

Jak się ma czytelnictwo?

W ostatnich latach z różnych badań czytelnictwa wynika, że Polacy nie czytają wielu książek. Wyniki podstawowych badań czytelnictwa za rok 2015 zrealizowane przez TNS Polska dla Biblioteki Narodowej pokazują, że wzrosła liczba osób, które nie czytają książek, a zmalała grupa osób czytających powyżej siedmiu książek rocznie (źródło: www.bn.org.pl). Jednocześnie targi książki, organizowane corocznie w różnych miastach Polski, wciąż cieszą się zainteresowaniem. Jak wobec tego czytelnictwo i popularność książek wyglądają z perspektywy drukarni? Zapytaliśmy o to wybrane drukarnie dzieciowe. Ze szczegółową analizą sytuacji polskich drukarni dzieciowych mogą się Państwo zapoznać w artykule Piotra Dobrołęckiego na stronie 42.

Od kilku lat obserwujemy trend spadkowy dotyczący przede wszystkim rynku książki w Polsce. Ze względu na fakt, że Polacy czytają coraz mniej, przekłada się to na mniejszą ilość nakładów książkowych. Myślę, że rozwiązaniem dla naszych rodzimych drukarni jest ekspansja na rynki zagraniczne oraz promowanie pozytywnych nawyków czytelnicy. Dlatego angażujemy się w liczne działania społeczne, które mają na celu propagowanie czytelnictwa. Od dziewięciu lat mieszkańcom Opola dajemy możliwość spotkania z pisarzami, poetami, osobami związanymi



z kulturą w ramach cyklu spotkań autorskich „Fabryka Inspiracji”. W tym roku, a dokładnie 17–18 czerwca, organizujemy Festiwal Książki Opole 2016, który jest jedynym w Polsce wydarzeniem promującym czytelnictwo poprzez muzykę. Naszym celem jest pokazanie, że książka jest atrakcyjną formą rozrywki dzięki jej interdyscyplinarności i łączeniu się świata literatury, muzyki i sztuki.

*Mirosław Szewczyk
prezes drukarni Opolgraf*

Z perspektywy drukarni OZGraf i BZGraf, w których jestem członkiem rady nadzorczej, czytelnictwo wygląda pewnie trochę inaczej niż w bada-

niach. W 2015 roku odnotowaliśmy prawie 20-procentowy wzrost produkcji w OZGraf i niewiele mniejszy w BZGraf. Mimo że jako grupa mamy około 12–15% rynku dzieciowego w Polsce, i tak nie jesteśmy reprezentatywną próbką badawczą. Mamy natomiast bezpośrednie relacje od naszych klientów – wydawców. Z tej perspektywy muszę powiedzieć, że rok 2015 był bardzo dobry. Kilku największych wydawców uznało go nawet za najlepszy pod względem obrotów w perspektywie ostatnich lat, a zdecydowana większość odnotowała wzrosty.

Według moich obserwacji w „terenie” – w metrze, samolocie, pociągu itp. – czytają głównie kobiety, 7 na 10 tradycyjną książkę papierową. Z kolei jako ekonomista nie mogę nie wspomnieć o czynnikach makroekonomicznych, które powodują, że na tle Europy „konsumpcja” książek w Polsce wygląda dużo gorzej. Chcę zwrócić uwagę na kilka aspektów: siłę nabywczą czytelnika (jeśli średnia cena książek w krajach rozwiniętych jest około 1,5–2,5 razy większa niż w Polsce, a średnia płaca 3–4 razy większa, to oznacza, że siła nabywczą czytelnika jest w Polsce dwukrotnie niższa); czas wolny (pracujemy w Polsce w skali tygodnia i roku więcej niż w krajach zachodnich, co skutkuje mniejszą liczbą godzin przeznaczanych na czytanie książek); wykorzystanie środków komunikacji publicznej (z moich



Wierzę, że książka jako produkt mający minimum kilkaset lat zawsze się obroni, liczę na wysoki poziom czytelnictwa wśród pań, a poprzednie badania, z początku 2015 roku, pokazały, że czytelnictwo rośnie w grupie osób wchodzących w dorosłość.

*Piotr Ciosek
prezes zarządu OZGraf i BZGraf*

Książka w tradycyjnej formie jest obecnie powszechnie dostępna, natomiast brak czasu, ograniczenia finansowe czytelników oraz inne formy czytelnictwa sprawiają, że jej sprzedaż maleje. Obserwujemy, że wzrasta świadomość wartości czytelnictwa, ale tylko u wybranych grup społecznych.

Pytanie, czy spada sprzedaż czy zainteresowanie? Należy odpowiedzieć, co decyduje o ostatecznym zakupie – cena, autor, promocja, tytuł?

Na pewno sprzedają się książki o tematyce modnej, tj. kulinaria, psychologia biznesu, biografie oraz książki dla najmłodszych jako forma



taniej i przystępnej edukacji przez zabawę. Doskonałym odzwierciedleniem tych trendów jest właśnie portfolio drukarni Vilpol.

*Wiktoria Majewska
członek zarządu*

obserwacji wynika, że sprzyja czytelnictwu, głównie jeśli chodzi o dłuższe, codzienne dojazdy do pracy w dużych aglomeracjach – w Polsce dojeżdżamy do pracy krócej i niestety ciągle samochodami).

reklama

Doskonała jakość druku

Wydajny montaż

Odporność na temperaturę i rozpuszczalniki

drupa
31 maja - 10 czerwca 2016 r.
Düsseldorf / Niemcy
www.drupa.com

**Pawilon 15
Stoisko 15B22**

Kompleksowe rozwiązanie stworzone przez naszych flekso ekspertów!

Nowość: DuploFLEX® 5 EB i DuploFLEX® 5 EBX – taśmy do montażu płyt z innowacyjną formułą klejową.

Doskonała jakość druku, wydajny montaż oraz podwyższona odporność na temperaturę i rozpuszczalniki – to wysokie wymagania w druku fleksograficznym, które z łatwością zostaną spełnione przy pomocy naszej nowej serii taśm DuploFLEX® 5 EB. Są Państwo zainteresowani – zapraszamy zatem do odwiedzenia nas na targach Drupa. Jest to niepowtarzalna okazja, aby dowiedzieć się wszystkiego na temat najnowszych, innowacyjnych rozwiązań, stworzonych przez naszych inżynierów w celu osiągnięcia jeszcze większej wydajności w druku fleksograficznym. Przy odrobinie szczęścia, będą Państwo także mieli okazję wygrać jeden z pięciu atrakcyjnych zestawów galanterii. Serdecznie zapraszamy na nasze stoisko!