanałów online i offline oraz rosnącej bazy już ponad 12 mln klientów, z których połowa korzysta z aplikacji lub programu Empik Premium.

– Wyniki za 2025 rok to jasny sygnał, że wyróżnia nas konsekwencja i skuteczność. Empik znajduje się dziś w fazie dojrzałego, skalowalnego rozwoju z kolejnym rokiem stabilnej, dwucyfrowej dynamiki wzrostu. Nasz omnichannelowy model działa bardzo efektywnie – świat online i offline skutecznie się napędzają w budowie wzrostu oraz efektywności kosztowej. Zgodnie z zapowiedziami sprzed roku, nasz marketplace przekroczył symboliczną barierę 1 mld zł GMV. To kluczowy motor rozbudowy oferty produktowej, który pozwala nam efektywnie skalować nowe kategorie lifestyle'owe i w tym segmencie budować jeden z najbardziej kompleksowych i zaawansowanych technologicznie ekosystemów zakupowych w Polsce. Dla wielu Polaków jesteśmy miejscem pierwszego wyboru, w szeroko rozumianym lifestyle'u i zamierzamy coraz mocniej zaznaczać swoją obecność w tej kategorii i ulepszać doświadczenia zakupowe dzięki zaawansowanym algorytmom i wykorzystaniu sztucznej inteligencji – komentuje Ewa Szmidt, prezeska Grupy Empik.

A Szymon Filipczak, Chief Financial & Strategy Officer Grupy Empik, wskazuje: – Rok 2025 był dla nas rokiem skutecznej realizacji strategii i monetyzacji właściwie obranych kierunków rozwoju. Odnotowaliśmy wzrost GMV o 16 proc. rok do roku, co pozwoliło nam znacząco wyprzedzić tempo wzrostu polskiego handlu detalicznego. Jednocześnie koncentrowaliśmy się na rozwoju nowych strumieni przychodów, takich jak usługi reklamowe oraz na utrzymaniu dyscypliny kosztowej. Odnotowaliśmy także bardzo dobre przepływy pieniężne oraz utrzymaliśmy silną pozycję bilansową z dodatnim poziomem gotówki netto, uwzględniając tylko finansowanie bankowe. To stawia nas w bardzo dobrej pozycji na 2026 rok, na który patrzymy z dużym optymizmem. Potwierdzają to już pierwsze miesiące bieżącego roku.

Już 386 salonów

Spółka wskazuje, że fundamentem jej efektywności operacyjnej jest model omnichannel, łączący sieć 386 salonów stacjonarnych z dynamicznie rozwijającym się kanałem online, który wygenerował w 2025 roku już 56 proc. GMV.

Całkowita sprzedaż internetowa wzrosła w 2025 roku o 22 proc. r/r, a najszybsze tempo wzrostu odnotował marketplace (+40 proc. r/r).

Równocześnie Grupa rozwija sieć stacjonarną, która w 2025 roku powiększyła się o 21 salonów sprzedaży. W 2025 roku sprzedaż w salonach wzrosła o 9 proc.

Prawie 2/3 zamówień online w ramach sprzedaży własnej jest odbieranych w sklepach.

W książkach stabilnie

W 2025 roku Grupa odnotowała wzrosty w takich kategoriach jak zabawki (+25 proc. r/r), dom i ogród (+19 proc. r/r), elektronika (+30 proc. r/r), sport (+23 proc. r/r) oraz zdrowie i uroda (+39 proc. r/r). Największą dynamikę odnotowano w kategorii gaming, która wyniosła 105 proc. r/r.

„Dobre wyniki zarówno w podstawowych kategoriach obejmujących książki, prasę, muzykę czy bilety, jak i wzrosty kilkukrotnie przewyższające dynamikę rynku (4,3 proc. w 2025 roku według GUS) w kategoriach rozwiniętych (m.in. artykuły papiernicze i kreatywne, zabawki i gry oraz dekoracje wnętrz) oraz wzrostowych (m.in. elektronika użytkowa, gaming i produkty beauty) świadczą o dużym po-





tencjale rozwoju oferty, która przekracza już 20 mln produktów. Istotnym elementem strategii pozostaje również rozwój marek własnych – ich sprzedaż zwiększyła się o 78 proc. r/r, co wzmacnia unikatowość oferty" – czytamy w komunikacie.

Tradycyjnie nie podano szczegółowych danych sprzedażowych dotyczących książek. Jak przekazano, wśród najczęściej wybieranych kategorii w Empiku dominują kryminał, sensacja i thriller, literatura obyczajowa, fantastyka i horror oraz książki z obszaru rozwoju osobistego.

W 2025 roku znacząco wzrosła sprzedaż kluczowych segmentów: kryminałów (+17 proc.) i poradników (+19 proc.).

Wśród najpoczytniejszych pisarzy znaleźli się m.in. Remigiusz Mróz, Sławek Gortych i Ewa Woydyłło.

Top 5 najchętniej kupowanych książek w Empiku w 2025 roku to:

1. Mel Robbins – „Teoria »pozwól im"" (wydawnictwo Galaktyka)
2. Ewa Woydyłło – „Zakręty życia" (Zwierciadło)
3. James Clear – „Atomowe nawyki" (Galaktyka)
4. Sławek Gortych – „Schronisko, które zostało zapomniane" (W.A.B.)
5. Dan Brown – „Tajemnica tajemnic" (wydawnictwo Sonia Draga).

Aplikacja mobilna i reklama cyfrowa filarami wzrostu

Najważniejszym narzędziem Empiku jest aplikacja mobilna. W 2025 roku liczba jej instalacji oraz aktywnych użytkowników kupujących wzrosła o 19 proc. rok do roku. Aplikacja cieszy się też bardzo dobrymi opiniami – ma ocenę 4,8/5 w App Store i 4,9/5 w Google Play.

Pełni ona również rolę centrum zarządzania subskrypcją Empik Premium. W 2025 roku liczba użytkowników tego programu wzrosła o 36 proc. Łącznie z aplikacji lub programu korzysta już 6,1 mln klientów.

Empik łączy sprzedaż internetową ze sklepami stacjonarnymi, co pozwala mu rozwijać usługi reklamowe (tzw. retail media). Przychody z tego obszaru wzrosły o prawie 24 proc. rok do roku. To efekt rosnącego zainteresowania dobrze dopasowanymi reklamami oraz skutecznego wykorzystania danych o preferencjach klientów.

Reklama w tym modelu jest dla Empiku szczególnie opłacalna. „Retail media są wysokomarżowym strumieniem przychodów, co pozwala Empikowi na dywersyfikację źródeł marży i optymalizację struktury dochodów, oferując przy tym sprzedawcom atrakcyjne i efektywne możliwości promocji swoich produktów w ramach szerokiego ekosystemu" – wskazano w komunikacie.

Sztuczna inteligencja i technologia

Coraz więcej obszarów działalności Empiku wspieranych jest rozwiązaniami opartymi na sztucznej inteligencji, w tym ścieżki zakupowe klientów i doświadczenie użytkownika (UX), procesy operacyjne oraz tworzenie treści.

W szczególności algorytmy i rozwiązania AI wspierają personalizację doświadczenia zakupowego. W tym obszarze Empik przeprowadził już ponad miliard spersonalizowanych kampanii direct marketingowych, opartych na zaawansowanych rozwiązaniach AI. W 2025 roku wdrożono również konwersacyjnego agenta AI, który w okresie świątecznym pomagał klientom w wyszukiwaniu prezentów oraz dostarczał spersonalizowane rekomendacje zakupowe. Dla poszukujących najlepiej dopasowanego produktu wdrożono funkcję automatycznego podsumowania recenzji z wykorzystaniem modeli językowych (LLM), która ułatwia szybkie zapoznanie się z najważniejszymi informacjami o produkcie.

W aplikacji Empik Go wdrożono system hiperpersonalizacji treści oparty na autorskich algorytmach rekomendacyjnych, dopasowujących układ i zawartość aplikacji do indywidualnych preferencji użytkownika.

Rozwiązania AI wspierają także procesy operacyjne i logistyczne, w tym zarządzanie łańcuchem dostaw, planowanie popytu i zarządzaniem asortymentem w modelu omnichannel na poziomie pojedynczego salonu.

W 2026 roku Empik planuje kolejne udoskonalenia w tym zakresie. Nowe rozwiązania wspierane AI wykorzystywane są także w zakresie tworzenia treści – w tym kreacji marketingowych czy pionierskiej możliwości nagrania audiobooka w ramach Empik Selfpublishing z wykorzystaniem sztucznej inteligencji i przy wsparciu realizatora dźwięku.

Foto Kioski Empiku przyciągają klientów

We wrześniu 2025 roku w wybranych salonach stacjonarnych pojawiły się samoobsługowe Foto Kioski. Pilotaż realizowany we współpracy z partnerem technologicznym PhotoAiD zakończył się sukcesem. W odpowiedzi na wysokie zainteresowanie klientów i sprawne działanie urządzeń Grupa Empik podjęła decyzję o kolejnym etapie projektu. W drugim kwartale 2026 roku w salonach w całej Polsce pojawi się 100 nowych maszyn.



fot. Empik

– Rynek usług fotograficznych przesuwa się w stronę maksymalnego uproszczenia procesów. Foto Kioski idealnie wpisują się w trend „tu i teraz", oferując natychmiastową realizację potrzeb konsumenta podczas wizyty w salonie – bez zbędnej zwłoki i angażowania zasobów. Kluczowa jest dla nas też efektywność operacyjna – urządzenia są proste w obsłudze i nie wymagają zaangażowania zespołów w salonach, co pozwala nam rozwijać usługę w sposób skalowalny, przewidywalny i efektywny kosztowo – komentuje Łukasz Kmiecik, CEO Empik Foto.

Foto Kioski pozwalają na szybki i prosty proces drukowania zdjęć dzięki aplikacji zainstalowanej na samoobsługowym urządzeniu. Rozwiązanie umożliwia ekspresowy druk zdjęć w popularnych formatach, a także profesjonalne przygotowanie zdjęć do dokumentów z wykorzystaniem aplikacji PhotoAiD.

Największym zainteresowaniem w czasie pilotażu cieszyły się personalizowane fotokartki tworzone z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. „Fotokartki AI szybko zdobyły popularność szczególnie wśród młodszych klientów oraz osób w wieku 30–45 lat. Co istotne, stają się one nie tylko dodatkiem do usługi, ale również samodzielnym powodem odwiedzin salonów Empik".

Obok klasycznych odbitek dużym zainteresowaniem cieszy się także funkcja druku dokumentów A4 i możliwość szybkiego wydrukowania plików bezpośrednio z telefonu.

– Widzimy, że takie rozwiązania nie tylko cieszą się rosnącym zainteresowaniem naszych klientów, ale także pozytywnie wpływają na częstotliwość wizyt i sprzedaż w salonach – podkreśla Łukasz Kmiecik. **(ET)**

Praca w PIW-ie to spełnienie marzeń

Rozmowa z ŁUKASZEM MICHALSKIM, dyrektorem Państwowego Instytutu Wydawniczego

Mija już blisko 10 lat pana pracy w Państwowym Instytucie Wydawniczym. Przyszedł pan tutaj z radością czy z obawą?

Z jednym i drugim oczywiście. Zestaw problemów był gigantyczny. Udało się przejąć spółkę od Ministerstwa Skarbu i przekształcić ją w instytucję kultury. Stan wówczas tworzącej się instytucji kultury był przerażający. Już na poziomie infrastruktury – stropy groziły zawaleniem, biblioteka była tak zagrzybiona, że stanowiła realne zagrożenie dla zdrowia i życia, a w dodatku nie zatrudniano ani jednego pracownika merytorycznego na etacie. Był jeden redaktor, świetny zresztą, ale zatrudniony na umowę „śmieciową". Oczywiście natychmiast przeniosłem go na etat. Nie zwolniłem żadnego z dawnych pracowników PIW-u. Dwie osoby odeszły, ale to była ich decyzja. Do dzisiaj pracują tutaj osoby, które pracowały przed moim przyjściem.

De facto musiałem zbudować wydawnictwo zupełnie od początku, równolegle prowadząc remont i tworząc merytoryczną redakcję. Uważam to za jeden z moich sukcesów, ale dla zespołu i dla mnie było to bardzo trudne. Niestety za poprzednich PIW-owskich szefów utraciliśmy znaczącą część majątku nieruchomego, czyli nieruchomości, które posiadaliśmy.



DR ŁUKASZ MICHALSKI jest absolwentem Instytutu Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego. Naukowo zajmuje się m.in. świadomością historyczną Polaków oraz związkami literatury i historii. Pracę doktorską obronił na temat świadomości historycznej młodzieży warszawskiej na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

Prowadził i koordynował łącznie kilkaset projektów kulturowych, edukacyjnych i naukowych. Pracował m.in. w Muzeum Powstania Warszawskiego, jest współautorem wystawy w Muzeum, był także pierwszym szefem działu edukacyjnego. W Instytucie Pamięci Narodowej jako zastępca dyrektora Biura Edukacji Publicznej odpowiadał za edukację historyczną i wydawnictwa. Wykładał także w Instytucie Stosowanych Nauk Społecznych UW. Od grudnia 2015 roku do 20 marca 2017 pełnił funkcję doradcy podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego prof. Magdaleny Gawin. W marcu 2017 został powołany przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego prof. Piotra Glińskiego na stanowisko dyrektora Państwowego Instytutu Wydawniczego.

Czyli oficynę budynku przy ul. Foksal 17?

Nie tylko. Kiedyś własnością PIW-u była cała kamienica. Rzeczywiście, niektóre z tych przestrzeni trzeba było sprzedać – na spłatę długów, więc pewnie i tak nie uchowałyby się. Fakt pozostaje faktem, że wydawnictwo musiało zostać ulokowane w znacznie mniejszej przestrzeni niż ta, którą dysponowało wcześniej. I wszystko się udało – z grubsza biorąc.

To moje przerażenie wynikało ze swoistego onieśmielenia kulturowego. Każdy polski inteligent, jak sądzę, odbiera PIW nie tylko jako wydawnictwo, ale jako pewnego rodzaju przestrzeń formacyjną. Było to wydawnictwo, które wyznaczało pewne normy kulturowe. Dlatego objęcie kierownictwa w Państwowym Instytucie Wydawniczym i odbudowywanie tej oficyny od podstaw oznaczało konfrontację z tradycją stawiającą niezwykle wysokie wymagania. Choć od lat dziewięćdziesiątych tradycja ta została w dużej mierze zdewastowana, w pokoleniu moich rodziców, moim, a nawet nieco młodszym, wciąż pozostaje ona bardzo żywa. Wystarczy wspomnieć choćby kultowe serie PIW-u. Możemy o tym mówić godzinami...

