



ISSN 1509-1589

**2** | **266**

26 stycznia 2010

# Biblioteka Analiz

Dwutygodnik o rynku wydawniczo - księgarskim



www.rynek-ksiazki.pl

## W numerze

- WSiP w rękach ■ Advent International?
- Murator Expo znowu ■ w sporze z Ars Poloną
- Rynek powieści kryminalnej ■
- Sonia Draga pisze ■ do Świętego Mikołaja
- 8 mln zł dotacji ■ na podręczniki
- Amazon zapowiada ■ rewolucję w e-bookach
- Nowa kolekcja Agory i PWN ■
- Merlin.pl i Empik.com rosną ■
- Księgarnia na Wiejskiej ■ w nowych rękach
- Więcej pieniędzy na nowości ■
- Paszporty „Polityki” ■
- Prezentacja „Raportu ■ o książce katolickiej”
- Nowe czytniki ■ od eClicto i Nexto.pl

## Kilka milionów z multimedialnych

Rozmowa z Karolem Żbikowskim,  
członkiem zarządu Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych

Od kilku lat Nowa Era proponuje podręczniki z płytą zawierającą materiały multimedialne do zawartych w książce informacji.

Jest to standard rynkowy, którego zresztą byliśmy pionierem. WSiP jako pierwsze zaoferowały na rynku takie rozwiązanie. Jesteśmy największym producentem multimedialnych, które są dołączane do podręczników.

### Standardowo?

Tak. Jeżeli decydujemy się na dołączenie płyty, to do całego nakładu.

### A plansze interaktywne?

To produkt oferowany w Internecie – zestaw interaktywnych stron multimedialnych wykorzystywanych przez nauczyciela do nauki w szkole podstawowej i gimnazjum. Zaletą plansz jest możliwość ich natychmiastowego wykorzystania podczas lekcji – nie trzeba wkładać płyty i instalować oprogramowania, a jedynie połączyć się z Internetem.

### „Jedynie”?

Jedynie. Proszę zauważyć, że coraz więcej polskich szkół ma klasy wyposażone w dostęp do Sieci. Coraz więcej placówek kupuje tablice interaktywne... Samorządom zależy na jak najlepszym wykorzystaniu środków, które mają do dyspozycji i które niekiedy pochodzą z dotacji unijnych.

Edukacja jest modna, więc trudno się do takich wydatków przyczepić... Bezpieczne inwestycje.

Czy modna? Na pewno potrzebna. Oczywiście, dla szkół, które nie mają dostępu do Sieci, mamy wersje na CD, ale powinniśmy się powoli przyzwyczajać, że ten nośnik będzie miał coraz mniejsze znaczenie.

### Ile kosztuje wersja on-line planszy interaktywnych?

Kilkadziesiąt złotych rocznie za plansze do jednego przedmiotu.

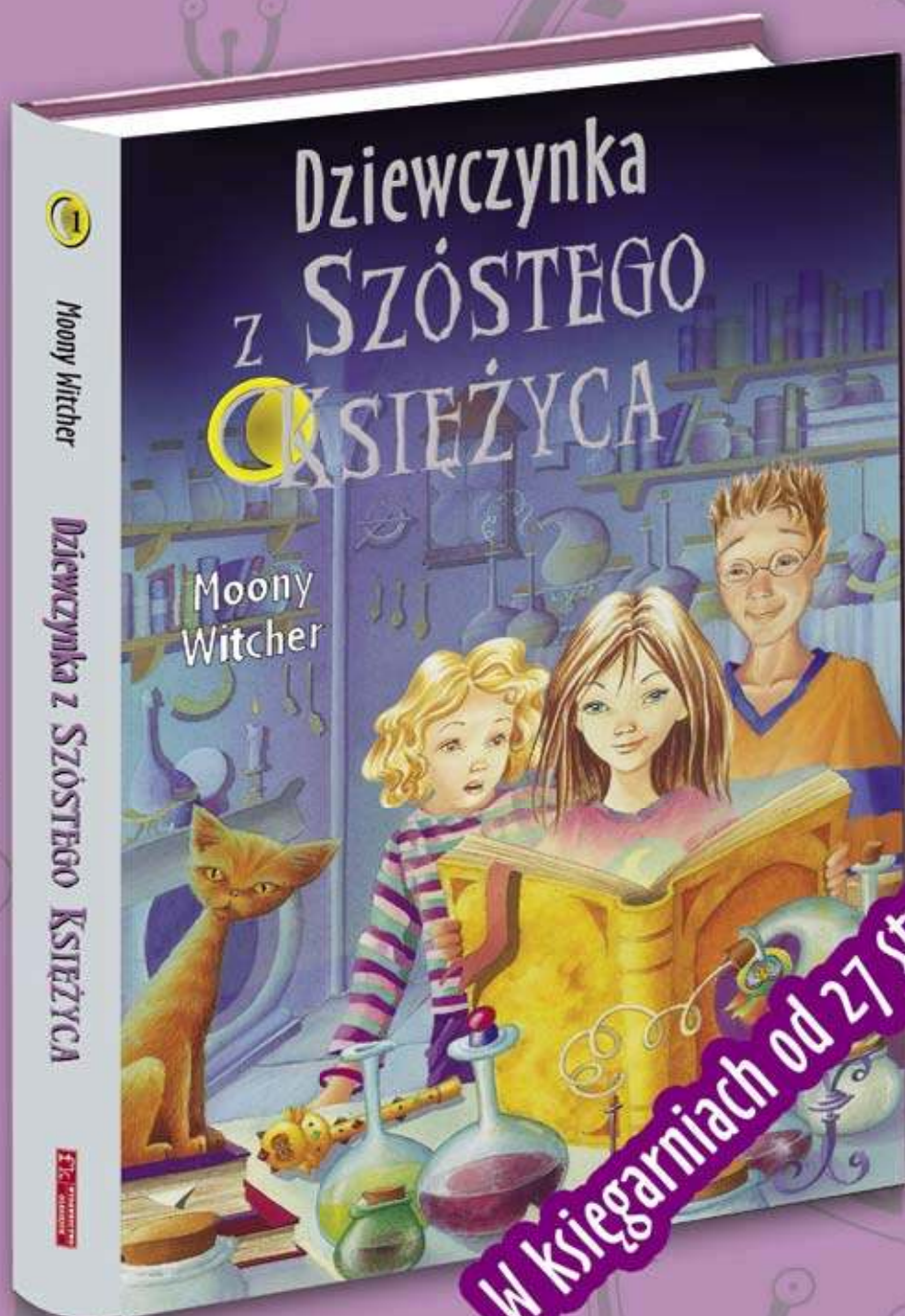


Platon Sp. z o.o.  
Ul. Kolejowa 19/21  
01-217 Warszawa  
tel./fax: 022 631 08 15  
platon@platon.com.pl

# www.platon.com.pl

**PLATON**  
DYSTRYBUCJA KSIĄŻEK

# PRZYGODA NINY DOPIERO SIĘ ROZPOCZYNA!



Wydawca:



Poleca:

[amazonka.pl](http://amazonka.pl)



## Biblioteka Analiz

**Dwutygodnik o rynku  
wydawniczo-księgarskim**

**Redaktor naczelny:**  
Kuba Frołow

**Redagują:**  
Piotr Dobrołęcki  
Łukasz Gołębiowski  
Joanna Hetman

**Redakcja:** 00-048 Warszawa  
ul. Mazowiecka 2/4 pok. 116  
tel./fax (022) 8283628  
Prenumerata:  
tel./fax (022) 8279350,  
8283631.

marketing@rynek-ksiazki.pl  
www.biblioteka-analiz.pl  
Pismo rozprowadzane jest  
wyłącznie w prenumeracie  
Cena rocznej prenumeraty: 900 zł

### Cennik reklam:

strona czarno-biała: 600 zł  
1/2 strony czarno-białej: 400 zł  
1/3 strony czarno-białej: 300 zł  
pasek w środku numeru: 200 zł  
pasek kolorowy na 1 okładce: 700 zł  
pasek kolorowy na 3 okładce: 300 zł  
artykuł sponsorowany 1 str.: 600 zł  
Ogłoszenia w dziale „Oferty  
pracy” zamieszczamy bezpłatnie.  
Wyróżnienie ogłoszenia (ramka, wytłuszczenia) kosztuje 50 zł.