Dosyć, że zmierzenie się z takim dziedzictwem było z jednej strony niesłychanie dla mnie inspirujące, a z drugiej strony – onieśmielające z całą pewnością. I wymagało wypracowania całego szeregu rozwiązań koncepcyjnych w sferze merytorycznej, podczas kiedy pierwsze półtora roku zajmowałem się przede wszystkim administracją. Siedzieliśmy wtedy po kilkanaście godzin na dobę z administratorem i z moją zastępczynią. Dziś na szczęście to już przeszłość. Wtedy praca była niewiarygodnie intensywna. Tak zresztą jest zawsze przy budowaniu instytucji. To nie jest pierwsza instytucja, którą buduję...

Jakie instytucje tworzył pan wcześniej?

Byłem w zespole, który odpowiadał za powstanie Muzeum Powstania Warszawskiego, jeszcze przy Lechu Kaczyńskim. Odpowiadałem za edukację, uczestniczyłem w całym procesie budowy, oczywiście nie z poziomu administracyjnego, ale merytorycznego.

Potem zostałem pierwszym szefem edukacji Muzeum Powstania Warszawskiego, wprowadziłem tam sporo nowości, na przykład pierwszą w muzealnictwie polskim salę dziecięcą. To było pierwsze muzeum narracyjne w naszym kraju. Wiele rzeczy było w tym muzeum pierwszych. Jak później śmiał się Jan Ołdakowski, wśród nas nie było – poza Joasią Bojarską,

Osiemdziesiąt lat Państwowego Instytutu Wydawniczego
1946-2026

która nam doradzała – żadnego muzealnika, więc nie zdawaliśmy sobie sprawy, że w takim tempie i w takiej formie to przedsięwzięcie właściwie nie powinno się udać. I paradoksalnie właśnie dzięki tej niewiedzy odnieśliśmy sukces.

Miałem też krótki epizod w Muzeum Historii Polski. Potem przyszedłem do Instytutu Pamięci Narodowej, gdzie praktycznie przebudowywałem cały dział edukacji, częściowo tamtejsze wydawnictwa i wystawiennictwo. Wystawiennictwo zresztą najmniej, bo ono nie potrzebowało wielkich zmian, ale edukacja IPN-owska leżała całkowicie. Najlepszy dowód: kiedy obejmowałem edukację w IPN-ie, to docierała do mniej więcej 2-4 tys. młodych ludzi w Polsce. Kiedy opuszczałem edukację IPN-owską, to zasięg był na poziomie 250 tys.

Potem był epizod ministerialny...

Tak, potem prof. Magdalena Gawin została wiceministrem i zatrudniła mnie. Doskonale się znaliśmy i wiedziała, w czym mogę pomóc.

Z jednej strony mam dość duże doświadczenie menadżerskie, zresztą mam je jeszcze w związku z moim ojczymem, śp. Andrzejem Bentkowskim. On był humanistą z krwi i kości, fenomenalnym tłumaczem, ale równocześnie świetnym menadżerem, który właściwie ostatnią część swojego życia spędził w wielkich korporacjach, na bardzo wysokich stanowiskach. Był osobą, od której można było się bardzo dużo nauczyć. Trudno na przykład być dobrym menedżerem bez znajomości przepisów, które regulują funkcjonowanie danej instytucji – to absolutna podstawa. Oprócz tego potrzebne są też pewne naturalne predyspozycje, których nie da się w pełni wyuczyć – przede wszystkim umiejętność tworzenia i zarządzania zespołami ludzkimi. Bez tego nie sposób mówić o skutecznym zarządzaniu.

Z drugiej strony wyrastam z rodziny związanej z kulturą, z muzyką przede wszystkim. Mój ojciec jest bardzo znaną postacią w świecie muzycznym. Moja mama także, przez wiele lat była przewodniczącą Zespołu Szkolnictwa Artystycznego przy kolejnych ministrach kultury. Właściwie przekształciła po upadku komunizmu cały system, zgodnie zresztą z kierunkiem, który wyznaczył jeszcze Karol Szymanowski.

Jak widać, bardzo silnie jestem związany z kulturą, z kultury wyrastam i kultura jest przestrzenią dla mnie naturalną. Z wykształcenia natomiast jestem historykiem. A dla PIW-u historia akurat jest przestrzenią, poza literaturą piękną, najważniejszą. Możemy naszą ofertę opisać w ten sposób: po pierwsze – literatura piękna, po drugie – historia, po trzecie – analiza dzieła literackiego z najróżniejszych kątów, sposobów i spojrzeń, a po czwarte – humanistyka ogólna, do której można zaliczyć bardzo różne dziedziny.

Dodajmy do tego, że funkcjonuję w środowisku literackim również jako autor. Krótko mówiąc – praca w PIW-ie była dla mnie spełnieniem marzeń.

Dla prof. Magdaleny Gawin i dla mnie było wówczas absolutnie oczywiste, że dziedzictwo PIW-u trzeba ratować.

To, co zrobił wtedy ruch społeczny Ratuj PIW, było oczywiście bezcenne, ale należało dokończyć formalnie proces likwidacji i stworzyć nową instytucję. Mieliśmy środki i możliwości, żeby zmieniać sytuację wydawnictwa i ją zmieniliśmy.

Jaki PIW jest dzisiaj? Jak można scharakteryzować wydawnictwo?

Dzisiaj PIW jest oczywiście zupełnie inny. Jest przede wszystkim, jak sądzę, jednym z najbardziej prestiżowych wydawnictw w Polsce. To udało nam się zrobić. Co więcej, jest to wydawnictwo, które – moim zdaniem – osiągnęło coś najważniejszego i jednocześnie najtrudniejszego: stworzyło sposób działania oraz zakres prac, które same w sobie uzasadniają istnienie takiej instytucji kultury. A to jest bardzo, bardzo ważne. Od początku byliśmy przekonani o tym, że to jest niezwykle potrzebne, ale nie było to poparte ani głębokim wnioskowaniem czy analizą, ani oczywiście faktami. I to było już moje zadanie – doprowadzić do sytuacji, w której ta koncepcja pokaże, że ma sens. Myślę, że minione 10 lat wyraźnie to potwierdziło. I to jest ten pierwszy aspekt.

Drugi jest taki, że PIW niewątpliwie jest wydawnictwem o niesłychanie ciekawym zespole, fascynującym. To są ludzie naprawdę wyjątkowi, szczególni, to jest generalnie grono pozytywnych szaleńców. Jesteśmy w jakimś stopniu ludźmi, łagodnie rzecz ujmując, nietuzinkowymi.

Ale chyba panu na tym właśnie zależało?

Oczywiście, taki zespół budowałem od początku z pełną świadomością trudności, jakie się z tym będą wiązać. Pracownicy wydawnictwa są w dużej mierze samodzielni. Zawsze przerażała mnie wizja szefa, który próbuje wszystkim sterować ręcznie. To jest kompletny absurd, zwłaszcza w sytuacji wydawnictwa, które wydaje prawie sto książek rocznie. W PIW-ie, statystycznie, wychodzi książka raz na trzy dni. Byłaby to więc całkowicie absurdalna sytuacja, świadcząca ponadto o niesłychanej pysze. Nie sposób, żeby jedna osoba dysponowała stosowną wiedzą, aby od początku do końca pracować nad każdym tytułem. I dlatego trzeba mieć wokół siebie odpowiednich ludzi.

Ostateczne decyzje należą do mnie, ale wiele rzeczy wypracowujemy wspólnie. Potrzebny jest zespół, który zajmie się sprawami organizacyjnymi i technicznymi oraz potrafi dobrze współpracować z ludźmi – a to wcale nie jest łatwe. Na końcu, choć to równie ważne, potrzebny jest skuteczny PR, który pozwoli zaistnieć i przebić się na rynku w sensowny sposób.

Od początku mieliśmy też w głowie coś, co jest piekielnie trudne – dystrybucję, która stanowiłaby istotną część naszego przychodu. Ktoś, kto nie prowadzi tego typu instytucji, nie zdaje sobie sprawy z tego, jaki to był poziom trudności.

Od początku też planowałem, że dotacja z ministerstwa będzie stosunkowo niska – ma wystarczać tylko na pokrycie podstawowych potrzeb i dać nam pewien margines działania. Natomiast znacząca część tego, co robimy, przynosi nam konkretny dochód, dzięki któremu wydajemy inne książki. A równocześnie nie obniżamy poziomu.

I to jest również trudne. Ponieważ większość potężnych, dużo większych od nas literackich wydawnictw, które zresztą robią wspaniałą robotę i cudownie, że są, stosuje jedną z dwóch taktyk. Albo korzystają z rozmaitych grantów państwowych i z tego przede wszystkim żyją, i trudno mówić tu o jakiejkolwiek komercyjnej działalności, albo wydają dość dużo tytułów lżejszych, za to o dużo szerszym zasięgu. Taki model stosują przede wszystkim dwa największe wydawnictwa literackie z Krakowa. I wydają też największych, najsławniejszych autorów. Dzięki tej taktyce mają pieniądze na publikowanie pewnej puli tytułów zupełnie niekomercyjnych.

Chodzi o Wydawnictwo Literackie i o Znak?

Tak. Jestem dla nich pełen podziwu i uznania. Jednym z moich wielkich sukcesów było wejście w ten rynek, odzyskanie prestiżu, zbudowanie świadomej polityki wydawniczej planowanej na lata. Jest mnóstwo rzeczy, które już teraz mam zaplanowane, ale wiem, że jeśli będę miał szansę je zrealizować w ciągu następnych 10 lat, nie będziemy wchodzić w paradę tym wydawnictwom. Myśmy od początku tego bardzo ściśle się trzymali. Mamy wsparcie państwowe, czyli nie działamy w warunkach rynkowych. I tym samym byłoby rzeczą niesprawiedliwą, nieuczciwą, nieetyczną, gdybym próbował zawłaszczać rzeczy najsmakowitsze komercyjnie. Oczywiście takie przypadki też się zdarzają, ale one dotyczą dosłownie pojedynczych autorów. I co więcej, jeśli mówimy o autorach żyjących lub niedawno zmarłych, to są to osoby, które same do nas przyszły, nie ściągnęliśmy ich do PIW-u. To dla nas wielki zaszczyt i w pewnym sensie potwierdzenie naszej pozycji...

A konkretnie?

Na przykład Urszula Kozioł i Antoni Libera.

Pamiętam pana pierwszą konferencję prasową, gdzie przedstawił pan swój program na kilka lat naprzód. Przyznam, że słuchałem z niedowierzaniem. A teraz mam poczucie, że te plany udało się zrealizować. Pan praktycznie wykonał te deklaracje...

Tak, w większej części tak.

Dzisiaj przyszedł czas na przedłużenie tego, czyli kontynuację...

PIW działa trochę jak, nomen omen, jeden z naszych redaktorów, czyli jak orzeł. To znaczy rozkładamy skrzydła i to jest proces dosyć długotrwały. Zanim rozłożymy ostatnie pióra, żeby dało się osiągnąć taką wysokość, jaką byśmy naprawdę chcieli, to jeszcze musi to trochę potrwać.

Dlaczego? Jest kilka elementów, które dla mnie są niesłychanie istotne. Pierwszym z nich niewątpliwie są zaniedbania kulturowe. W dwudziestoleciu międzywojennym bardzo wiele rzeczy udało się uzupełnić, ale na przykład po dziś dzień istnieje cały zestaw podstaw literatury humanistycznej XIX-wiecznej i z początku XX wieku, które w Polsce nie funkcjonują, bo nie były tłumaczone.

Książka tak przełomowa jak „Paideia. Formowanie człowieka greckiego" Wernera Jaegera została wydana w Polsce dopiero niedawno. To było coś dla mnie absolutnie szokującego. I w związku z tym przed nami jest ogromny projekt serii, która obejmowałaby co najmniej 100 lub 150 najważniejszych tytułów humanistycznych, niefunkcjonujących, niewydanych dotąd w Polsce. I to m.in. wymagało realnej współpracy z Radą Programową.

Kolejny nasz gigantyczny projekt to „Poczet Władców Polski", który potrwa co najmniej do początku lat trzydziestych.

Właśnie wydaliśmy drugi tom „Biblioteki Filozoficznej". Cykl zawiera teksty, które nie były wydane, często są dużo, dużo starsze, nawet starożytne, średniowieczne. Niestety czasy wolnorynkowe przyniosły śmierć wielu bardzo ważnym inicjatywom. Świetnym przykładem jest PWN-owska „Biblioteka Klasyków Filozofii", jaka niby wychodzi, ale właśnie „niby" jest tutaj dobrym słowem.

Konieczne jest podejmowanie wysiłków w celu wydawania naukowo opracowanych dzieł zebranych. Robimy to w tej chwili z Juliuszem Słowackim. Mało kto sobie zdaje sprawę, ale przez prawie 50 lat nie wydano naukowo opracowanego nowego Słowackiego. To jest haniebne po prostu. W cywilizowanych krajach takie rzeczy się nie dzieją.

Trzeci filar, który trzeba konsekwentnie rozwijać, dotyczy ludzi, którzy zostali zapomniani – czy to w powszechnej świadomości, czy na skutek działań komunistów, którzy skutecznie ich cenzurowali, albo przez emigrację. Emigracja okazała się zdumiewająco skuteczną barierą. W naszej inteligenckiej naiwności święcie wierzyliśmy, że po upadku komunizmu całe dziedzictwo kultury emigracyjnej samo do nas powróci.

Nie wierzyłem w koniec komunizmu...

Pamiętam, że w 1986 roku moi koledzy mówili, że nie dożyją końca komunizmu. W praktyce okazało się, że tak wcale nie jest. Oczywiście przebiło się kilka nazwisk, jak na przykład Gombrowicz, Miłosz...

Miłosz dlatego, że został nagrodzony Noblem...

Tak, gdyby nie dostał Nobla, nie przebiłby się.