**Numer ISSN 1509-1589**

### © 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.

Prenumeratę instytucjonalną można zamawiać w oddziałach firmy Kolporter S.A. na terenie całego kraju. Informacje pod numerem infolinii 0801-205-555 lub na stronie internetowej <http://www.kolporter-spolka-akcyjna.com.pl/prenumerata.asp>.

### Wydawca:

Biblioteka Analiz Sp. z o.o.  
00-048 Warszawa,  
ul. Mazowiecka 2/4

Firma jest członkiem  
Polskiej Izby Książki

### Druk cyfrowy i oprawa:

Mellow Sp. z o.o.  
ul. Zawia 61  
30-390 Kraków

Wydrukowano na Munken Pure 100g/m<sup>2</sup>



# 17,15 zł za walor WSiP

**Wydawnictwo w rękach Advent International**

W piątek, 22 stycznia, media doniosły, że Paho Investments, spółka celowa zależna od funduszu Advent International, podniosła cenę za akcję Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych w wezwaniu ogłoszonym na zakup 100 proc. kapitału już 6 listopada. Wówczas za walor podręcznikowego giganta chciano zapłacić 16,35 zł („na akcje fundusz może zatem wydać nawet 404,8 mln zł”, poinformował Parkiet.com), co nie spotkało się z odpowiedzią największych akcjonariuszy. Cytowany przez „Parkiet” Zbigniew Jakubas (posiadacz obecnie – wraz z podmiotami zależnymi – 4,60 proc. kapitału i głosów na WZA) dawał do zrozumienia, że rozważyłby możliwość odsprzedania swoich akcji za cenę 18 zł od sztuki. Ostatnia propozycja Advent International to 17,15 zł za akcję, wyższa zatem od poprzedniej aż o prawie 5 proc. To bardzo dużo, zwłaszcza że w opublikowanym 23 listopada komunikacie, według opinii kierownictwa WSiP, cena zaproponowana w ogłoszonym pierwotnie wezwaniu znajduje się „w przedziale wartości odzwierciedlających wartość godziwą akcji spółki”. „W ocenie zarządu interes wzywającego jest zbieżny ze strategią WSiP i nie stanowi zagrożenia dla strategicznych planów spółki” – podano w komunikacie oficyny.

Determinacja funduszu okazała się wielka. Wcześniej, 21 grudnia, przedłużył on zapisy na sprzedaż akcji do 29 stycznia. „Przedłużając termin przyjmowania zapisów, chcieliśmy dać akcjonariuszom możliwość skorzystania z wyprawy gotówki wypracowanej przez spółkę, jaką oferuje mechanizm skupu akcji własnych uchwalony przez WZA 16 listopada 2009 roku [w pierwszym tygodniu stycznia WSiP ogłosiły, że skupiły, w celu umorzenia, w wyniku konkurencyjnego wezwania 2,478 mln akcji własnych stanowiących 10,01 proc. kapitału, przy stopie redukcji zapisów w wysokości ponad 86 proc.; cena w tym wezwaniu wynosiła 17,75 zł za akcję – red.]. Rzadko kiedy zdarza się, by wezwanie na sprzedaż akcji oraz buy-back odbywały się w tym samym czasie. Po odbyciu serii konstruktywnych rozmów z akcjonariuszami doszliśmy do wniosku, że przedłużenie terminu naszego wezwania ułatwi logistykę obydwu procesów”, powiedziała dyrektor zarządzająca Advent International Monika Morali-Efinowicz, cytowana w komunikacie funduszu.

Jej ostatnie wypowiedzi, wyemitowane w ubiegłym tygodniu na kanale telewizyjnym TVN CNBC Biznes, nie pozostawiają złudzeń, że fundusz dopiął swego i dogadał się z największymi akcjonariuszami. Jeżeli zrealizuje swoje plany, zamierza wycofać WSiP z obiegu publicznego.

24 listopada informowaliśmy na portalu Rynek-Książki.pl, że wezwanie obejmujące 100 proc. akcji WSiP potencjalny nabywca uzna za udane, kiedy złożone zapisy obejmować będą co najmniej 80 proc. Jednak po przekroczeniu progu 90 proc. ogłoszony zostanie przymusowy skup reszty walorów. Czy tak się stanie? Dziś trudno powiedzieć. Biorąc pod uwagę bieg wydarzeń, można spodziewać się, że Advent skupując walory od największych akcjonariuszy stanie się posiadaczem 60 proc. akcji wydawnictwa tymczasowo zaspokajając swój apetyt.

W rozmowie z **Biblioteką Analiz** prezes WSiP, Stanisław Wedler, przyznał: – Biorąc pod uwagę atrakcyjność zaproponowanej przez Advent International ceny za walor oficyny oraz determinację funduszu widoczną choćby w udzielanych mediom wypowiedziach jego przedstawicieli, należy spodziewać się przejęcia przezeń pakietu kontrolnego akcji WSiP do 29 stycznia, kiedy upływa termin zapisów.

Dodajmy, że 8 lutego nastąpi formalne rozliczenie przez dom maklerski wezwania. Wtedy WSiP mogą już mieć nowego właściciela, który prawdopodobnie będzie dążył do jak najszybszego zwołania WZA, które zmieni skład rady nadzorczej, a ta zarządu wydawnictwa.

Dodajmy, że na początku stycznia Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zezwolił na nabycie przez Paho Investments 100 proc. akcji Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych, podała UOKiK w swoim komunikacie.



**KUBA FROŁÓW**

# Muszą ryzykować

Wspólny projekt wydawców i Muratora Expo

15 stycznia w siedzibie firmy Murator Expo odbyło się spotkanie poświęcone projektowi powołania spółki Targi Książki Sp. z o.o. Jej udziałowcami miałyby zostać wydawnictwa książkowe oraz firmy dystrybucyjne, jak określono w ofercie: „kluczowi wystawcy targów książki w Polsce”, którym przypadłoby 60 proc. udziałów, oraz Murator Expo (40 proc.). Celem spółki miałyby być organizacja imprezy wystawienniczej Warszawskie Targi Książki, zaś organizatorem wykonawczym Murator Expo.

Jak czytamy w komunikacie: „impulsem dla projektu była tocząca się od lat środowiskowa dyskusja nad celowością zainicjowania współpracy rynku wydawniczego z branżą targową, co w Europie jest od dawna przyjętą normą. Ale także przekonanie o konieczności zapewnienia wydawcom realnego wpływu na programowy kształt imprez targowych”.

W spotkaniu inicjującym prace nad powołaniem nowego targowego podmiotu uczestniczyło 29 firm z branży wydawniczej. Jak wynika z komunikatu Muratora Expo z 21 stycznia, w grupie popierającej projekt znalazły się: ABE Marketing, Bellona, Drukarnia Naukowo-Techniczna Oddział PAP, Firma Księgarska Jacek Olesiejuk, Jeden Świat, Książka i Wiedza, L&L, Langenscheidt Polska, Oficyna Edytorska „Ezop”, Państwowy Instytut Wydawniczy, Platon, Prószyński Media, Studio Emka, Universitas, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Bosz, Wydawnictwo Format, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Media Rodzina, Wydawnictwo Naukowe PWN, Stentor, Wydawnictwo Salezjańskie, Sic!, Sonia Draga, Zysk i S-ka. Jak przekonuje Murator Expo, nie oznacza to, że wszystkie te firmy staną się udziałowcami spółki. Niektóre z nich ze względów formalnych nie mogą do niej przystąpić. Są też takie jak np. Stentor, które poparły ideę, ale w związku z funkcją pełnioną przez właściciela spółki w Polskiej Izbie Książki uznały, że w chwili obecnej nie powinny tego robić. Nadal jednak napływają kolejne zgłoszenia firm i deklaracje poparcia dla tej inicjatywy – w czwartek, 21 stycznia poparły ją również: Oficyna Wydawnicza „Rytm”, Polskie Wydawnic-

two Muzyczne, Wydawnictwo Literackie, Noir sur Blanc i Publicat.

Drugie spotkanie ma się odbyć 28 stycznia. W przypadku pozytywnej decyzji obecnych firm z branży ma się ono zakończyć podpisaniem porozumienia wspólników inaugurującego proces powołania i rejestracji spółki.

Pierwsza edycja Warszawskich Targów Książki miałyby się odbyć w dniach 13-16 maja, oczywiście w Pałacu Kultury i Nauki. Przypomnijmy, że tydzień później w tym samym miejscu mają się odbyć 55. Międzynarodowe Targi Książki organizowane przez Ars Polonę. Murator Expo zapowiedział obniżenie kosztów wystawców nawet o 30 proc. w stosunku do cen oferowanych przez konkurencję. – Dokonaliśmy rezerwacji terminu, znamy ostateczny cennik wynajmu powierzchni, mamy również przygotowaną umowę z zarządem PKiN – powiedział **Bibliotece Analiz** Jacek Oryl, prezes zarządu Muratora Expo. Pytany jak to możliwe, jeżeli nie znana jest, nawet w przybliżeniu, liczba wystawców odpowiada: – Musimy ryzykować, zarezerwowaliśmy dwa poziomy Pałacu, podobnie jak w przypadku organizowanych w tym miejscu imprez z lat poprzednich. To zresztą normalna procedura – odpowiedzialni i wypłacalni organizatorzy targów umowy najmu podpisują często na kilka lat przed imprezą. Fakt, że umowa najmu powierzchni na MTK podpisywana była na tydzień przed imprezą świadczy o tym, że jej organizator albo cieszył się specjalnymi względami zarządu Pałacu Kultury i Nauki albo musiał czekać do ostatniej chwili, by zebrać odpowiednią kwotę z zaliczek od wystawców pozwalającą na opłacenie zadatku, który należy wpłacić natychmiast po podpisaniu umowy z PKiN.

Warto podkreślić, że według założeń projektu ryzyko finansowe związane z organizacją targów ponosi Murator Expo. – Postawiłem sprawę jasno. Jeżeli spółka nie powstanie, nasza firma nie podejmie się organizacji targów majowych. Zdobyliśmy już pewne doświadczenie odnośnie imprez wystawienniczych w branży książkowej, dlatego tak poważnego wyzwania możemy podjąć się tylko przy bardzo szerokim poparciu środowiska. Skoro ze wszystkich stron



*Jacek Oryl: Położyłem na stole wszystko, co można, czyli spółkę*

od dawna dochodziły mnie głosy ostro krytykujące organizację MTK oraz jeszcze ostrzej jej organizatora, na stole położyłem wszystko, co, jak mi się wydaje, można w tej chwili czyli spółkę – właściciela WTK, w której decydujący głos będą mieli wydawcy akceptujący założenia merytoryczne i organizacyjne imprezy z budżetem i cennikiem, organizację imprezy przez dużą i doświadczoną firmę targową, przejście pełnego ryzyka finansowego na wypadek straty z ich organizacji. Zagwarantowałem miejsce, które od ostatniej edycji MTK, jak głosi ich organizator, jest dla niego zbyt drogie – Pałac Kultury i Nauki. Do tego wyliczyłem, że przedsięwzięcie będzie rentowne nawet jeśli obniżymy ceny dla wystawców o ok. 30 proc., pokryje przewagę organizatora wykonawczego i przyniesie zysk spółce będącej właścicielem targów. Czyż nie o to chodziło wydawcom? – argumentuje.

Jednak według inicjatorów powstania spółki Targi Książki i organizacji WTK, majowy termin i lokalizacja to jedne elementy dotychczasowej tradycji targów książki w Warszawie, które zostaną zachowane. „Wszystko inne zyska nową, atrakcyjną formułę uwzględniającą diametralnie zmienione warunki funkcjonowania rynku książki. (...) Zasadniczą zmianą formuły Warszawskich Targów Książki będzie zdecydowane przesunięcie akcentów – z kiermaszu książek w stronę nowoczesnego, wielopłaszczyznowego spotkania branży pro- ▶

mującego nowe technologie, podejmującego rozważania na temat przyszłości książki we wszystkich jej formach" – podano w informacji.

Pojawia się jednakowoż pytanie, czy jeżeli impreza odbędzie się, pojawią się na niej zagraniczni wystawcy? – Nawiązaliśmy już odpowiednie kontakty i mamy pośredników, którzy będą w stanie zaprezentować ofertę i zorganizować udział wydawców z innych krajów – przekonuje prezes Oryl.

– Wierzmy, że informacja o inicjatywie powołania spółki targowej, w której decydujący głos mają wydawcy, jest rozwiązaniem optymalnym, a sama impreza – od pierwszej edycji – pokaże zupełnie nowe oblicze targów: innowacyjność, profesjonalizm i otwartość na zmieniające się potrzeby rynku książki, i na stałe zagości w kalendarzu ważnych wydarzeń wystawienniczych krajowego, a także europejskiego rynku. Czekamy na kolejne zgłoszenia wydawców chcących

wziąć udział w tym przedsięwzięciu – zapowiada.

Zapytany, czy jest możliwe, aby mimo powstania spółki, pierwsza edycja Warszawskich Targów Książki odbyła się w przyszłym roku odpowiada: – Nie wykluczam takiej sytuacji, jednak decydujący może się okazać fakt, że grupa inicjatywna firm, które uczestniczyły w pierwszym spotkaniu na ten temat, była zdecydowana zorganizować imprezę już w tym roku.