Wydaliśmy serię tomików poetów, którzy zginęli w czasie wojny. To jest tak zwana „Seria Księżycowa". Ci twórcy byli bardzo obiecującymi talentami, ale nie dano im się rozwinąć. Dobrym przykładem jest Stanisław Rembek, wielki pisarz, wspaniały, wycięty całkowicie z publicznej świadomości.

Wydawał go jednak Grzegorz Łatuszyński w swojej oficynie Agawa...

Takich twórców było wielu, tylko zazwyczaj nie mieli odpowiedniej siły przebicia, aby wyjść potężnie na rynek. I to jest właśnie to, co robimy.

Dostaję pytania, dlaczego, będąc instytucją kultury, mamy agresywnie działający PR? Odpowiadam, że dlatego, że jest skuteczny.

Są też elementy naszej działalności szerokiej publiczności zupełnie nieznane, bo niewidoczne. Bardzo znaczną część naszych nakładów, często sięgającą 25 proc., dystrybuujemy bezpłatnie do bibliotek i innych małych instytucji kultury. Tylko muszą to być naprawdę nieduże instytucje. Współpracujemy w tej chwili z około 650 takimi placówkami.

Jak powstała ich lista?

Powstawała na dwa sposoby. Z jednej strony dzięki wspaniałej współpracy, którą zresztą mam od lat, z Tomaszem Makowskim, dyrektorem Biblioteki Narodowej, który bardzo nam pomógł w kontaktach. Z drugiej strony przedstawiciele bibliotek zaczęli do nas wysyłać pisma z prośbami o donacje książkowe. Nikomu nie odmówiliśmy, nigdy. W setkach tysięcy już w tej chwili można policzyć książki, które rozdystrybuowaliśmy, nie tylko w Polsce, ale i za granicą. Nie tylko do bibliotek, ale do szpitali, zakładów karnych, do wielu różnych miejsc.

Do szkół?

Nie, do szkół nie. Jeśli się do nas zwróci bibliotekarka albo dyrektor szkoły, to oczywiście dostarczamy książki. Ale to jest dosyć rzadkie, ponieważ nasze książki słabo się wpisują w typowo szkolny program. To są jednak zazwyczaj książki już dla nieco wyrobionego czytelnika.

Wcale bym się nie zdziwił, a tego oczywiście nie mam nawet jak sprawdzić, gdyby się okazało, że będąc jedną z najmniejszych państwowych instytucji kultury, a w sensie liczebności zespołu to pewnie najmniejszą, jesteśmy zarazem instytucją kultury, która współpracuje z największą liczbą innych instytucji kultury.

Ile osób liczy dzisiaj zespół wydawnictwa?

25 osób. Na etatach oczywiście, bo oprócz tego są jeszcze współpracownicy.

Kto tworzy zespół redakcyjny?

Z pewnością pierwszym spośród naszych redaktorów jest Kamil Piwowar-

ski, który odpowiada przede wszystkim za redakcję prozy światowej. Był tutaj już wcześniej, nim obejmowałem kierownictwo w PIW-ie. Wspaniały redaktor, oprócz swojej niesamowitej klasy, pracy redakcyjnej, powiedziałbym, benedyktyńskiej, i niewyobrażalnej erudycji, ma też ogromne doświadczenie. To jest człowiek, który zredagował kilkaset książek.

Dalej mamy redakcję prozy polskiej, w której znajduje się Paweł Orzeł, który sam zresztą jest pisarzem i to niezłym. I oprócz tego też od niedawna redaktorem „Twórczości". W zespole jest też Hubert Musiał, który ma podobnie ogromne doświadczenie redaktorskie. Jest odpowiedzialny za duże, klasyczne dzieła – Słowackiego, Fredry, Rembeka, Orzeszkowej.

W redakcji poezji jest oczywiście Anna Piwkowska, wielka polska poetka, powiedziałbym, że chyba z żyjących polskich poetek po śmierci Urszuli Kozioł najwybitniejsza, przynajmniej dla mnie. I równocześnie osoba niesłychanie zakorzeniona w tym środowisku, która zbudowała nam, nie waham się powiedzieć, chyba jedną z najbardziej prestiżowych serii poetyckich. Do niej dołączyła stosunkowo niedawno, również niesłychanie utalentowana młoda poetka, a zarazem literaturoznawczyni i krytyk literacki, czyli Paulina Subocz-Białek. Ona też zajmuje się prozą, zaczęła nową serię „Polskie Prozy".

W naszym zespole jest Elżbieta Brzozowska, osoba w świecie redaktorskim legendarna, która – formalnie rzec biorąc – jest odpowiedzialna za całą humanistykę, ale jako osoba francuskojęzyczna często robi wycieczki w stronę literatury francuskiej, a zarazem jest jednym z najwybitniejszych w Polsce znawców literatury chińskiej.

Jest jeden redaktor zajmujący się historią, czyli Piotr Chojnacki, długoletni szef wydawnictwa IPN, ale z wykształcenia mediewista, człowiek, który tłumaczył też dużo i który bardzo chętnie uciekł z XX wieku, bo my o XX wieku wydajemy bardzo mało historycznych rzeczy, między innymi dlatego, że one się najlepiej sprzedają. W związku z tym jest rzeczą stosowną zostawić tę przestrzeń wydawnictwom komercyjnym. Czasem oczywiście nam się zdarza wejść również w XX wiek, ale nie jest to częste.

Jest Andrzej Brzozowski, nasz wiking, człowiek, który miał ogromne doświadczenie w prowadzeniu elektronicznych czasopism, skutkiem czego zaczął u nas od tworzenia e-booków. Ale po jakimś czasie zaczął robić pojedyncze książki historyczne, na przykład dzięki niemu wznowiliśmy jedną z serii.

Michał Karpowicz, redaktor, który zajmował się historią, potem przeszedł na emeryturę, ale właściwie to półemerytura, bo udało się go ubłagać, żeby wziął na siebie projekt, który jest tak gigantyczny, że wymaga osobnego redaktora, czyli serię „Pocztu Władców Polski". To jest prawie 50 tytułów, każdy ma innego autora, poza dwoma wszystkie nowe, wszystkie pisane na bieżąco. To jest gigantyczna robota.

Statystycznie redaktor PIW-u robi więcej niż jedną książkę miesięcznie. Oczywiście w praktyce wygląda to tak, że robi tych książek kilka jednocześnie. Pozornie jest to mały zespół merytoryczny, ale ten zespół produkuje mniej więcej od 80 do 100 książek rocznie. Nie ma drugiego chyba tak dobrego zespołu w Polsce.

Do tego mamy oczywiście dział organizacji produkcji, czyli Julitę Runowicz i Agatę Mularczyk, które zajmują się całym procesem wydawniczym.

Dział praw to Wioleta Mikołajewska i Krystyna Kołakowska.

Są też oczywiście administracja, księgowość z nieocenioną panią Barbarą Rafalską, dział kadr.

I jeszcze dział PR, czyli szefowa Ania Karczewska oraz Magda Lasia, Aleksandra Idzik i Ewa Puchała.

W PIW-ie mamy chyba najlepszego w Polsce, a na pewno w pierwszej piątce się mieszczącego, researchera ikonograficznego, czyli Ewę Mazur, która, jak się śmiejemy, jest jedynym tutaj pracownikiem zarabiającym na siebie z górką, dlatego że ma tak niewiarygodną wiedzę o tym, jak wygląda struktura rozłożenia ikonografii – zwłaszcza historycznej, że potrafi zamienić to, co nam proponują agencje i co często kosztuje drożej niż sama książka, na rzeczy ściągalne np. z Muzeum Narodowego w Kłajpedzie, czegoś, o czym nikt nie wie, że istnieje. Tego typu instytucje mają bardzo dobrą rozdzielczość i sprzedają za jedną ósmą tej ceny co agencja.

Do tego jeszcze dochodzi dystrybucja, czyli Mariusz Musiał, szef dystrybucji, popularnie zwany tutaj „Maczetą", bo jest straszliwie ostry i okropnie wszystkich pędzi do roboty, ale dzięki niemu i jego zespołowi mamy możliwość działania w sensie finansowym. Nie bylibyśmy w stanie tak działać, gdyby nie Mariusz z jego zespołem, czyli z Joanną Majek, Pawłem Wąsowskim i Wawrzyńcem Sztarkiem, który niestety teraz jest ciężko chory i wszyscy modlimy się, żeby wyszedł z tych wszystkich kłopotów. Dział obsługuje te ogromne ilości wysyłek, nie tylko zamówień, ale także tych wynikających z funkcjonowania jako instytucja kultury.

Jest jeszcze wspaniała, cudowna Elżbieta Sidorowicz, sekretarka wydawnictwa, na której to wszystko się opiera.

Ogromną rolę odgrywa też moja zastępczyni, redaktor naczelna Agnieszka Wróblewska – to dzięki niej ta instytucja sprawnie działa. Agnieszka potrafi rozładować napięcia i zapobiegać konfliktom, więc bez niej wszystko szybko przestałoby funkcjonować. Bez niej ta maszyna zatarłaby się natychmiast.

Ja jestem od podejmowania decyzji, bo to jest moja podstawowa funkcja. W ogóle najgorsza rzecz, jakiej doświadczyłem, pracując z różnymi szefami, to szefowie niedecyzyjni. Jeśli ktoś mnie prosi o decyzję, staram się ją podjąć albo tego samego dnia, albo w ciągu dwóch następnych, jeżeli muszę się zastanowić. Czasem wymaga to niestety poważniejszych deliberacji, ale tak jest rzadko, naprawdę rzadko. Nie ukrywam, że jestem od bardzo szerokich koncepcji. Jak prawie każdy tutaj jestem pozytywnym wariatem, w związku z tym też czasem oczywiście wydajemy książki, które akurat bardzo chciałbym wydać, bo mi się wydają kulturowo niesłychanie ważne. Moje szczęście polega na tym, że jak dotąd większość moich pomysłów sprzedawała się nieźle, z bardzo nielicznymi wyjątkami.

Warto podkreślić to, co jest u nas charakterystyczne – nikt nie chce odchodzić. Musiałem w międzyczasie rozstać się z dwiema osobami, bo po prostu niespecjalnie się wpisywały w nasz zespół. Natomiast nikt od nas sam z siebie nie odszedł.

Niesłychanie ceniona w publikacjach PIW-u jest strona graficzno-edytorska, a jej poziom jest bardzo wysoki. Kto za tym stoi?

Wszyscy za tym stoimy. Naprawdę! To była jedna z moich początkowych decyzji, na które wszyscy przystali.

Pierwszą decyzją merytoryczną było to, że będziemy tłumaczyć książki wyłącznie z języków oryginalnych, choćby to było najbardziej skomplikowane. Teraz dla przykładu mamy ogromny problem, żeby przetłumaczyć bardzo ważną, wietnamską książkę i szukamy w Polsce tłumacza, który byłby w stanie to zrobić. O dziwo jest to bardzo trudne. Mamy potężną wietnamską diasporę, ale widać mało chętną do wejścia w tłumaczenia lite-

rackie. Jest dużo tłumaczeń technicznych, natomiast literackich – niewiele.

Zatrudniliśmy dosłownie całą polską sinologię, łącznie z niektórymi wybitnymi studentami ostatnich lat. Po prostu inaczej nie dało się przetłumaczyć tego, co myśmy chcieli. Zaraz będzie dokładnie to samo z literaturą perską. Bierzemy się za solidne tłumaczenia perskiej literatury.

Drugi przykład jest taki, że od początku przyjęliśmy założenie, że u nas grafiki nie będzie robić nikt, kto nie jest profesjonalnym grafikiem zajmującym się okładkami książek.

Czyli wszyscy są z zewnątrz...

Wszyscy są z zewnątrz. Co więcej, u nas każda książka jest przygotowywana jako osobny projekt graficzny, jakby konkursowy. Każdy grafik, który ma zająć się projektem, przedstawia nam kilka propozycji. I to jest kolejna nasza tradycja. Wszyscy, łącznie z administracją, głosujemy na konkretną okładkę. Sam nie mam wcale większych praw niż wszyscy inni. Tak samo głosuję jak każdy, zresztą głosuję ostatni. I bierzemy tę okładkę, która wygrywa nasz plebiscyt.

Z którymi grafikami współpracujecie?

Jest ich bardzo wielu. Na przykład Mimi Wasilewska czy Łukasz Piskorek. Za nasze publikacje otrzymaliśmy całą masę nagród, nasza grafika rzeczywiście jest bardzo wysmakowana, nawiązująca w znacznej mierze do tradycji modernistycznej PIW-owskiej, lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Warto pamiętać, że tutaj pracował najwybitniejszy szef grafiki, czyli Jan Marcin Szancer, tutaj pracował Janusz Stanny jako grafik okładkowy i wielu innych wybitnych artystów.

Czy w PIW-ie jest nadal Rada Programowa?

Oczywiście, jest Rada Programowana i bardzo nam pomaga. Zresztą jako państwowa instytucja kultury, ministerialna, mamy obowiązek mieć Radę Programową, to wynika ze statutu PIW-u. Jej przewodniczącą jest pani prof. Zofia Zielińska, była kierownik Zakładu Historii Nowożytnej Instytutu Historii Uniwersytetu Warszawskiego – żywa legenda polskiej historiografii.

Pamiętam ją ze studiów!

Wielka postać! W Radzie jest kilku literaturoznawców, kilku historyków, kilku filozofów. Jest jeden socjolog nawet, który zresztą jest miłośnikiem literatury. I wbrew temu, co mogłoby się wydawać, bardzo dużo współpracujemy z pojedynczymi członkami Rady. Często nam doradzają, często też godzą się na dodatkową pracę, tak jak pani prof. Zofia Zielińska czy pan prof. Marek Barański, którzy są z kolei dwójką z czwórki osobnej rady naukowej przy projekcie „Pocztu Królów Polski".

Czyli ten projekt ma swoją radę?

Tak, oczywiście mamy radę naukową dla tej serii – bez niej nie dałoby się tego dobrze zrealizować. To właśnie rada wyznacza podstawy projektu: jego koncepcję, ramy naukowe i kierunek działania. Obecność pani prof. Zielińskiej dodatkowo podnosi poziom wymagań warsztatowych, i to bardzo wysoko. Wszyscy wiemy, że jest prawdziwą legendą, zwłaszcza w środowisku historyków, budzącą wielki respekt. Dla wielu osób była po prostu wzorem, kimś, do kogo się porównywano, choć był to poziom właściwie nie do osiągnięcia.