**PAWEŁ WASZCZYK**

## 70 proc. zmarszczek mniej

**Grzegorz Guzowski w odpowiedzi**

15 stycznia Murator Expo przedstawił projekt powstania spółki mającej zorganizować targi książki, wywołując duże zamieszanie wśród wydawców. Firma zlekceważyła fakt, że termin majowy od lat zarezerwowany jest dla Międzynarodowych Targów Książki, odbywających się już ponad pół wieku, mających tradycję w Polsce i zagranicą, wpisany w cykl imprez targowych na świecie. Jestem oczywiście zaniepokojony przyszłością majowych targów książki w Warszawie, bowiem, jak uczy doświadczenie (np. Pragi), konflikty powodują degradację lub nawet upadek tego typu przedsięwzięć.

Tymczasem zrodził się konflikt, który może grozić rozbiciem rynku. To z kolei źle wróży Międzynarodowym Targom Książki, które dla Ars Polony są bardzo istotne, jednak według mnie, jeszcze bardziej istotne są dla całego środowiska. Majowa impreza jest lokowana na czwartym-piątym miejscu w Europie, a z pewnością zajmuje najwyższą pozycję w Europie Środkowo-Wschodniej. Świadczą o tym opinie znaczących wydawców zagranicznych oraz organizatorów innych imprez wystawienniczych. Składa się na to wiele elementów, które trudno ocenić jedynie przy użyciu statystyki.

Podejmowane obecnie działania, obliczone na organizację konkurencyjnej imprezy targowej w tym samym miejscu i niemal tym samym czasie, mogą odbić się negatywnie na MTK. Powód jest prosty. Wielu wydawców z kraju i zagranicy

nie weźmie w nich udziału, gdyż nikt nie lubi pracować w atmosferze konfliktu. Zwłaszcza że dla wielu konflikt – jak ten obecny – jest całkowicie niezrozumiały i zajmowanie się jego szczegółami byłoby stratą czasu.

Organizacja imprezy o charakterze bardzo zbliżonym do przedsięwzięcia już istniejącego, np. pół roku przed lub po nim, byłaby oczywiście próbą tworzenia czegoś nowego, być może nawet lepszego, co oczywiście byłoby inicjatywą pożyteczną tak dla czytelników, jak i wydawców. Natomiast to, z czym mamy do czynienia obecnie, jest klasycznym działaniem obliczonym na zdeprecjonowanie MTK i zrobienie jak największego zamieszania.

Biorąc pod uwagę czas, jaki został do planowanego otwarcia targów oferowanych przez Murator Expo (13-16 maja), niemożliwe jest zorganizowanie imprezy na wysokim poziomie. Zwłaszcza gdy zakładamy uczestnictwo wystawców międzynarodowych.

Firma Murator Expo ma doświadczenie w organizacji targów dedykowanych innym branżom. Świat targów książki jest specyficzny, o czym Murator zdążył się już zapewne przekonać przy okazji autorskiego projektu Warszawskiego Salonu Książki czy imprez specjalistycznych, które obsługiwał jako organizator wykonawczy. Próba organizacji WSK we wrześniu 2008 roku była po prostu nieudana, a jego druga edycja została odwołana na dwa tygodnie przed terminem (z braku zainteresowa-

nia wydawców). Zdziwienie budzi fakt, że osoby, które są w to zaangażowane, wyraźnie nie dysponują wystarczającą wiedzą i doświadczeniem, które pozwoliłyby im zrozumieć, że popełnili błędy już na etapie pomysłu targów, co od samego początku skazywało tę imprezę na porażkę. Wynikało to z doświadczeń rynku, w tym Ars Polony. Przecież nasza firma organizowała, właśnie w połowie września, Krajowe Targi Książki. W pewnym momencie impreza zaczęła obumierać, aż ostatecznie upadła. Ktoś popełnił stare błędy, poszedł ścieżką, która już wcześniej okazała się zgubna. Niestety, źle świadczy to o profesjonalizmie ludzi odpowiedzialnych za takie decyzje. Problem wydaje się tkwić w ich nieumiejętności zaakceptowania własnych ograniczeń (nieznajomość języków). Trzeba wiedzieć, czym różni się kiermasz od targów książki.

Ars Polona ma już dużo zgłoszeń zarówno krajowych, jak i zagranicznych na 55. MTK, które odbędą się w terminie 20-23 maja w Pałacu Kultury i Nauki (materiały akwizycyjne były rozsyłane od października 2009 roku). Potwierdzony jest udział wydawców z kilkunastu krajów, w tym tych, którzy będą wystawiać się w Warszawie po raz pierwszy (jak Egipt, który reprezentować będą Międzynarodowe Targi Książki w Kairze oraz tamtejsi wydawcy). Udział zadeklarowało już wiele polskich firm, jednak część ważnych dla nas klientów wciąż nie podjęła decyzji, wahając się właśnie ze względu ▶

na ostatnie wydarzenia. Mogę ich zapewnić, że prace nad tegoroczną edycją są zaawansowane. Zaawansowane jest przygotowanie obchodów Roku Chopinowskiego, w które zaangażował się zarówno Narodowy Instytut Fryderyka Chopina, jak i kilkanaście ambasad (m.in. przygotowujących międzynarodową wystawę „Chopin na świecie”). Tworząc imprezy poświęcone naszemu kompozytorowi Ars Polona ściśle współpracuje z Ministerstwem Kultury, Instytutem Fryderyka Chopina oraz Biurem Kultury i Biurem Promocji Urzędu Miasta St. Warszawy.

Jestem zwolennikiem organizowania MTK w Pałacu Kultury i Nauki, co wielokrotnie deklarowałem. Wszelkie moje działania zmierzały do zahamowania wzrostu cen najmu sal w PKiN. Liczyłem na silne poparcie PIK i PTWK, bo w interesie wydawców leżą starania o najkorzystniejsze warunki najmu powierzchni. Niestety, poza werbalnymi deklaracjami szefowie tych organizacji zajmowali się realizacją osobistych ambicji.

Chciałbym raz jeszcze podkreślić, że 55. MTK odbędą się w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, choć warunki finansowe organizacji imprezy targowej w tym miejscu zmieniły się w ostatnich latach diametralnie. Ceny znacznie wzrosły – w ciągu ostatnich dwóch lat niemal trzykrotnie. Nie da się tego obejść. Mówiąc konkretnie, w 2007 roku Ars Polona zapłaciła z tego tytułu ok. 250 tys. zł, a w 2009 opłata za taką samą powierzchnię, i to przy nieco skróconym czasie wynajmu, wyniosła 625 tys. zł. Gdybyśmy zdecydowali się na identyczny, jak dwa lata wcześniej, czas montażu infrastruktury wystawienniczej, byłoby to 650 tys. zł. Do tego dochodzi opłata za usługi dodatkowe w wysokości 160 tys. zł. Natomiast cennik Ars Polony wzrósł w 2009 roku o 1,49 proc., a w 2010 o 4,49 proc. Nie można więc zarzucić nam, że sztucznie windujemy ceny.

Pragnę uspokoić wydawców, informując, że mamy potwierdzone rezerwy terminów na trzy lata naprzód, czyli do 2012 roku.

Rozsyłane przez szefa Murator Expo informacje jakoby miał podpisaną z PKiN umowę najmu są nieprawdziwe. Takie oświadczenie usłyszałem 22 stycznia z ust Ewy Kaweckiej-Włodarczak, prezes PKiN. Ustaliliśmy także zasady współpracy na najbliższe trzy lata.



*Grzegorz Guzowski: Informacje, jakoby Murator Expo miał podpisaną z PKiN umowę najmu, są nieprawdziwe*

W ofercie złożonej potencjalnym uczestnikom Warszawskich Targów Książki Murator Expo obiecuje obniżenie „kosztów wystawców” nawet do 30 proc. w stosunku do cen obowiązujących na MTK. Należy pamiętać, że w ramach obecnego porządku prawnego nie ma możliwości, aby ktokolwiek w PKiN otrzymał lepsze warunki niż Ars Polona – od 52 lat organizator imprez wystawienniczych w tym miejscu.

Organizowana przez Muratora spółka jako nowy podmiot zapłaci w PKiN co najmniej 30 proc. więcej niż my. Takie są powszechnie obowiązujące zasady najmu powierzchni uchwalone przez Radę Miasta Warszawy.

Z oferty Muratora wynika także, że przychody nowej spółki w 2010 roku mają wynieść 1,2 mln zł, co oznacza ok. 60 proc. przychodu z 54. MTK. Automatycznie oznacza to m.in., że w targach weźmie udział znacznie mniej firm niż do tej pory. Mamy więc przypadek imprezy o kosztach sal o min. 30 proc. wyższych i dużo mniejszych przychodach. Istnieje prawdopodobieństwo, że organizująca targi spółka stosuje ceny dumpingowe. Jednak, by móc to zrobić, musi znaleźć źródło finansowania tej „inwestycji”. Opierając się na doświadczeniu organizacji targów w PKiN śmiem twierdzić, że przy założonym w ofercie Muratora Expo kapitale w wysokości 200 tys. zł jest to nierealne. Taką możliwość należy wykluczyć także po analizie cennika Pałacu na 2010 rok, gdzie

ceny, w stosunku do ubiegłorocznych, wzrosły średnio o 4,5 proc. Należy zatem przyjąć, że sam koszt wynajmu powierzchni i usług dodatkowych oscyluje w granicach 750-780 tys. zł.

Przyznaję, że cena za standardowe stoisko 4 mkw. oferowana przez Murator Expo jest o ok. 20 proc. niższa od warunków proponowanych przez Ars Polonę. Zawiera jednak gorsze wyposażenie (krzesła składane zamiast wyściełanych, brak fryzu, brak ścianki). Oznacza to, że w modelowej sytuacji (taka sama liczba wystawców i sprzedana powierzchnia) przychód z targów będzie o 20 proc. niższy. W zasadzie nie da się w znaczący sposób obniżyć kosztów. Na pewno nie tych „pałacowych”. Przychód Ars Polony z 54. MTK wyniósł 2 mln zł, przy zysku 6-7 proc.

Biorąc pod uwagę wszystkie wskaźniki wymienione w ofercie przedstawionej wystawcom 15 stycznia, czyli niższy niż osiągnięty przez nas przychód oraz przewidywane koszty, jak prowizja organizatora wykonawczego, i zakładając, że targi będą miały także proporcjonalnie mniejszy rozmach w stosunku do edycji ubiegłorocznej, czyli o 20 proc. niższe koszty wynajmu powierzchni i usług dodatkowych, to biznesplan przedstawiony przez Murator Expo należy uznać za nierzetelny. W tej sytuacji spółka nie ma szans na samofinansowanie, ponieważ strata na tym projekcie może wynieść ponad 450 tys. zł.

Zupełnie nieprawdopodobną do osiągnięcia jest realizacja obietnic przedstawionych w biznesplanie w sytuacji konfliktu w środowisku, jaki wywołał Murator Expo. Gdyby odbyły się obie imprezy, z pewnością wydawcy podzielą się, a część w ogóle zrezygnuje z udziału w targach. Konstruowanie takiej oferty świadczyć może o braku profesjonalizmu jej twórców albo o nieuczciwości oferenta.

Zastanawiający jest zapis par. 11 ust. 2 proponowanej spółki dający prawo podwyższenia kapitału zakładowego do 10 mln euro, czyli ok. 40 mln zł, bez konieczności zmiany umowy spółki. W 2004 roku w wydawnictwie Murator, w efekcie podniesienia kapitału spółki, założyciel i główny twórca czasopisma „Murator” z 20-proc. udziałowca stał się 1-proc. i został zwolniony. Czy drobnych udziałowców nowego podmiotu czeka podobny manewr?

Kolejny zapis z oferty zaprezentowanej wydawcom zakłada obciążenia organizatora wykonawczego WTK, czyli ▶

spółki Murator Expo, ewentualną stratą finansową, która powstałaby w wyniku końcowego rozliczenia projektu (jest to niezgodne z Kodeksem Spółek Handlowych). Nie sądzę, by Muratora nie stać było na dobrego prawnika.

A może to sygnał, że ktoś planuje „z konieczności” podniesienie kapitału...

Używanie formuły gwarancji obniżenia kosztów „nawet do 30 proc.” cen konkurencji to zabieg czysto PR-owski, rodem z reklam kremów likwidujących do 70 proc. zmarszczek lub cellulitu.

Jako nierównorzędny wobec wydawców odbieram także inny warunek zawarty w omawianej ofercie. Chodzi o zobowiązanie przez firmy zainteresowane wejściem do spółki Targi Książki do uczestnictwa, przez trzy kolejne lata, w jej imprezach wystawienniczych. To z kolei oznacza gwarancję tylko dla interesów Murator Expo. Zarazem w ofercie nie pada ani jedno słowo np. o gwarancji niezmienności cen w tym samym okresie.

O intencjach pomocników Muratora świadczy uprzywilejowanie firm obecnych na inicjującym projekcie spotkaniu wobec tych, które przystąpiły do spółki w terminie późniejszym (o ile znajdą dwie „rekomendacje”). To typowy przykład dzielenia na „równych i równiejszych”.

Materiał przedstawiony wydawcom zawiera elementy czysto marketingowe, niegwarantujące podwyższenia poziomu organizacji imprezy targowej w stosunku do jakości prezentowanej przez MTK. Jej twórcy często szafują wizjami modernistycznych rozwiązań i koncepcji, nie informując potencjalnych klientów o kosztach ich realizacji, tak jak dzieje się to w przypadku projektu wirtualnych targów, czyli kontynuacji imprezy po zakończeniu jej formy stacjonarnej. W propozycjach Muratora nie brakuje pięknych słów, nęcących ucho wydawców, w naturalny sposób łączone na komunikaty związane z potencjalnym rozwojem targów. Jeżeli pojawia się hasło przygotowania atrakcyjnych programów dla szkół, w sposób naturalny zadajemy sobie pytania typu: kto je opracuje?, za ile?, kto za to zapłaci? Z pewnością powrócą stare spory. Dla przykładu, dlaczego wydawcy beletrystyki mieliby finansować program skierowany do uczniów? Niech robią to oficyny edukacyjne. Tego typu przykładów można znaleźć wiele. Czy za wspomnianą w ofercie „wyjątkową oprawę

### Oświadczenie Piotra Marciszuka

Poparłem inicjatywę Muratora w kwestii organizacji konkurencyjnych wobec Ars Polony Targów Książki w Warszawie, ponieważ uważam, że Ars Polonie koniecznie potrzeba konkurencji, by poprawić jakość usług. Zrobiłem to jako właściciel Wydawnictwa Stentor, ponieważ Polska Izba Książki przyjmuje zasadę, iż daje patronat imprezom, które potwierdziły swą wiarygodność przez co najmniej kolejny rok z rzędu. PIK nie chce też być stroną w otwartym już konflikcie między Muratorem a Ars Poloną. Chcę przy tym wyraźnie stwierdzić, iż Stentor nie zamierza być udziałowcem nowej spółki Muratora, właśnie dlatego, że jestem prezesem PIK i unikam konfliktu interesów. Jako właściciel Stentora stwierdzam również, iż gdyby do konkursu o organizację MTK przystąpiły inne podmioty, np. Targi Książki w Krakowie, również bym je poparł. W interesie wydawców, członków PIK, leży, by MTK były zorganizowane dobrze i by były jak najtańsze dla ich uczestników.



programową” imprezy będzie płaciła spółka Targi Książki, a może jednak sami wydawcy zapraszający na swoje stoiska autorów czy organizujący przeróżne dyskusje ale także konkursy i zabawy dla czytelników?