Rada Programowa bardzo nam pomaga i daje przede wszystkim wsparcie merytoryczne. Co prawda cała rada spotyka się rzadko, ale nie jest to ciało tylko „na papierze", jak bywa w wielu instytucjach. Utrzymujemy regularny kontakt z poszczególnymi jej członkami – nie tylko ja, ale także moi redaktorzy. Dzięki temu możemy na bieżąco korzystać z ich wiedzy i doświadczenia. To naprawdę działa i ma dużą wartość – ta rada jest faktycznie zaangażowana w działalność PIW-u, a nie tylko formalnie istnieje.

ROZMAWIAŁ
PIOTR DOBROŁĘCKI

KSIĘGARNIE

Trwa nabór do programu „Certyfikat dla małych księgarni"

Kwota dofinansowania to 50 tys. zł



Instytut Książki ogłosił nabór do szóstej edycji programu „Certyfikat dla małych księgarni" lata 2026–2026.

Przyjmowanie wniosków trwa do 18 maja.

W tym roku kwota dofinansowania jest wyższa niż do tej pory i wynosi 50 tys. zł.

Każdy z beneficjentów będzie mógł przeznaczyć wsparcie finansowe na promocję księgarni, konsulting i doradztwo, opłatę kosztów stałych utrzymania lokalu, realizację programu proczytelniczego oraz zakup niezbędnego sprzętu i wyposażenia. Jest to program dwuletni, który nie wymaga wkładu własnego.

O wsparcie finansowe mogą starać się podmioty prowadzące małe księgarnie stacjonarne – działające poza krajowymi i międzynarodowymi sieciami handlowymi – zajmujące się sprzedażą detaliczną, w których co najmniej 45 proc. przychodów pochodzi ze sprzedaży książek, a oferta sprzedażowa kształtowana jest samodzielnie przez księgarza i obejmuje produkcję wydawniczą wielu oficyn.

Z możliwości wnioskowania o wsparcie finansowe wyłączeni są beneficjenci z naboru przeprowadzonego w 2025 roku.

Do tej pory w programie wzięły udział 504 księgarnie i antykwariaty z całej Polski, a łączna kwota przyznanego im wsparcia wyniosła prawie 19 mln zł.

„Certyfikat dla małych księgarni" to program własny Instytutu Książki realizowany od 2021 roku. Jego celem jest wsparcie małych księgarni oraz wzmocnienie ich roli jako placówek aktywnie promujących kulturę czytelniczą na poziomie lokalnym. Program ten, realizowany ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, opiera się na założeniu, że małe, lokalne księgarnie i antykwariaty są czymś więcej niż miejscami sprzedaży książek – to przestrzenie kreatywne, centra dostępu do kultury, które realnie kształtują literackie gusta lokalnych społeczności. **(W)**

Szardża na Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie

Między dwiema cywilizacjami



Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie, które odbędą się w dniach 28–31 maja na PGE Narodowym, zapowiadają się jako jedno z najważniejszych wydarzeń literackich roku w Polsce. Gościem Honorowym tegorocznej edycji będzie Szardża, reprezentująca kulturę i literaturę Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Jej udział organizuje Sharjah Book Authority, a do Warszawy przyjedzie delegacja twórców i przedstawicieli życia kulturalnego z emiratu.

Motto wystąpienia Szardży brzmi: „Opowieść liter. Między dwiema cywilizacjami" i podkreśla ideę dialogu między kulturą arabską i polską. „Graficzna identyfikacja wystąpienia Szardży pokazuje, że choć znaki mogą różnić się kształtem i estetyką, niosą ze sobą zbieżne znaczenia. W efekcie litery przestają być jedynie elementami odrębnych systemów pisma, a zaczynają funkcjonować jako wspólny język, który wydobywa to, co łączy, tworząc przestrzeń dialogu między dwiema cywilizacjami" – czytamy w komunikacie.

Program obejmuje spotkania literackie, debaty, wspólne rozmowy twórców z Polski i ZEA oraz wydarzenia poetyckie.

Szardżę reprezentować będzie grupa twórców należących do różnych pokoleń i nurtów współczesnej literatury emirackiej – poetów, badaczy i twórców kultury. Wśród zaproszonych gości znajduje się dr Sultan Al-Ameemi – poeta, krytyk literacki i badacz folkloru, prezes Związku Pisarzy Emiratów oraz dyrektor Akademii Poezji Arabskiej, autor powieści, zbiorów opowiadań i licznych opracowań naukowych.

Do Warszawy przyjedzie też dr Hind Al-Mashmoum – badaczka literatury arabskiej, łącząca działalność akademicką z krytyką literacką i refleksją nad językiem oraz tożsamością kulturową. Silnie reprezentowana jest też współczesna poezja emiracka, m.in. przez Khulood Al-Mualla – tłumaczoną na wiele języków poetkę, której twórczość zakorzeniona jest w poetyce sufizmu, oraz Kaltham Abdullah – poetkę i pisarkę łączącą humanizm z tematyką pamięci, dziedzictwa i doświadczenia kobiet. W programie uczestniczą również twórcy łączący literaturę z aktywnością medialną i życiem publicznym: Dhaen Shaheen Al-Nuaimi – dziennikarz, poeta i prozaik oraz wieloletni redaktor naczelny „Al Bayan", a także Salha Ghabish – poetka, pisarka i aktywistka kulturalna, zaangażowana w rozwój inicjatyw literackich i społecznych. Obecni będą także: Abdulrahman AlHemeiri – poeta i laureat „Prince of Poets", Nadia Al-Najjar – autorka powieści, opowiadań i książek dla dzieci, dr Habib Ghuloom – naukowiec i artysta teatralny, reżyser i badacz dramatu, dr Abdul Hakim Al-Zubaidi – poeta, badacz i autor opracowań literackich, oraz Sheikha Al-Mutairi – poetka, badaczka i moderatorka życia kulturalnego, laureatka konkursów poetyckich.

Program obejmuje spotkania poświęcone m.in. dominującym nurtom artystycznym i intelektualnym, przemianom postaci kobiecych, różnorodności doświadczeń w literaturze oraz relacjom między pamięcią, tożsamością i nowoczesnością. Istotną częścią programu będą także spotkania poetyckie. Część programu z udziałem emirackich autorów będzie realizowana wspólnie z polskimi pisarzami i naukowcami, m.in. z Ałbeną Grabowską, Barbarą Kosmowską, Grażyną Plebanek, Witem Szostakiem i Sebastianem Gadomskim.

Nie zabraknie wydarzeń dla dzieci i spotkań wokół literatury dziecięcej, poświęconych nowym formom narracji i potrzebom młodych czytelników.

Organizatorzy planują ponadto sesje akademickie na Uniwersytecie Warszawskim, realizowane we współpracy z Katedrą Arabistyki i Islamistyki Wydziału Kultury Azji i Afryki UW. Będą one poświęcone m.in. przekładowi literackiemu, dialogowi międzykulturowemu oraz miejscu literatury i teatru we współczesnym świecie, z udziałem emirackich i polskich twórców oraz naukowców.

Szardża przygotuje rozbudowane stoisko targowe (400 mkw.), na którym zaprezentuje się ponad 20 instytucji kulturalnych, naukowych i wydawniczych z dziedziny literatury, edukacji, mediów i dziedzictwa kulturowego. Wśród nich są m.in. Al Qasimi Publications, gdzie ukazują się dzieła szejka dr. Sultana bin Muhammada Al Qasimiego, Akademia Języka Arabskiego w Szardży (ALA), odpowiedzialna za ochronę i rozwój języka arabskiego, a także wyższe uczelnie: Uniwersytet w Szardży (UoS) i Amerykański Uniwersytet w Szardży (AUS) wraz z wydawnictwem uniwersyteckim AUS Press.

Szeroko reprezentowane będą organizacje emirackiego rynku książki, w tym: Sharjah Book Authority, Związek Pisarzy Emiratów, Emirackie Stowarzyszenie Wydawców (EPA), Emirackie Stowarzyszenie Bibliotek i Informacji (ELIA), Dom Mądrości w Szardży, Emirackie Stowarzyszenie Zarządzania Prawami Reprograficznymi (ERRA), Sharjah Publishing City Free Zone (SPC), Agencja Literacka Szardży (SLA) czy Krajowa Sekcja IBBY w ZEA (UAEBBY). Obecne będą również Grupa Kalimat i Fundacja Kalimat, promujące czytelnictwo i dostęp do książek wśród dzieci i młodzieży, oraz platforma „PublisHer", działająca na rzecz promocji i awansu kobiet w branży wydawniczej. Swoją obecność zaznaczą ponadto: Departament Kultury w Szardży, Centrum Studiów nad Zatoką Perską im. dr. Sultana Al Qasimiego, Instytut Dziedzictwa Narodowego czy Urzędy ds. Archeologii, Muzeów, Radiofonii i Telewizji w Szar-

dży działające w trosce o ochronę dziedzictwa i tożsamości kulturowej.

Zapowiada się rekordowa edycja

Tegoroczna edycja w nowej lokalizacji, na PGE Narodowym, zajmie rekordową powierzchnię, obejmie ponad 1200 wydarzeń i zgromadzi wystawców z 24 krajów.

Organizowane przez Fundację Historia i Kultura oraz Projekt Książka sp. z o.o. targi po raz pierwszy w takiej skali wykorzystają przestrzeń stadionu, tworząc miejsce spotkania czytelników, autorów, wydawców i instytucji kultury z Polski i zagranicy.

Integralną częścią targów są festiwale i pasma tematyczne, takie jak Festiwal Kryminalna Warszawa, Komiksowa Warszawa, Dzień Reportażu z Nagrodą im. Ryszarda Kapuścińskiego, Międzypokoleniowy Festiwal Literatury Dziecięcej „Ojce i Dziatki", YANA Festival, narodowe wystąpienia wydawców i twórców z Republiki Korei, Włoch, Norwegii, Ukrainy, Armenii czy Wolnej Białorusi.

Ważnym elementem programu będą także prestiżowe nagrody literackie, w tym Nagroda Literacka Unii Europejskiej, Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego, Ikar, Nagroda Magellana czy konkursy Najpiękniejsze Książki Roku i Academia.

Wśród zaproszonych autorów są m.in. Remigiusz Mróz, Katarzyna Bonda, Wojciech Chmielarz, Juliusz Machulski, Jakub Żulczyk, Vincent V. Severski oraz Martyna Wojciechowska, a także Izabela Janiszewska, Magdalena Kordel, Marcel Moss, Maciej Siembieda, Alicja Sinicka, Magdalena Witkiewicz czy Marek Krajewski. W programie obecni będą również wybitni reporterzy i autorzy non-fiction, m.in. Wojciech Tochman, Artur Domosławski, Piotr Zychowicz, oraz Ewa Woydyłło.

Międzynarodowy charakter wydarzenia podkreślają goście zagraniczni, wśród których znajdą się: Jennette McCurdy, Graham Masterton, Steve Cavanagh, Camilla Grebe, Margit Auer, Carla Montero, Bianca Bellová, Gianrico Carofiglio, Aurora Tamigio, Ilaria Gaspari i GUD – Daniele Bonomo.

Na liście wystawców obecni są m.in.: Czarne, Wydawnictwo Literackie, Znak, Wielka Litera, Świat Książki, Bellona, Grupa Wydawnicza Foksal, Albatros, Media Rodzina, Marginesy, Muza, Filia, Wydawnictwo Poznańskie, Agora, Powergraph, wydawnictwo Sonia Draga, RM, Czarna Owca, Skarpa Warszawska, Publicat, NieZwykłe, Dom Wydawniczy Rebis, Zysk i S-ka, Prószyński Media, Karakter, Dowody, Cyranka, Tajfuny, Książkowe Klimaty, Afera czy ArtRage.

Silnie reprezentowany będzie dział literatury dziecięcej i młodzieżowej, m.in. dzięki wydawnictwom: Nasza Księgarnia, Zakamarki, Dwie Siostry, Widnokrąg, Bajka, Literatura, Babaryba, Egmont czy Zielona Sowa. Nie zabraknie także wydawnictw naukowych i akademickich, jak Wydawnictwo Naukowe PWN, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika czy Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, a także instytucji kultury – Instytutu Książki, Biblioteki Narodowej, Narodowego Centrum Kultury, Muzeum Warszawy, Instytutu Pileckiego i Europejskiego Centrum Solidarności.

Dzięki partnerskiej współpracy ze stołecznym Biurem Kultury, także i w tym roku na targach pojawi się Pawilon Warszawy.

Równolegle, przez pierwsze dwa dni targów, realizowany będzie rozbudowany program branżowy, obejmujący spotkania profesjonalistów rynku książki, debaty eksperckie oraz wydarzenia networkingowe, sprzyjające nawiązywaniu współpracy między wydawcami, agentami literackimi i instytucjami kultury.



Mecenasem Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie jest Stowarzyszenie Autorów i Wydawców Copyright Polska, a partnerem logistycznym – Allegro.

Więcej: https://targiksiazkiwarszawa.pl

Wstęp na targi: https://targiksiazkiwarszawa.pl/bilety/

Patronem medialnym targów jest Biblioteka Analiz. **(W)**

Zakończyły się 31. Targi Wydawców Katolickich

Ponad 40 tys. odwiedzających

W dniach 16-19 kwietnia w Arkadach Kubickiego na Zamku Królewskim w Warszawie odbyły się 31. Targi Wydawców Katolickich. Organizatorem tego wydarzenia jest Stowarzyszenie Wydawców Katolickich, a partnerem – Zamek Królewski w Warszawie – Muzeum.

W targach uczestniczyło 80 wystawców. Frekwencję oszacowano na 42-43 tys. odwiedzających.