PR-owcy z Muratora wiedzą, że wszyscy marzą, żeby było „taniej i lepiej”, i liczą na to, że wystarczająco duża liczba wydawców uwierzy w tę bajeczkę.

O niespójności oferty świadczyć może fragment dotyczący „wyjątkowej oprawy programowej”. Jak czytamy, „nowością będą przesunięcia akcentów z kiermaszu, na którym można kupować książki, w nowoczesne, wielopłaszczyznowe spotkania branży i szerokiej publiczności, które akcentują nowe technologie”. Po pierwsze, mamy tu do czynienia ze sloganami. A po drugie, czy to oznacza faktyczne kurczenie się części kiermaszowej? Czy to oznacza, że wystawca ma zapłacić za stoisko tylko po to, by z założenia sprzedawać mniej książek?

Znajdziemy tu także zapewnienia o bardzo bliskiej współpracy organizatora targów z władzami Warszawy. Gdzie tu nowa jakość?! Ars Polona od lat prowadzi taką współpracę. Dla przykładu, w ubiegłym roku na swój koszt, mimo ogromnego wzrostu cen wynajmu powierzchni, prezentowaliśmy wystawę promującą Warszawę oraz Rok Słowackiego, która to ekspozycja była pokazywana wcześniej w wielu miejscach na świecie. Wspólnie organizujemy wiele imprez, a plany na ten rok niezmiennie zakładają tego typu projekty.

Pomijając wymiar biznesowy, podstawową funkcją targów książki jest promowanie czytelnictwa. Od kilku lat,

a zwłaszcza w 2009 roku, widać było wielką dobrą wolę mediów (telewizja, prasa, radio, Internet) w promowaniu książki przy okazji MTK. W przypadku konfliktu w środowisku, a więc organizacji konkurencyjnych wobec siebie imprez, odbywających się w tak krótkim odstępie czasu, media z całą pewnością odwrócą się od targów (a jeśli będą mówić, to o konflikcie, a nie o książkach). Chyba nie trzeba nikomu udowadniać, że w największym stopniu straci na tym idea promocji czytelnictwa. Powtórzy się sytuacja, która miała już miejsce na początku tej dekady, kiedy pojawiła się ostatnia – aż do dziś – inicjatywa organizacji konkurencyjnej imprezy.

Na koniec jeszcze sprawa międzynarodowego kontekstu MTK. Targi zawiązują renomę i status solidności, przewidywalności i dobrej wieloletniej współpracy Ars Polony z organizatorami międzynarodowych targów książki na świecie. Naruszenie tej delikatnej tkanki w tak niekompetentny i nieodpowiedzialny sposób byłoby naszą wspólną, niewybaczalną stratą. Bo stracą na tym wszyscy.

Zbudowanie wysokiej pozycji przez nikomu nie znaną spółkę potrwa długie lata. O ile w ogóle się zdarzy – choćby dlatego, że na świecie jest ponad 180 państw, a rok ma tylko 52 tygodnie.

Apeluję do wszystkich, którym leży na sercu dobro polskiej książki i czytelnictwa, o wsparcie i współtworzenie 55. i kolejnych Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie.

**GRZEGORZ GUZOWSKI,  
PREZES CHZ ARS POLONA S.A.**

*Tytuł pochodzi od redakcji*

# Kilka milionów z multimediiów

Rozmowa z **Karolem Żbikowskim** –  
członkiem zarządu Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych

Pan jest pasjonatem nowych technologii, prawda?

Można tak powiedzieć.

I zadowolony jest pan z oferty WSiP w tym zakresie?

Cieszę się z obecnych dokonań, ale cele, które chcę osiągnąć, stawiam jeszcze wyżej i dlatego konsekwentnie zmierzam do rozbudowy naszej oferty. Działania, które podejmujemy, podzielić można na dwa nurty. Pierwszy to projekty badawczo-rozwojowe, które koncentrują się wokół produktów, które wprowadzimy, gdy zaistnieje odpowiednia sytuacja rynkowa, np. podręcznik elektroniczny. Zresztą jako pierwszy wydawca w Polsce uzyskaliśmy niedawno aprobatę Ministerstwa Edukacji Narodowej dla podręcznika w wersji elektronicznej. Jest to podręcznik do matematyki do klasy drugiej liceum zatytułowany „Poznać, zrozumieć”. Będziemy sprawdzać zapotrzebowanie rynku na taki tytuł. Drugi nurt obejmuje produkty, które już są w sprzedaży, np. plansze interaktywne czy testy diagnostyczne dla uczniów przygotowywane przez Ośrodek Diagnostyki Edukacyjnej WSiP.

To osobna spółka?

Nie, to projekt w ramach WSiP, nie mający jeszcze osobowości prawnej. Niewykluczone, że kiedy biznes ten osiągnie stosowny rozmiar, zastanowimy się nad wyodrębnieniem osobnego podmiotu. Siedziba ODE mieści się w Krakowie, gdzie powstają główne produkty, pod kierunkiem Marka Legutki i Anny Dubieckiej.

Marek Legutko to dawny szef Państwowej Komisji Egzaminacyjnej?

Tak, a Anna Dubiecka to autorka podręczników i diagnosta edukacyjny.

Czym jeszcze zajmuje się ODE?

Kolejny produkt to replikujący testy państwowe pakiet „Sprawdź Swoją Szkołę” sprawdzający wiedzę uczniów kończących edukację na poziomie każdej ze szkół. To produkt płatny, skierowany do dyrektorów szkół. Z dużym sukcesem wprowadziliśmy go w ubiegłym roku.

„Duży sukces” określa jaka liczba sprzedanych pakietów?

Pakiet trafił do ponad 3000 szkół. Dyrektor, chcąc sprawdzić, jak do egzaminu przygotowana jest jego szkoła, kupuje testy dla wszystkich uczniów. Nie jest to produkt drogi jednostkowo – poniżej 10 zł od ucznia.

A 3000 szkół to ilu uczniów?

Ponad 200 tys., jednak część szkół kupiła niewielką liczbę testów „na próbę”.

W jaki sposób sprzedają państwo taki produkt?

Przez sieć przedstawicieli handlowych i dział telemarketingu. Dodam, że wyniki tych testów są bardzo bliskie tym, które uczniowie uzyskują na egzaminach państwowych, a po zakończeniu testów szkoła otrzymuje od nas wskazówki, które partie materiałów uczniowie powinni powtórzyć, a także rozbudowany materiał statystyczny.

W jaki sposób przebiega ta operacja?

Po zakończeniu testów szkoły wysyłają na nasz serwer wyniki, które następnie są analizowane i w postaci konkretnych zaleceń publikowane online. Oczywiście przy zachowaniu pełnej poufności.

Wróćmy do nowych technologii...

To jest test, który dystrybuujemy w wersji papierowej, ale i który można pobrać z naszego serwera. Oczywiście, zarówno ten, jak i wiele innych naszych produktów, może być udostępniony w wersji elektronicznej, np. on-line. W 2009 roku niemal połowa wersji rozproszona została właśnie elektronicznie.

A „Dobry Sprawdzian Wiedzy”? Proszę opowiedzieć o tym produkcie.

„DSW” to testy przedmiotowe. Oferowane są bezpłatnie nauczycielom, którzy wybrali nasze podręczniki. Taki program lojalnościowy. Produkt jest oferowany w wersji elektronicznej, nauczyciel ma dostęp do serwera z którego pobiera testy, później ma możliwość wprowadzenia wyników testu i otrzymania informacji zwrotnej.



*Karol Żbikowski (ur. w 1971 w Kolnie), absolwent SGH, Wydział Handlu Zagranicznego. W latach 1994-1997 pracował w Banku Handlowym w Warszawie w Centrum Operacji Kapitałowych. Potem rozpoczął pracę w Societe Generale Securities Polska, gdzie pełnił funkcję członka, a od 1999 roku prezesa zarządu. W latach 2003-2005 był doradcą w Enterprise Investors. Następnie trafił do firmy Unicredit CAIB Polska – Pion Bankowości Inwestycyjnej jako dyrektor zarządzający. Od kwietnia 2008 roku jest członkiem zarządu Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych i dyrektorem ds. strategii w tym wydawnictwie. W jego kompetencji znajdują się: rozwój grupy kapitałowej, nowe technologie, rozwój produktów elektronicznych i projekty unijne. Rodzina: żona, córka. Zainteresowania: turystyka górską, Formuła 1, windsurfing.*

A „Eurobarometry”?

To kolejny produkt ODE, skierowany jednak na rynek domowy, czyli do uczniów, którzy chcą się przygotować do egzaminu kończącego podstawówkę, gimnazjum lub do matury. To produkt tylko elektroniczny, zbudowany z silnym jądrem technologicznym. Po wystaniu przerobionego materiału uczeń otrzymuje testy „naprawcze”.

Kiedy oglądaliśmy stronę internetową „Eurobarometrów”, zaskoczyło nas, że jest to produkt płatny...

Bo adresowany jest na rynek domowy. Wiedzą panowie, korepetycje też są płatne...



**I to jest konkurencja dla korepetycji?**

Nie do końca, ponieważ częściowo jest to produkt diagnostyczny. Chcieliśmy poza tym sprawdzić, jak młodzież i rodzice reagują na taki model biznesowy.

**I jak reagują?**

Cóż, testujemy chęć do płacenia przez młodych ludzi za treści udostępniane w Internecie. Nie da się ukryć, że zdecydowana większość przyzwyczała się do tego, że w Sieci wszystko jest za darmo.

**No właśnie. Stąd nasze zaskoczenie.**

Ale popatrzcie na to, panowie, z innej strony. Znalezienie w Internecie treści naprawdę wartościowych, które ktoś oferowałby za darmo – i całkowicie legalnie – nie jest proste. Ten rynek się tworzy, w którym to procesie WSiP chcą i muszą brać udział.

**A jak młodzież może płacić za testy?**

Przelewem elektronicznym albo SMS-em.

**Jak by pan określił popularność tego produktu?**

Projekt wystartował pod koniec 2009 roku, więc trudno cokolwiek na ten temat powiedzieć. Oceny pierwszych użytkowników są bardzo wysokie. W każdym razie szczyt sprzedaży nastąpi przed egzaminami.

**A ile kosztują takie testy?**

To więcej niż testy – to system diagnoz z materiałami dodatkowymi pozwalający skutecznie przygotować się do egzaminu. Kosztuje od 10 zł za jedną diagnozę do stu kilkudziesięciu złotych za cały pakiet.

**Rozmawiamy o interesujących pomysłach na wsparcie edukacji szkolnej. Wszystkie one są jednak mało... multimedialne.**

Wspólnie z portalem Nauka.pl i Gadu-Gadu Network jesienią 2009 roku uruchomiliśmy portal „Nakręcenie eksperci. Matura”, gdzie pod adresem [www.videonauka.pl](http://www.videonauka.pl) znajduje się tysiąc filmów – 500 z języka polskiego i 500 z matematyki, które pozwalają przygotować się do egzaminów maturalnych. Występują w nich podczas prezentacji nauczyciele obydwu przedmiotów. Jest to również produkt płatny.

**Od kilku lat Nowa Era proponuje podręczniki z płytą zawierającą materiały****multimedialne do zawartych w książce informacji.**

Jest to standard rynkowy, którego zresztą byliśmy pionierem. WSiP jako pierwsze zaoferowały na rynku takie rozwiązanie. Jesteśmy największym producentem multimediów, które są dołączane do podręczników.

**Standardowo?**

Tak. Jeżeli decydujemy się na dołączenie płyty, to do całego nakładu.

**A plansze interaktywne?**

To produkt oferowany w Internecie – zestaw interaktywnych stron multimedialnych wykorzystywanych przez nauczyciela do nauki w szkole podstawowej i gimnazjum. Zaletą plansz jest możliwość ich natychmiastowego wykorzystania podczas lekcji – nie trzeba wkładać płyty i instalować oprogramowania, a jedynie połączyć się z Internetem.

**„Jedynie”?**

Jedynie. Proszę zauważyć, że coraz więcej polskich szkół ma klasy wyposażone w dostęp do Sieci. Coraz więcej pla-

cówek kupuje tablice interaktywne... Samorządom zależy na jak najlepszym wykorzystaniu środków, które mają do dyspozycji i które niekiedy pochodzą z dotacji unijnych.

**Edukacja jest modna, więc trudno się do takich wydatków przyczepić... Bezpieczne inwestycje.**

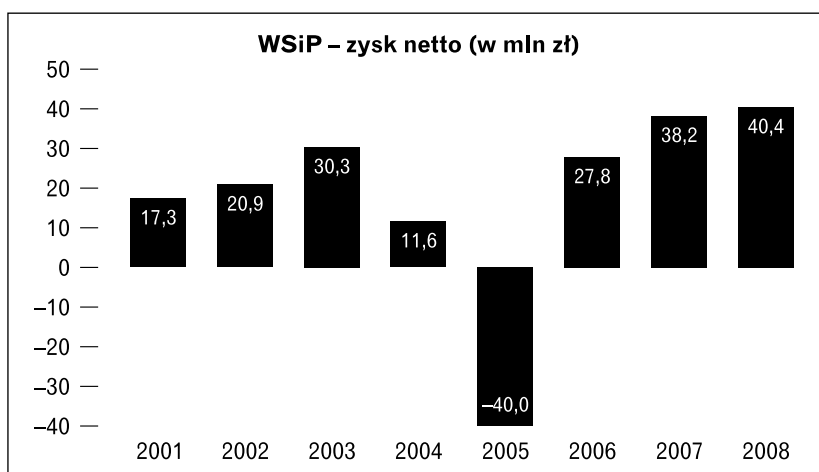
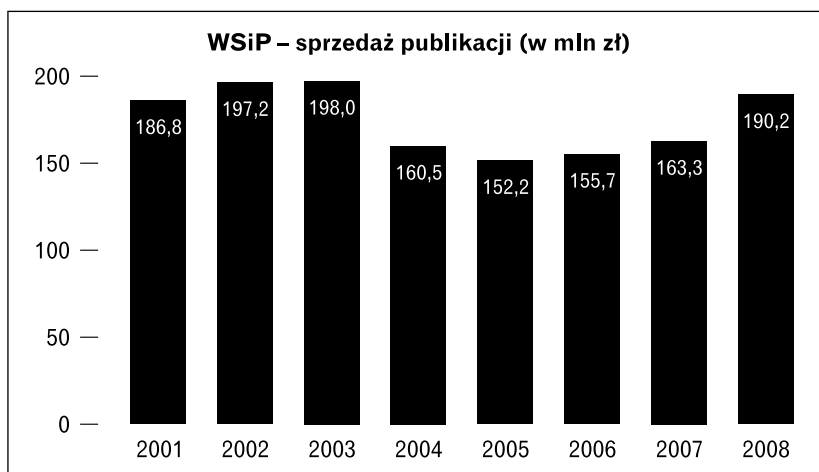
Czy modna? Na pewno potrzebna. Oczywiście, dla szkół, które nie mają dostępu do Sieci, mamy wersje na CD, ale powinniśmy się powoli przyzwyczajać, że ten nośnik będzie miał coraz mniejsze znaczenie.