– Tegoroczne Targi Wydawców Katolickich oznaczone są jako 31. edycja, choć formalnie byłaby to 32. edycja, po-



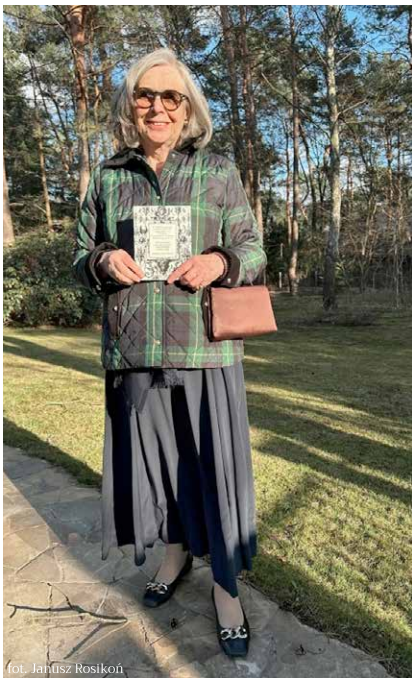
fot. Targi Wydawców Katolickich

nieważ w jednym roku targi nie odbyły się z powodu pandemii. Wtedy jednak przyznaliśmy Nagrody Feniks i były wręczane w Telewizji Polskiej – przekazał Bibliotece Analiz ks. Roman Szpakowski, prezes Stowarzyszenia Wydawców Katolickich. – Pierwsza edycja Targów miała miejsce, gdy prezesem SWK był ks. Marek Otolski. Byłem już wtedy w gronie organizatorów jako członek zarządu Stowarzyszenia. Pierwsze targi odbyły się w Dolnym Kościele klasztoru zakonu Marianów na warszawskich Stegnach. Później Targi organizowaliśmy w szkole integracyjnej po drugiej stronie ul. Bonifacego, naprzeciwko klasztoru. Gdy zostałem prezesem Stowarzyszenia, rzekomo tylko na rok, a to trwa do dzisiaj, nie wyobrażałem sobie, że przez te lata nasze Targi tak się rozrosną. Trzeba oddać zasługę ks. Markowi, bo to dzięki niemu coraz bardziej się rozwijały. Później przyszedł moment, że szukał nowego miejsca, bo już nie mieściliśmy się w sali gimnastycznej w szkole. Wtedy doszło do opatrznościowego spotkania z Ziemowitem Koźmińskim, dyrektorem Zamku Królewskiego i udało się przenieść Targi do wspaniałych wnętrz Arkad Kubickiego – wspomina ks. Roman Szpakowski.

Po raz 29. zostały przyznane Nagrody Feniks – publikacjom o tematyce religijnej i katolickiej. W tym roku nagrody i wyróżnienia przyznano w 10 konkursowych kategoriach. Kapituła Nagrody uhonorowała najbardziej wartościowe spośród 200 publikacji wydanych w roku 2025 i zgłoszonych do konkursu przez kilkadziesiąt podmiotów wydawniczych.

Ogłoszenie wyników konkursu o Nagrodę Feniks 2026 nastąpiło podczas uroczystości otwarcia Targów, a gala wręczenia Nagrody odbyła się w sobotę 18 kwietnia w Sali Wielkiej Zamku Królewskiego – Muzeum w Warszawie.

Nagrodę Feniks Specjalny 2026 „Ambasador Polskiej Książki Religijnej" otrzymała Grażyna Kasprzycka-Rosikoń za całokształt ponad 35-letniej pracy wydawniczej oraz konsekwentne budowanie renomy oficyny Rosikon Press. Jak podkreślono w uzasadnieniu, laureatka od dekad wyznacza najwyższe standardy edytorskie, czego dowodem są prestiżowe wyróżnienia za najpiękniejsze publikacje religijne oraz unikatowe opracowanie ilustrowanej „Biblii Tysiąclecia". Jej działalność skutecznie łączy upowszechnianie wartości chrześcijańskich z promocją wybitnych autorów i polskiego dziedzictwa sakralnego. Wyróżnienie honoruje również jej wyjątkowe sukcesy w propagowaniu polskiej literatury religijnej na licznych rynkach zagranicznych.


fot. Janusz Rosikoń

– Czuję się zaszczycona, że zostałam ambasadorem! Od 35 lat prowadzę wydawnictwo i kiedy je zakładałam, postawiłam sobie za cel, żeby było to wydawnictwo, które będzie publikowało książki o najwyższych standardach, jeżeli chodzi o poligrafię, grafikę i oczywiście edytorstwo i treść. Mamy przywilej pracować ze wspaniałymi autorami, wspaniałymi grafikami, wspaniałymi redaktorami i fotografami, a zwłaszcza z jednym z najlepszych fotografów – Januszem Rosikoniem. Tak się składa, że akurat Nagroda Feniks przypada w czasie, kiedy kończymy największy projekt, jaki do tej pory realizowaliśmy – ponad trzyletni, który funkcjonuje pod nazwą „Święte Szlaki", ukazujący pielgrzymowanie na pięciu kontynentach. Autorzy, czyli fotograf Janusz Rosikoń i autor tekstu Grzegorz Górny, przebyli wiele podróży, żeby to udokumentować i sfotografować. Mamy nadzieję, że książka ukaże się na przełomie tego roku. Autorzy tworzą tandem, który od lat wspaniale współpracuje i zrealizował już ponad 15 tytułów – przekazała Bibliotece Analiz Grażyna Kasprzycka-Rosikoń po ogłoszeniu listy laureatów Nagrody Feniks. **(W)**

Festival du Livre odnotował rekordową frekwencję

Festival du Livre w Paryżu, najbardziej prestiżowe francuskie wydarzenie literackie, odnotował rekordową frekwencję. Według dyrektora generalnego Pierre'a-Yves'a Bérenguera festiwal przyciągnął 121 tys. odwiedzających, co stanowi najwyższy wynik od 2022 roku. Również wydawcy i organizatorzy mówią o pozytywnej atmosferze. Sprzedaż książek wzrosła o około 30 proc.


fot. Festival du Livre

Tegoroczna edycja odbywała się od 17 do 19 kwietnia. Jak napisał dziennik „Le Figaro", festiwal zmienił swój profil od 2022 roku. Organizatorzy kładą większy nacisk na spotkania z autorami. W centrum uwagi znalazły się przede wszystkim odczyty, dyskusje i sesje autografowe. To przyciąga wielu młodych ludzi: połowa odwiedzających miała mniej niż 25 lat. W wydarzeniu wzięło udział 450 wydawnictw i 1600 autorów. **(W)**

Sprzedaż detaliczna w marcu

Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w marcu 2026 roku była wyższa niż przed rokiem o 8,7 proc. (wobec spadku o 0,3 proc. w marcu 2025 r.). W porównaniu z lutym 2026 roku nastąpił wzrost sprzedaży detalicznej o 18,1 proc., przekazał GUS.

W grupie „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach" odnotowano wzrost o 1,1 proc. w porównaniu z analogicznym okresem 2025 roku. W porównaniu z lutym tego roku sprzedaż wzrosła o 22,1 proc.

Wartość sprzedaży detalicznej przez internet w cenach bieżących w marcu 2026 roku była o 17,3 proc. wyższa niż przed rokiem, a udział sprzedaży przez internet w sprzedaży „ogółem" zwiększył się w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 9 do 9,6 proc.

W grupie „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach" wzrost udziału sprzedaży przez internet wyniósł z 19,9 proc. do 21,3 proc.

Zamyka się księgarnia w Opolu

Księgarnia Tak Czytam w Opolu przy ul. Krakowskiej 30D kończy działalność. Będzie czynna tylko do końca lipca. Obecnie trwa wyprzedaż asortymentu.

„Coraz mniej ludzi nas odwiedza, więc spada również sprzedaż – powiedziała Marta Bieruta, kierowniczka księgarni przy ul. Krakowskiej w Opolu w rozmowie z serwisem Opolska360.pl. – Zauważyliśmy wyraźny spadek wejść do księgarni. A co za tym idzie: notujemy spadek sprzedaży. A co w ogóle ciekawe, to obserwujemy coraz mniejszy ruch na samej Krakowskiej".

Jako główny powód tego, że księgarnię Tak Czytam w Opolu czeka likwidacja, wskazuje jednak zakupy w internecie. „Księgarnie online są bardziej atrakcyjne – przyznaje Marta Bieruta. – Mimo to byliśmy w Opolu 11 lat. Dziś jest smutny dzień. Dostaliśmy oficjalnie informację, że działamy do końca lipca".

W szczytowym momencie sieć Tak Czytam miała 24 księgarnie w całej Polsce. Zostało z nich 12, aktualnie zamykają się trzy: w Opolu, Katowicach i Krakowie.

Ceny książek w górę

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w marcu 2026 roku wzrosły o 3 proc. w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku. W stosunku do poprzedniego miesiąca ceny towarów i usług wzrosły o 1,1 proc. – poinformował GUS.

Najmocniej w ujęciu miesiąc do miesiąca wzrósł transport (8,2 proc.), a wyraźnie podrożały też towary ogółem (1,4 proc. mdm) przy niskim wzroście usług (0,2 proc.).

Ceny książek w marcu w porównaniu z marcem 2025 wzrosły o 2,2 proc. W porównaniu z lutym tego roku były wyższe o 1,7 proc.

Z kolei ceny gazet i czasopism wzrosły o 8,2 proc., a w porównaniu z lutym ten wzrost wyniósł 0,1 proc.

2. Festiwal Literacki Lądek już w maju

1 i 2 maja w Lądku-Zdroju odbędzie się 2. Festiwal Literacki Lądek.

W programie: spotkania autorskie z udziałem 36 pisarek i pisarzy, warsztaty dla dzieci i dorosłych prowadzone przez pisarki i ilustratorki, koncerty muzyczne oraz wystawy sztuki tworzonej przez lokalnych artystów.

Nie zabraknie także targów książki oraz kiermaszu regionalnego, gdzie będzie można upolować interesujące tytuły oraz skosztować lokalnych specjałów.

Wydarzenia festiwalowe odbywać się będą w kilku klimatycznych lokalizacjach, takich jak Park Zdrojowy w Lądku-Zdroju, Coffee Ride, Geovita Lądek-Zdrój oraz Zamek na Skale.

Wydarzenie odbywa się z inicjatywy Księgarnia w Herbaciarni.

Zgłoszenia udziału w 29. Międzynarodowych Targach Książki w Krakowie

Rozpoczęło się przyjmowanie zgłoszeń udziału w 29. Międzynarodowych Targach Książki w Krakowie, które odbędą się w dniach 22–25 października w EXPO Kraków.

Oferta promocyjna obejmuje niższe ceny przy zakupie stoisk i powierzchni wystawienniczej oraz wykładzinę kolorową w cenie 1zł/m2 na stoiskach standardowych. Warunkiem zachowania cen promocyjnych jest wpłata 100 proc. należności do 31 lipca.

Od 1 sierpnia ceny stoisk i powierzchni wzrosną o 15 proc.

Rejestracja nowego wystawcy/logowanie odbywa się poprzez panel wystawcy: https://targiksiazki.exposupport.pl/login

Wystawcy, którzy uczestniczyli w Targach w 2025 roku, mają pierwszeństwo do lokalizacji w 2026 roku (dotyczy powierzchni o tych samych wymiarach). W przypadku chęci zmiany lokalizacji lub wielkości powierzchni wystawienniczej należy złożyć zamówienie zgodnie z oczekiwaniami i w komentarzu zaznaczyć chęć zmiany z informacją, czego zmiana dotyczy. Stara lokalizacja pozostaje w rezerwacji do momentu zaakceptowania przez wystawcę nowej lokalizacji. Organizator, spółka Targi w Krakowie, na potwierdzenie lokalizacji z 2025 roku czeka do 31 maja.

Szczegółowe informacje:

Lidia Potrykus, sprzedaż powierzchni wystawienniczej potrykus@targi.krakow.pl, +48 512 289 411.

1,3 mln zł od Wydawnictwa Niezwykłe dla Fundacji Cancer Fighters

Dziewięciodniowa akcja charytatywna zorganizowana przez Piotrka „Łatwogang" Garkowskiego na YouTube zakończyła się ogromnym sukcesem, zarówno pod względem zasięgu, jak i zebranych środków. Stream rozpoczęty 17 kwietnia miał na celu wsparcie Fundacji Cancer Fighters, która od 2015 roku pomaga osobom chorym na nowotwory, finansując leczenie, rehabilitację oraz działania profilaktyczne.

Transmisja szybko zyskała ogromną popularność, przyciągając miliony widzów oraz znane postacie ze świata muzyki i sportu.

W akcję aktywnie włączyli się zarówno indywidualni darczyńcy, jak i firmy. Jednym z największych sponsorów okazało się Wydawnictwo NieZwykłe, które przekazało imponującą kwotę 1,3 mln zł.

Dzięki ogromnemu zaangażowaniu widzów, gości i sponsorów zbiórka przekroczyła 251 mln zł. Akcja stała się jednym z największych przedsięwzięć charytatywnych w polskim internecie, pokazując siłę wspólnego działania w słusznej sprawie.

Nowa kluboksięgarnia UNA

23 kwietnia rozpoczęła działalność UNA – kluboksięgarnia Polskiego Wydawnictwa Muzycznego. Do lokalu przy Rynku Głównym 36 w Krakowie, gdzie działała księgarnia Kurant, wróciły książki, nuty i płyty.

„UNA to nowe miejsce na muzycznej mapie serca Małopolski. Od przeszło stu lat w kamienicy przy Rynku Głównym kwitnie działalność księgarska, wydawnicza i artystyczna, a my z dumą kontynuujemy tę tradycję. Otwierając nowy rozdział w historii tego miejsca, pragniemy, aby było ono przyjazną przystanią dla wszystkich, którym bliska jest sztuka dźwięków. Przy filiżance kawy speciality z najlepszych światowych plantacji będzie tu można wysłuchać płyt sygnowanych marką Anaklasis, sięgnąć po najnowszy numer «Ruchu Muzycznego« i znaleźć inspirację wśród szerokiej oferty nut i książek Polskiego Wydawnictwa Muzycznego, a także innych wydawców krajowych i zagranicznych – wspólnym mianownikiem jest tu kultura muzyczna. To przestrzeń zarówno dla repertuaru dawnych mistrzów, jak i dla kompozytorskich eksperymentów" – informuje krakowskie wydawnictwo.

Audioteka stawia na ludzki głos

Audioteka ogłosiła przyjęcie deklaracji „human-first", która jasno określa zasady wykorzystania sztucznej inteligencji w produkcji treści audio. Dokument określa wytyczne, zgodnie z którymi AI może wspierać, ale nie zastępować twórców, aktorów ani lektorów przy tworzeniu treści audio.