**Ile kosztuje wersja on-line planszy interaktywnych?**

Kilkadziesiąt złotych rocznie za plansze do jednego przedmiotu.

**Kto zajmuje się przygotowaniem tych wszystkich produktów dla WSiP?**

Firmy zewnętrzne. Nie mamy własnego działu deweloperskiego. Opracowaliśmy i ustaliliśmy narzędzia oraz standardy, które firmy współpracujące ze WSiP zobowiązane są stosować. ▶



Materiały przygotowane przez firmy zewnętrzne zasilają repozytorium wydawnictwa, w którym obiekty opisywane są w standardzie LOM [Learning Object Metadata – red.].

#### Ile jest takich firm?

Kilka. Np. VM.pl z Wrocławia, Very Nice Studio, Grupa Smacznego z Gdańska.

#### Jak się ma takie treści i takie pieniądze, może warto przejąć jakiegoś gracza i mieć go pod ręką. Zwłaszcza że zapowiadał pan przejęcia...

Zapowiadałem, ale niekoniecznie w tej dziedzinie. Model, który przejęliśmy, sprawdza się. Oczywiście, nie wykluczam skorzystania z okazji dokonania takiej inwestycji w przyszłości.

#### Zwłaszcza że coraz więcej produktów edukacyjnych będzie oferowanych w postaci elektronicznej.

Oczywiście – WSiP były jednak, są i będą przede wszystkim dostawcą treści.

#### A sprzedają jeszcze państwo tablice interaktywne Hitachi, które wprowadzał do szkół prezes Jan Rurański?

Nie, już od dawna.

#### To chyba nie był trafiony produkt.

Nietrafiony w swoim czasie. Cena tego produktu i możliwości finansowe szkół nie szły w parze. Dziś skupiamy się przede wszystkim na wytworzeniu kontentu, który może być wykorzystywany na tablicach interaktywnych. Podejmujemy współpracę z producentami i dystrybutorami tablic, aby móc ewentualnie zaproponować wspólną ofertę sprzętowo-kontentową.

#### Jaki przychód w 2010 roku mogą państwu dać publikacje elektroniczne?

Samodzielne publikacje – kilka milionów złotych. Na dokładniejsze dane jeszcze jest za wcześnie. Ale, rzecz ja-

zna, duża część sprzedaży to zintegrowany pakiet składający się z produktu papierowego i elektronicznego, dlatego sprzedaż produktów elektronicznych jest o wiele większa.

#### A kiedy będzie odwrotnie, że większość będzie dawać państwu elektronicznych? W przypadku wydawnictw z takich dziedzin jak prawo czy finanse jest to już 60 proc.

Sytuacja taka zajdzie z pewnością wcześniej niż nam się wszystkim wydaje. Choć „technologizacja” nauczania postępuje w niebywałym tempie, klasyczny podręcznik przez wiele lat nie zniknie i funkcjonować będą obok siebie wszystkie formy podawania wiedzy. Niedawno realizowany był w Katowicach pilotażowy projekt „Lekki jak piórko”, w którym uczestniczyliśmy. Polegał on na wykorzystaniu netbooków Classroom firmy Intel podczas nauki w klasie trzeciej szkoły podstawowej. Lekcje odbywały się z użyciem drukowanego podręcznika, zaś ćwiczenia przeprowadzane były właśnie na netbookach. Nauczyciel mógł z kolei kontrolować pracę dzieci na własnym komputerze, a na interaktywnej tablicy wyświetlać ekran komputera każdego ucznia. Efekty były zadziwiające, ponieważ okazało się, że bariera technologiczna, zarówno dla dzieci, jak i nauczyciela, nie istniała, a testy końcowe zostały zdane z bardzo dobrymi wynikami.

#### Rozumiemy, że rola WSiP polega na przygotowaniu edukacyjnej zawartości tych netbooków.

Tak. Przeprowadziliśmy także szkolenie dla nauczyciela. Jako efekt pilotażu w Katowicach w najbliższym czasie, wspólnie z partnerem technologicznym, zaoferujemy szkołom zintegrowane rozwiązanie przygotowane do prowadzenia zajęć z wykorzystaniem netbooków w klasach 1-3.

#### Kto finansuje to przedsięwzięcie?

Samorządy.

#### A jak wygląda zaangażowanie WSiP w multimedialne aplikacje edukacyjne dla młodszych odbiorców, jak encyklopedie? Niegdyś byli państwo jednym z największych ich producentów.

Jeżeli mają panowie na myśli tytuły sprzedawane na płytach, a nie dystrybuowane w Internecie, pochwalić się możemy serią programów edukacyjnych dla dzieci, które towarzyszą wydawanemu przez nasz Bookhouse miesięcznikowi „Miś”. Odświeżony został także słynny „Klik”, czyli seria edukacyjna dla starszej młodzieży w wieku 7-10 lat. Zadaniem użytkowników jest dokończenie gry poprzez przebrnięcie przez zagadki wymagające od nich pewnej wiedzy i myślenia. Pierwsze „nowe” „Kliki” weszły do dystrybucji pod koniec 2009 roku, więc na temat ich rynkowego sukcesu nie mogę za wiele powiedzieć.

#### Sporo państwo inwestują w nowe media?

Coraz więcej – zarówno w infrastrukturę, jak i repozytorium czy systemy do pracy nad tworzeniem treści elektronicznych. Także w wytworzenie samych produktów. Jak wspomniałem wcześniej, jesteśmy jednym z największych producentów multimedialnych w Polsce, rocznie wydajemy kilkaset tytułów na CD w łącznie nakładzie prawie 3 mln egz. Koszty ponoszone na przygotowanie treści rozkładają się na publikacje zarówno tradycyjne, jak i elektroniczne. Podobnie z repozytoriami materiałów graficznych, które wykorzystujemy na obu płaszczyznach.

#### A kto kieruje elektroniczną częścią biznesu WSiP?

Wojciech Jędrzychowski i Anna Danylenko.

**ROZMAWIALI PIOTR DOBRZEŃSKI,  
KUBA FROŁOW I PAWEŁ WASZCZYK**

www.nofuturebook.pl