„Branża audio, oparta na interpretacji, emocjach i autentycznym przekazie, stoi dziś przed wyzwaniem zachowania równowagi między innowacją technologiczną a ochroną wartości twórczych" – przekazano w oświadczeniu.

Audioteka tłumaczy, że podejmuje działania, które mają uporządkować podejście do wykorzystania AI oraz zabezpieczyć rolę człowieka w procesie tworzenia treści audio.

„Zgodnie z przyjętą polityką w sprawie AI i ochrony ludzkiego głosu Audioteka zobowiązuje się na polskim rynku m.in. do niewykorzystywania sztucznej inteligencji do tworzenia scenariuszy oraz do nienaruszania integralności ludzkiego głosu poprzez jego klonowanie czy syntetyczne generowanie" – piszą w oświadczeniu przedstawiciele Audioteki.

15 tys. książek z okazji Światowego Dnia Książki

Z okazji jubileuszu 70-lecia Wydawnictwa Poznańskiego oraz obchodów Światowego Dnia Książki oficyna we współpracy z Kolejami Wielkopolskimi zorganizowała akcję „Odłóż telefon. Chwyć za książkę".

23 kwietnia do pasażerów podróżujących po Wielkopolsce trafiło ponad 15 tys. książek, które były rozdawane w wybranych pociągach regionalnego przewoźnika.

Akcja miała zachęcić do sięgania po książki w codziennych sytuacjach, takich jak dojazdy do pracy, szkoły czy domu. „Chcemy pokazać, że książka może być najlepszą towarzyszką podróży – inspirującą, relaksującą i dostępną na wyciągnięcie ręki. To właśnie ona pozwala oderwać się od codziennego pośpiechu, zanurzyć w innej historii i wykorzystać nawet krótką podróż jako wartościowy czas tylko dla siebie. W świecie pełnym bodźców i ekranów książka daje wytchnienie, pobudza wyobraźnię i przypomina, jak wiele przyjemności może płynąć z prostego aktu czytania" – podkreślają organizatorzy.

Plaster Łódzki dla Łódzkich Targów Książki

Rozdano Plastry Kultury. To już 13. edycja plebiscytu, który od lat docenia najbardziej zasłużonych artystów, animatorów, twórców oraz organizatorów wydarzeń w Łodzi.

W kategorii „książka" zwyciężyła Natalia Kawczyńska za „Łódzkie typo-historie" (Księży Młyn Dom Wydawniczy).

Z kolei w kategorii „Wydarzenie Roku" uhonorowano Łódzkie Targi Książki.

Katarzyna Grochola na poczcie

W placówkach Poczty Polskiej dostępna jest nowa książka Katarzyny Grocholi „Właśnie że tak! Nigdy w życiu! 20 lat później" (Wydawnictwo Literackie). Czytelnicy kupujący jej najnowszą powieść w punktach pocztowych mogą znaleźć w egzemplarzach osobiste liściki napisane przez autorkę w imieniu głównej bohaterki, Judyty.

Katarzyna Grochola jako pierwsza otrzymała od Poczty Polskiej „Pocztowe Powitanie Autorskie" – symboliczny list z podziękowaniem za dołączenie do grona pisarzy, których książki sprzedawane są w placówkach pocztowych, wraz ze spersonalizowanym Moim Znaczkiem. Powitanie uwieczniła na filmie ekipa Poczty TV.

Katarzyna Grochola spotka się z czytelnikami osobiście. Poczta Polska zaprasza na spotkanie z pisarką 12 maja o godz. 17 w placówce pocztowej przy ul. Świętokrzyskiej 31/33 w Warszawie. Partnerem wydarzenia będzie firma Fortune Cookies, producent ciasteczek z wróżbą.

Akcja Fundacji Powszechnego Czytania

Fundacja Powszechnego Czytania uruchomiła zbiórkę na program włączania rekomendowania książek w profilaktyce zdrowia dzieci od pierwszych miesięcy życia.

Jak podkreśla Maria Deskur, prezeska Fundacji Powszechnego Czytania: – Niezależne badania naukowe potwierdzają, że regularne czytanie i rozmowa z dziećmi obniża poziom stresu, buduje odporność psychiczną, wspiera rozwój emocjonalny i zmniejsza szkody wyrządzane przez ekrany.

W ramach flagowego programu Fundacji Powszechnego Czytania – Książka na Receptę – lekarze pediatrzy rekomendują rodzicom czytanie dzieciom od pierwszych miesięcy życia – na równi z aktywnością fizyczną i zdrową dietą. Do inicjatywy przystąpiło już blisko 400 placówek medycznych w całej Polsce. Szacuje się, że rocznie może z niej skorzystać nawet 30 tys. dzieci w wieku do dwóch lat.

– Koszt objęcia programem jednej przychodni wynosi około 1650 zł i obejmuje przeszkolenie personelu medycznego, druk i wysyłkę pakietów książek dla małych pacjentów oraz materiały edukacyjne dla rodziców. Ponad 100 lekarzy jest w stanie dotrzeć w ciągu roku do 10 tys. dzieci i ich rodziców – jak wyjaśnia Aleksandra Chaberska, koordynatorka programu Książka na Receptę.

Fundacja apeluje o wsparcie darczyńców. Potrzeby są znacznie większe niż obecne możliwości programu – celem zbiórki jest dotarcie do kolejnych placówek i kolejnych rodzin, zwłaszcza w miejscach, gdzie dostęp do kultury czytelniczej jest ograniczony.

Poznaliśmy Mistrzów Promocji Czytelnictwa

Jury konkursu Mistrz Promocji Czytelnictwa 2025 w składzie: Joanna Chapska (przewodnicząca), Sylwia Markiewicza, Marzena Przybysz, Joanna Szymczak-Ryczel przyznało nagrody i wyróżnienia za dokonania na rzecz upowszechnienia czytelnictwa w roku 2025 następującym bibliotekom:

1. miejsce: Miejska Biblioteka Publiczna im. Tadeusza Różewicza we Wrocławiu

2. miejsce: Miejska Biblioteka Publiczna im. Zofii Urbanowskiej w Koninie

3. miejsce ex aequo:

– Miejska Biblioteka Publiczna im. Zdzisława Arentowicza we Włocławku

– Miejska Biblioteka Publiczna im. Łukasza Górnickiego Galeria Książki w Oświęcimiu.

Nagrodę Specjalną w kategorii „Biblioteka z miejscowości do 5000 mieszkańców" otrzymały ex aequo:

– Edukacja Lubasz Szkoły im. I. J. Paderewskiego w Lubaszu

– Gminna Biblioteka Publiczna Gminy Leżajsk z/s w Giedlarowej Filia Biblioteki Publicznej w Brzózie Królewskiej.

Wręczenie dyplomów odbędzie się 29 maja podczas Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie.

10 mln pobrań aplikacji Legimi

Aplikacja mobilna Legimi przekroczyła 10 mln pobrań w sklepie Google Play. Jednocześnie kanał YouTube Legimi przekroczył 100 tys. subskrybentów, przekazała spółka.

– W 2025 roku wdrożyliśmy szereg działań zwiększających transparentność współpracy z dostawcami treści oraz przeprowadziliśmy gruntowny przegląd naszej oferty. Istotnym elementem transformacji była przebudowa oferty abonamentowej, w tym rozwój Katalogu Klubowego, co przełożyło się na pożądane efekty biznesowe – między innymi wzrost pobrań aplikacji. Przekroczenie 10 mln instalacji to dla nas potwierdzenie, że kierunek zmian jest właściwy, a użytkownicy doceniają odnowioną ofertę – skomentował Mikołaj Małaczyński, prezes zarządu Legimi.

Legimi oferuje obecnie dostęp do ponad 300 tys. książek w abonamencie, współpracuje z ponad 1500 wydawcami.

Amazon wyprzedza Allegro

Najbardziej medialne marki e-commerce marca

Amazon, Allegro i OLX to trzy najbardziej medialne marki e-commerce w marcu – wynika z analizy Instytutu Monitorowania Mediów.

Pozycja lidera zestawienia jest wynikiem połączenia publikacji biznesowych i aktywności w mediach społecznościowych, wzmacnianego informacjami o inwestycjach sięgających 23 mld zł w Polsce. Jednocześnie to Allegro zdominowało dyskusje internautów oraz przekaz reklamowy w RTV – z wydatkami na poziomie 44,8 mln zł i częstotliwością emisji spotów ponad trzykrotnie wyższą niż konkurencja. Medialność branży była budowana przede wszystkim przez treści publikowane przez użytkowników w social mediach, które odpowiadały za największą część widoczności marek.

Trzech gigantów e-commerce w Polsce

W analizowanym okresie liderem medialności branży e-commerce został Amazon. Była ona budowana w zbliżonym zakresie przez posty i komentarze wzmiankujące markę w mediach społecznościowych (Interactive) oraz materiały pozyskane w mediach klasycznych (Earned). Dziennikarze skupiali się na olbrzymich inwestycjach platformy, zarówno w obszarze AI, jak i w centra dystrybucyjne i logistykę. Te ostatnie dotyczyły również Polski, gdzie na ten cel Amazon ma zamiar przeznaczyć aż 23 mld zł w przeciągu zaledwie dwóch lat. Amazon w ramach swojej platformy oferuje też szeroki dostęp do popkultury (książki, filmy, gry), będąc jednocześnie wydawcą tych treści. W marcu media tematyczne zdominowały doniesienia, że Amazon może się pochwalić kolejnym kinowym hitem – ekranizacją powieści fantastyczno-naukowej „Projekt Hail Marry".

Największą medialność w obszarze Interactive uzyskało Allegro. To właśnie ta marka zdominowała dyskusje w mediach społecznościowych i była najczęściej wymieniana przez internautów. W przypadku publikacji redakcyjnych (Earned) najwięcej publikacji skupiało się na tematyce biznesowej – wynikach giełdowych, pozycji na polskim rynku, krajobrazie branży e-commerce. Tego obszaru dotyczył również opublikowany w pierwszej połowie marca wywiad z Marcinem Kuśmierzem, prezesem Allegro. Poza tym dziennikarze pisali zarówno o rozwoju i nowościach (współpraca z Lux-Med i wprowadzenie usług medycznych, nowe standardy opakowań), jak i rosnącej konkurencji, w tym ze strony wchodzącej na polski rynek brytyjskiej platformy OneBuy.

Na widoczność w mediach platformy OLX, wpłynęła z jednej strony duża skuteczność kanałów własnych (Domestic), jak również obszerny udział materiałów z kategorii Earned. Liczne media informowały o pojawieniu się na platformie ogłoszenia sprzedaży części majątku Janusza Palikota, w tym głównego przedsiębiorstwa byłego polityka, Browaru Tenczynek. Systematyczne rośnie też wycena platformy, która w ostatnim czasie zwiększyła się o 44 proc. Z drugiej strony pojawiały się coraz liczniejsze publikacje o rosnącej aktywności oszustów na OLX.

E-commerce w mediach społecznościowych

Medialność branży e-commerce w badanym okresie definiowana była przede wszystkim przez obecność w mediach społecznościowych. W tym aspekcie największy udział miały publiczne posty i komentarze, w których wzmiankowana jest marka.

W tym obszarze liderem było Allegro. Platforma była szeroko wzmiankowana w treści postów i komentarzy na popularnych kanałach YouTube (Kanał Sportowy, KuchniaKwasiora KK, Ula Pedantula), profili na Facebooku (Gazeta Wyborcza), czy kont na X (np. Janusza Piechocińskiego). Jednak najwięcej wzmianek odnotowano w setkach mniejszych kanałów i profili, traktujących o modzie, sprzedaży, DIY etc.

Przekaz o marce Amazon wyglądał podobnie, jednak w tym przypadku bardziej widoczne były profile agregujące oferty i promocje (m.in. Łowcy Gier, Steal Alert). Ze względu na szeroki zakres działalności i globalną skalę marki, Amazon nieco częściej pojawiał się też na profilach mediów z mainstreamu (Onet, TVN24, Business Insider) oraz profilach technologicznych i gamingowych (Spider's Web, Gram.pl, PPE.pl).

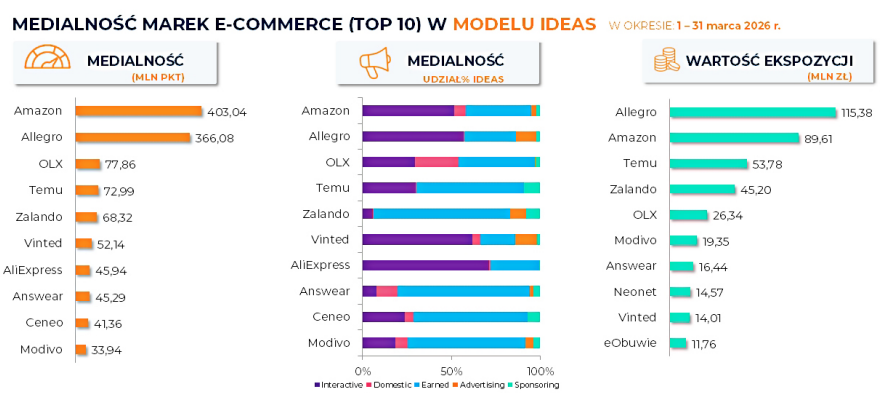
Trzeci wynik uzyskało AliExpress, dla którego informacje z obszaru Interactive stanowiły większość medialności w modelu IDEAS. Dominującym tematem były promocje, o których informowały zarówno wyspecjalizowane profile, jak i sami użytkownicy mediów społecznościowych.

Allegro z największymi wydatkami na reklamy

Największe nakłady reklamowe w radiu i telewizji w marcu 2026 roku poniosło Allegro. Kwota przekraczająca 44,8 mln zł przełożyła się również na największą liczbę emisji, najszerszy zasięg przekazu reklamowego oraz częstotliwość ukazywania się spotów ponad trzykrotnie wyższą niż w przypadku kolejnych marek w zestawieniu. W rozgłośniach radiowych (regionalne, Radio RMF i ESKA) platforma reklamowała się głównie jako miejsce zakupu części samochodowych, choć pojawiały się także spoty okolicznościowe, związane z Wielkanocą i Dniem Kobiet. Prawie połowa spotów telewizyjnych to efekt współpracy z Bankiem PKO BP, który oferował płatność Allegro Klik dla nowych i obecnych klientów. W reklamach wystąpili Joanna Kulig i Paweł Domagała.

Reklamy Amazon – podobnie jak w przypadku Allegro – w większości były emitowane w regionalnych rozgłośniach radiowych RMF MAXX i Radia ESKA, w których informowano o Dniach Wiosennych Okazji. Kampania radiowa została wsparta przez spoty telewizyjne, emitowane w stacjach sportowych (Eurosport1, CANAL+ Sport 5) oraz newsowych (Wydarzenia 24, Polsat News Polityka).

Więcej informacji o badaniu oraz wyniki dla 50 branż oraz ponad 1200 marek są dostępne na stronie: immrank.com.



Kompap podsumował 2025 rok

Planowane połączenie OZGraf i BZGraf

W 2025 roku giełdowa spółka Kompap wypracowała skonsolidowane przychody w wysokości 101,53 mln zł, osiągając zysk EBITDA o wartości 9,84 mln zł i 0,61 mln zł zysku netto.

Jeden z największych graczy w branży poligraficznej w Polsce po raz siódmy z rzędu planuje podzielić się zyskiem z akcjonariuszami. W tym roku zarząd zamierza rekomendować wypłatę dywidendy w wysokości 70 gr na akcję ze skumulowanego zysku netto.

– Sytuacja na rynku poligraficznym jest niezwykle wymagająca wobec bardzo niskich cen stosowanych przez konkurencyjne drukarnie, które w ten sposób nierzadko walczą o przetrwanie. Dbając o kondycję finansową grupy i bazując na wypracowanej przez lata renomie, w naszych zakładach konsekwentnie realizujemy wyłącznie zamówienia o odpowiedniej marży. W efekcie utrzymaliśmy wskaźnik rentowności na sprzedaży na zbliżonym poziomie co rok wcześniej i w 2025 roku wyniósł on 14,89 proc. Niezależnie, stale poszukujemy oszczędności w skali grupy, które pozwolą nam oferować wysokiej jakości produkt w poszukiwanej przez klientów atrakcyjnej cenie. Dążenie do ograniczenia kosztów dotyczy różnych aspektów naszej działalności, w tym organizacji procesów na poziomie grupy i poszczególnych zakładów oraz realizowanych inwestycji – komentuje Waldemar Lipka, prezes zarządu Kompap SA.

W grupie Kompap jako spółki zależne działają dwie uznane drukarnie dziełowe – OZGraf i BZGraf oraz Komunikacja Masowa, świadcząca usługi outsourcingu w zakresie masowej komunikacji elektronicznej i tradycyjnej.

W tym roku zarząd Kompapu zamierza przedstawić akcjonariuszom podczas WZA propozycję zmian w strukturze grupy, zakładającą połączenie OZGraf i BZGraf ze spółką-matką w jeden podmiot prawny przy zachowaniu funkcjonowania drukarni w Olsztynie i Białymstoku w formie zintegrowanych oddziałów: Kompap OZGRAF Olsztyn oraz Kompap BZGRAF Białystok.

Dążenie do obniżenia kosztów ma na celu zwiększenie rentowności Grupy.

– Szacujemy, że połączenie naszych spółek w Olsztynie i Białymstoku z Kompapem powoli nam wygenerować oszczędności sięgające 1 mln zł w skali roku. Będziemy mogli wyeliminować dublujące się funkcje w grupie na poziomie zarządów i kadry menedżerskiej, stworzyć centrum usług wspólnych m.in. w obszarach finansów, HR czy IT, co pozwoli także na usprawnienie procesu raportowania finansowego. Planowane połączenie stworzy też możliwości efektywniejszego zarządzania stanami magazynowymi i obniżenia kosztów logistyki międzyzakładowej, zwłaszcza że Kompap ma także drukarnię offsetową rolową w Laskowicach. Dzięki usprawnieniu procesów produkcyjnych zmniejszymy koszt jednostkowy druku i zyskamy jeszcze większą siłę negocjacyjną u dostawców. Redukcja liczby podmiotów prawnych w grupie pozwoli też ograniczyć koszty usług obcych – wyjaśnia Waldemar Lipka.

W 2025 roku Kompap zanotował zmniejszenie skonsolidowanych przychodów o 6 proc. r/r, co było bezpośrednim efektem spadku cen papieru o 10 proc. Mimo utrzymania rentowności sprzedaży wyniki zostały obciążone kosztami związanymi z serią odejść na emeryturę wieloletnich pracowników drukarni. Ten trwający dwa lata proces zakończył się w minionym roku i nie będzie oddziaływać na wyniki kolejnych okresów. Kompap sfinalizował też projekt rozwijania uniwersalnych kwalifikacji wśród pracowników. Odchodzenie od wąskich specjalizacji ma zwiększać elastyczność produkcji w Grupie.

– Drukarnie w Olsztynie i Białymstoku obsługują wydawców z całej Europy. Nasz eksport wzrósł o ok. 5 proc. w minionym roku i stanowi ponad 20 proc.



fot. Kompap

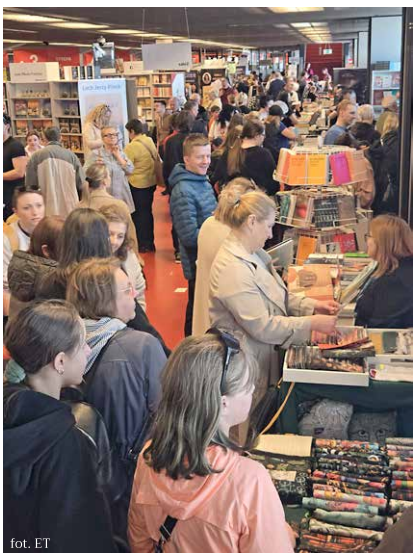
przychodów grupy. Wobec dużej konkurencji cenowej z Chin, wydawcy zagraniczni najczęściej korzystają z naszych usług w przypadku szybkich zleceń czy mniejszych nakładów lub też zawirowań na rynkach globalnych, wpływających na proces dostaw z Azji. Tym bardziej zależy nam na jak największej elastyczności procesów produkcyjnych. Obok zwiększania wszechstronnych kompetencji wśród pracowników rozwijamy usługę druku cyfrowego, bo pozwala nam to realizować mniejsze nakłady w dobrych cenach, zgodnie z oczekiwaniami klientów. W minionym roku zakupiliśmy do naszej białostockiej drukarni nową maszynę do druku cyfrowych okładek za ok. 450 tys. zł. Okazyjnie kupiliśmy też maszyny do druku cyfrowego do Laskowic. Tworzymy tam ośrodek zapasowy na potrzeby klientów Komunikacji Masowej, wśród których znajdują się największe firmy z branży finansowej czy telekomunikacyjnej w Polsce. Ma on zabezpieczyć ciągłość usług na wypadek nieprzewidzianych zdarzeń – wyjaśnia prezes Lipka.

Inwestycje realizowane przez Kompap w minionym roku wyniosły ok. 2 mln zł. W tym roku planowana jest rozbudowa parku maszynowego, m.in. sprowadzane są obecnie dwie maszyny z Chin od zaufanego producenta: specjalistyczna gilotyna do cięcia papieru i maszyna do lakierowania 3D. Również w tym roku Kompap planuje budowę instalacji fotowoltaicznej w Laskowicach. **(W)**

Rynek-Ksiazki.pl

Białostocki sukces w świetnej atmosferze

Relacja z Targów Książki w Białymstoku


fot. ET

Po tegorocznym debiucie Targów Książki w Gdyni, po organizowanych z dużym rozmachem Targach Książki w Poznaniu, przyszedł czas na wyczekiwane przez wielu wydawców i autorów Targi Książki w Białymstoku. Od 17 do 19 kwietnia odbyła się ich 13. edycja połączona z Festiwalem Literackim „Na pograniczu kultur", któremu patronowali Wojewoda Podlaski i Prezydent Miasta Białegostoku. Partnerem strategicznym wydarzenia był Marszałek Województwa Podlaskiego.

Stadion Chorten Arena przy ul. Słonecznej 1, gdzie Targi przeniosły się przed paroma laty z klimatycznego miejsca w Operze i Filharmonii Podlaskiej, leży w oddaleniu od centrum miasta, lecz nie spowodowało to zmniejszenia frekwencji – organizator oszacował ją w tym roku na 30 tys. osób. Dodajmy, że za wydarzeniem stoi Fundacja Sąsiedzi – organizacja szczególna dla kultury Białegostoku i regionu Podlasia. Jej szefem jest charyzmatyczny Andrzej Kalinowski – tak, to ten dobrze znany pan w kolorowym kaszkiecie na głowie!

W zamieszczonym na s. 18 wywiadzie Andrzej Kalinowski przedstawia najistotniejsze aspekty organizacji białostockiej imprezy, w tym opisuje najważniejsze tegoroczne wydarzenie, czyli wizytę Andrzeja Sapkowskiego, które przeszło już do historii polskiej książki.

Lista ważnych i znanych autorów jest imponująca jak na imprezę regionalną – regionalną, ale z ambicjami! Spotkania autorskie ze wszystkimi gośćmi cieszyły się wysoką frekwencją, chociaż nikt długo jeszcze nie przebije rekordu Andrzeja Sapkowskiego. Dopisali czytelnicy, ale też



fot. Targi Książki w Białymstoku

Andrzej Sapkowski i Tomasz Bagiński


fot. PD

Bora Chung

autorzy: Magdalena Grzebałkowska, Mikołaj Grynberg, Bora Chung, Radek Rak, Grzegorz Kasdepke, Tomek Samojlik, Jacek Bromski, Jakub Małecki i Witold Szabłowski.

W Targach uczestniczyło ponad 100 wystawców z całej Polski, w tym największe: Media Rodzina, Czarna Owca, Center Press Copernicus, Zakamarki, Nasza Księgarnia, Rebis, Agora, Literatura, Sonia Draga czy Helion.

Wydawcy uczestniczący w Targach spotykają się wieczorem w dniu otwarcia na tradycyjnym bankiecie – w tym roku w sali bankietowej hotelu „Pod Herbem". Podczas spotkania Andrzej Kalinowski uhonorował osoby, które przyczyniły się do stworzenia wyjątkowej atmosfery podczas białostockiego wydarzenia i wręczył im grafiki Andrzeja Strumiłły. Bohaterami wieczoru zostali: Wacław Nalepka z Helionu, Maciej Marcinkowski z Wydawnictwa Literackiego, Radosław Puchalski z firmy Edu-Książka, Natalia Walkowiak z wydawnictwa Zakamarki, Tomasz Nowiński z wydawnictwa SQN oraz Piotr Dobrołęcki z Biblioteki Analiz, który otrzymał wyjątkową płaskorzeźbę anioła z drzewa sandałowego. W ten sposób nagrodzeni przeszli również do historii polskiej książki. **(PD)**


fot. Targi Książki w Białymstoku

Od lewej: Wacław Nalepka, Maciej Marcinkowski, Natalia Walkowiak, Radosław Puchalski, Andrzej Kalinowski, Tomasz Nowiński i Piotr Dobrołęcki

„Słońce Targom Książki w Białymstoku zawsze sprzyja”

Opinie o targach:

Dorota Gelner



Jestem już drugi raz na Targach Książki w Białymstoku. Tu jest miła atmosfera, przychodzi tylu fantastycznych czytelników! Jestem zachwycona. Spotykam też oczywiście wielbicieli moich książek, co mnie bardzo uszczęśliwia. Jest wyjątkowo gwarnie i wesoło. Uważa się, że tu jest najlepsza atmosfera targowa. Nie tylko dla czytelników, ale i dla nas – uczestników targów. Andrzej Kalinowski potrafi stworzyć taką atmosferę.

Przyjechałam tutaj z moimi książkami, wydanymi przez wydawnictwo Silver, a w zasadzie Sreberko, bo moje książki ukazały się pod tym imprintem. I częściowo też z książkami wydawnictwa Bajka. W ogóle uwielbiam targi, więc jestem na nich od rana do wieczora, bo niekoniecznie lubię wpadać tylko na godzinę. Lubię być cały czas na stoisku, gdzie przychodzą moi czytelnicy – i ci starsi, i ci najmłodsi.

Bardzo mnie wzrusza, że moje książki trafiają nie tylko do dzieci, które przychodzą z rodzicami, ale też do wielu dorosłych czytelników kupujących je dla siebie. Cieszą się z nich równie mocno. Spotykam też osoby, które czytały moje książki jako dzieci – dziś są studentami albo mają już ponad 30 lat – i wciąż do nich wracają, przychodząc po kolejne egzemplarze.

Grzegorz Kasdepke



Tegoroczne Targi w Białymstoku wywołują we mnie sprzeczne emocje. Z jednej strony pamiętam wciąż jeszcze doskonale targi, które były zlokalizowane w Operze Podlaskiej. To dla mnie ważne miejsce, bo jej gmach został zbudowany na terenie wygryzającym się w górkę, która była górką mojego dzieciństwa. Podpisywałem swoją książkę wewnątrz Opery, a jednocześnie siedziałem na górce mojego dzieciństwa, co było magiczne. Tam rzeczywiście atmosfera i nastrój były niesamowite. Z drugiej strony czytelnicy nie mogli dojechać na targi samochodami i kupić większej liczby książek, więc oczywiście przenosiny na stadion, gdzie jest olbrzymi parking, wydają się sensownym i logicznym rozwiązaniem. Jak dziś patrzę, to mam wrażenie, że tak ogromny stadion jest trochę za mały na potrzeby białostockich czytelników!

Dodam, że słońce Targom Książki w Białymstoku zawsze sprzyja. Mam wrażenie, że ich organizator ma szczęście do pogody. Tu jest zawsze wiosenna, wspaniała atmosfera. Liczę na to, że Targi będą stałą częścią każdego literackiego „wyposażenia” mieszkańców Białegostoku. A ja, jak opatrzność pozwoli, będę na Targach każdego roku.

Joanna Sołtysek, Powergraph

Gościem targów był Radek Rak, nasz autor. Kolejka była olbrzymia, Radek podpisywał książki praktycznie przez dwie godziny. W piątek miał spotkanie autorskie dla dzieci i potem podpisywanie, a w sobotę spotkanie dla dorosłych czytelników i znowu podpisywanie.

Sprzedaż była naprawdę bardzo dobra, klienci wiedzieli, po co przychodzą. A przychodzili po całą trylogię „Agla”, ponieważ Radek już w październiku zamknął swój cykl ostatnim tomem „Abraxas”.



fot. PD

Radek Rak

Kilka tygodni temu premierę miała jego najnowsza książka i pierwsza dla dzieci, czyli „Maja i czas motyli”. Cieszyła się równie dużą popularnością, jak książki „dorosłe”. Jest to bardzo ciekawe z tego względu, że dorośli czytelnicy brali „Maję” nie tylko dla swoich dzieci, siostrzeńców, bratanic czy dzieci przyjaciół, ale też dla siebie, dlatego że wiedzą, że autorem jest pisarz, który operuje piórem na różnych poziomach, jeśli chodzi o wiek odbiorców, i się nie zawiodą.

Wydaje mi się, że białostockie Targi są ważnym wydarzeniem, bo nie ma tutaj w regionie zbyt wielu imprez kulturalnych, ale niestety dowiadywałyśmy się na przykład od taksówkarzy czy od mieszkańców, że te Targi czy inne imprezy kulturalne nie są dobrze rozpropagowane. Oczywiście, są billboardy wieloformatowe, ale brakuje chociażby małych afiszy na słupach ogłoszeniowych. To nie jest kwestia samych targów, tylko tego, jak funkcjonuje miasto. Przykładowo w zeszłym roku była tutaj wspaniała wystawa Picassa, ale nikt o tym nie wiedział. Albo zorganizowano w jednym czasie trzy wielkie imprezy muzyczne, jakieś disco w plenerze, koncert Polsatu i jeszcze Juwenalia i wszystko się na siebie nakładało.

Natomiast gigantycznym atutem tych Targów jest to, że są to faktycznie targi książki. Jest tutaj bardzo mało stoisk, które odbiegają od książkowej tematyki. Może jest kilka punktów z biżuterią, z klockami, grami. Niestety na dużych targach – w Krakowie czy w Warszawie – sprzedawane są kosmetyki, perfumy, świeczki zapachowe, masa zabawek. A tutaj sprzedaż u wydawców jest naprawdę znaczna, bo klienci przychodzą właśnie po książki. Nie są to wielkie targi, ale są to targi książki! I to jest ich gigantyczny plus. A przy tym są kameralne i świetnie zorganizowane przez pana Andrzeja Kalinowskiego.

Michał Koliński, Księży Młyn



Jak zawsze w Białymstoku jest wspaniała atmosfera, zawsze są sympatyczni, uśmiechnięci ludzie. Stadion, gdzie odbywają się Targi, jest dosyć daleko od centrum Białegostoku, jednak zupełnie to nie przeszkadza mieszkańcom miasta, a są tu też ludzie spoza Białegostoku. Do naszego stoiska przychodzili czytelnicy z Ostrowi Mazowieckiej czy Bielska Podlaskiego i mówili, że przyjeżdżają specjalnie na tę imprezę.

W tym roku nie mamy co prawda podlaskich nowości, natomiast książki, które na naszym stoisku są dostępne, cieszą się naprawdę dużym powodzeniem. Zdecydowanie Podlasie lubi czytać o sobie. Tak jest też na stoisku wydawnictwa Paśny Buriat, który jest liderem książki podlaskiej. Tam widać rzeczywiście, że dużo się tutaj dzieje.

Andrzej Sapkowski gwiazdą targów książki

Rozmowa z ANDRZEJEM KALINOWSKIM, prezesem Fundacji Sąsiedzi, mistrzem stadionu Jagiellonii!

W tym roku największym wydarzeniem targowym było spotkanie z Andrzejem Sapkowskim...

Bez wątpienia! Pierwsi czytelnicy pojawili się już pięć godzin przed rozpoczęciem spotkania. Potem powoli tworzyła się kolejka. Nie wpuściliśmy uczestników spotkania na targi, tylko mieliśmy specjalne wejście z drugiej strony, żeby nie zablokować stoisk. Zrobił się wielki ścisk, na spotkanie weszło około 700 osób. Wiele osób jednak nie dostało się, z powodów bezpieczeństwa nie byliśmy w stanie ich przyjąć. Co najmniej 500 czy 600 osób zostało przed drzwiami. Oczywiście bardzo przepraszałem i dziękowałem, że przyszli. Obiecałem, że będzie można obejrzeć cały film z tego spotkania, bo robiliśmy profesjonalny materiał z kilku kamer.

W jakiej formie był słynny autor?

W znakomitej! Potem bardzo długo podpisywał książki, aż go zabolała ręka. Podpisał kilkaset, jak nie więcej egzemplarzy. Były osoby, które dostawały autograf i płakały. Płakały, przytulały książkę – to są tacy fani. Autor był dowcipny. Spotkanie przebiegło w cudownej atmosferze spokoju, bez żadnych wybuchów. Wspaniale prowadził je Tomek Bagiński, autor filmu „Wieża" nominowanego do Oskara, a także grafiki do „Wiedźmina". To było w ostatnich kilkunastu latach jedno z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w Białymstoku. Jeszcze dodam, że przed spotkaniem Andrzej Sapkowski odwiedził Kruszyniany i był zachwycony. Wyjeżdżając, mówił, że sam nie rozumie, dlaczego złamał tyle swoich zasad. Udzielił nawet wywiadu dla Radia Białystok, chociaż od dawna wywiadów nie udziela.

To wyglądało dokładnie jak scena ze spotkań autorek książek Young Adult, jak to było tutaj dwa lata temu...

Nie wiem, czy nie więcej.

Na Targach byli też wydawcy białoruscy...

To jest ważna część Targów. Tych wydawców było siedmiu czy ośmiu. Mieli trzy spotkania. Ostatnie – z Maksimem Znakiem, białoruskim pisarzem i opozycjonistą, który niedawno wyszedł z więzienia – zgromadziło około pięćdziesięciu osób. Nasi białoruscy przyjaciele jeżdżą po Polsce, bo są tu jak u siebie. Tworzą kulturę i bardzo się szanujemy, i ich wspieramy.

Czy rzeczywiście odmawiałeś w tym roku przyjęcia większej liczby wydawców na Targi?

Tak jest od kilku lat. Kiedy wypełniłem już wszystkie miejsca, zaczęli się zgłaszać inni wydawcy. W tamtym roku mieliśmy około 50 wydawców za dużo, w tym – kilkunastu.

Istnieje możliwość rozszerzenia powierzchni targowej?

Tak, bo czekam na nową halę, pod którą już zostały zrobione wykopy. To będzie hala widowiskowa z możliwością prowadzenia targów. I wtedy rzeczywiście spróbuję tam zorganizować targi moich marzeń!

Gdzie będzie wybudowana hala?

Są dwie potencjalne lokalizacje. Jedna na prostej drodze na wjeździe do Białegostoku od strony Warszawy, a druga blisko tego miejsca, gdzie są obecnie Targi, czyli niedaleko stadionu i lotniska. Będzie prawie to samo miejsce, w którym jesteśmy dzisiaj.

Kiedy to będzie?

Wiem, że są już przyznane dotacje. Trzeba tylko szybko budować, to zajmie dwa i pół roku.

Jakie jest twoje przesłanie na przyszły rok?

Zaczynam pracę nad kolejną edycją Targów w październiku. Do tego czasu się wyciszam i nie wiem, co do października jeszcze może się zdarzyć. Zależy to od wielu spraw. W październiku zdecyduję, jak dalej organizować spotkania literackie na Podlasiu. Dzisiaj nie jestem w stanie na żadne twoje pytanie odpowiedzieć.

Na Targach pracuje spory zespół...

Tak jest. Spotykamy się przed Targami, organizuję biesiadę, podczas której wszyscy deklarują, czym zechcą się zajmować. Z kolei po Targach robimy podobne spotkanie, żeby podsumować efekty pracy. To są już ludzie, którzy od czterech lat z nami pracują. To jest sprawdzony zespół, wszyscy się zaprzyjaźnili. Cieszą się, że w czymś takim uczestniczą. Mamy w tym zespole i doktoranta, i panią księgową. Spotykają się przez cały rok, mają swoją grupę na Facebooku. Jest to dwadzieścia kilka osób.



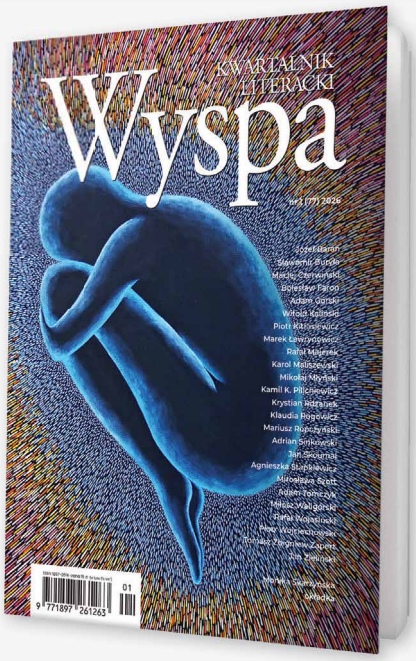
fot. PD

Włącznie z twoją córką Olą?

Tak, Ola ogarnia media, robi zdjęcia. Jej mąż, Wojtek Jakubowski, nagrywał filmy. Jest grafikiem komputerowo-filmowym. Tu jest od trudnych zadań.

I wspólnie pędzimy do szczęśliwego końca.

ROZMAWIAŁ
PIOTR DOBROŁĘCKI



Kwartalnik Literacki Wyspa stawia sobie za cel przedstawianie najciekawszych zjawisk w polskiej i zagranicznej literaturze współczesnej.

Prezentujemy różne gatunki literackie i różne style; publikujemy teksty prozatorskie i poetyckie, felietony, eseje krytyczne, wywiady z autorami, pogłębione recenzje nowości wydawniczych. Stałe działy pisma to:

- Nowe nazwiska, gdzie publikowani są autorzy przed debiutem książkowym
- Galeria „na Wyspie" – dział poświęcony autorowi grafik, które ilustrują każdy numer
- Felietony, gdzie tematy literackie wybrzmiewają obok dyskusji wokół problemów społecznych
- Recenzje książek
- Kronika informująca o najważniejszych wydarzeniach w świecie literackim
- Kronika regionalna poświęcona w całości lokalnym środowiskom twórczym i wydarzeniom „na prowincji"

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Dofinansowano ze środków
Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego
pochodzących z Funduszu Promocji Kultury

www.kwartalnikwyspa.pl

PRENUMERATA: kwartalnikwyspa.pl/prenumerata

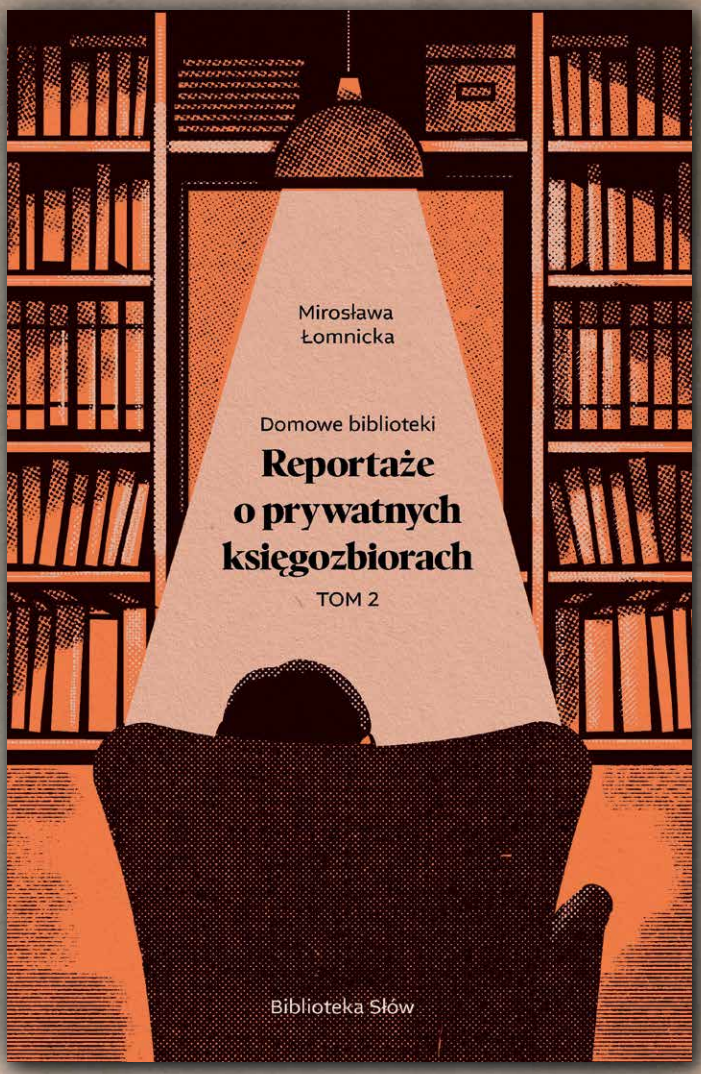
swiatksiazki.pl

książki | e-booki | muzyka | filmy | multimedia | zabawki

nowości i zapowiedzi | promocje, wyprzedaże, rabaty | szybka i tania wysyłka | bezpłatny odbiór w księgarniach

www.swiatksiazki.pl

nowość
Biblioteki Słów



Po znakomitym przyjęciu pierwszej części „Domowych bibliotek", zarówno ze strony czytelników, jak i krytyków, postanowiliśmy przygotować kontynuację. Okazało się, że temat prywatnych księgozbiorów i ich właścicieli poruszył wrażliwą strunę – czytelnicy chcieli zajrzeć do kolejnych domów, poznać nowe historie, zobaczyć, jak książki kształtują ludzkie losy. Zapraszamy zatem ponownie do tej niezwykłej podróży po światach zamkniętych między okładkami – pełnych pasji, refleksji i piękna codziennego obcowania z literaturą.

Nie ma dwóch takich samych domowych bibliotek, bo nie ma dwóch takich samych dróg życia. Książki, które gromadzimy, wybieramy i zachowujemy, są jak odciski palców – zdradzają nasze pasje i przemiany. Każda biblioteka odsłania inną osobowość, inne wrażliwości.

To książka o miłości do literatury, o potrzebie myślenia i o tym, że dobra biblioteka – nawet ta najmniejsza – potrafi ocalić w nas człowieka.

Książka dostępna też jako e-book.

Biblioteka SŁÓW

Biblioteka-slow.pl
Facebook.com/wydawnictwobibliotekaslow