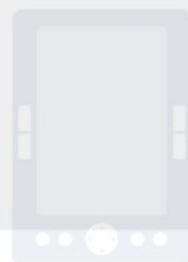
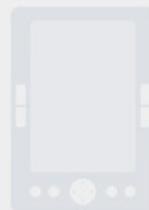
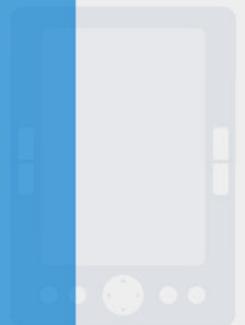


Raport o rynku e-booków w Polsce w latach 2010-2014

Pod patronatem merytorycznym Biblioteki Analiz



Patroni Medialni

Świat Czytników

TREŚĆ

Małgorzata Błaszczuk, Marketing & PR Manager, Virtualo
Martyna Bednarczyk, Marketing Coordinator, Virtualo

WSPÓŁPRACA

Robert Drózd, bloger i komentator rynku, właściciel serwisu SwiatCzytnikow.pl
Marcin Łukiańczyk, komentator rynku, właściciel serwisu UpolujEbooka.pl
Paulina Poniewska, właścicielka serwisu Bookto.pl
Małgorzata Rzepkowska, publikacje elektroniczne i sklep internetowy Grupy Wydawniczej Foksal
Iwona Kielak, wydawnictwo Wielka Litera
Piotr Matłoka, Dom Wydawniczy Rebis
Magdalena Żelazowska, Brand Manager, Harlequin Polska Sp. z o.o.
Anna Juszkiwicz, Specjalista ds. produkcji, dystrybucji i promocji e-booków i audiobooków, Wydawnictwo Czarne
Jacek Weichert, Product Manager, Grupa Allegro

GRAFIKA

Grzegorz Wójcik
Aneta Królak

SKŁAD, ŁAMANIE

Magda Warszawa

W raporcie zostały wykorzystane:

- ▶ wyniki badań „Czytnikoliczenie”
- ▶ wyniki badań ankiety „Porozmawiajmy o jakości”
- ▶ wyniki badań nad piractwem
- ▶ tekst „Zmiana na rynku e-booków”
- ▶ tekst „Co można zrobić z e-bookiem”
- ▶ wstęp do tekstu o panelu wydawcy
- ▶ news o autorach: „Co autorzy wiedzą o e-bookach? Mini-sonda Virtualo na temat rynku ebooków oczami autorów”

Raport powstawał od czerwca do września 2014

ISBN 978-83-272-4391-1

Spis treści

1. Sprzedaż, wzrost, trendy – sytuacja na rynku e-booków w latach 2010–2014

[Wstęp 4](#)

[Jak wygląda polski rynek e-booków? 6](#)

[Badania rynku e-booków 7](#)

[Ilu jest e-czytelników? 7](#)

[Jakie czytniki mają Polacy i ile ich jest? 9](#)

[Jaki jest styl czytania e-czytelników? Kim jest e-czytelnik? 13](#)

[Gdzie i jak czytamy? 13](#)

2. Wyzwania: Liczba tytułów, polityka cenowa, aktywność wydawców, autorów i sklepów

[Wyzwanie 1: Więcej tytułów 15](#)

[Wyzwanie 2: Ile powinien kosztować e-book? Tyle, ile Klient chce zapłacić 17](#)

[Wyzwanie 3: promocja rynku e-booków, współpraca z Autorami 20](#)

3. Przeszkody i hamulce strukturalne

[Przeszkoda rynkowa nr 1: VAT na e-booki 25](#)

[Autorzy oceniają stawkę VAT 25](#)

[Przeszkoda rynkowa nr 2: piractwo 27](#)

[Piractwo internetowe wśród czytelników e-booków 27](#)

[Czy piraci są wśród nas? 27](#)

[Na co pozwala polskie prawo autorskie?](#)

[Drukujemy, kopiujemy, pożyczamy ebooki 28](#)

[Odsprzedaż e-booków i czytnika z zawartością. Czy to możliwe? 29](#)

[Walka z wiatrakami? 29](#)

4. Przyszłość – jak będzie? Strategia cyfrowa wydawnictw i sklepów

[Virtualo stawia na nowoczesne narzędzia analityczne 32](#)

[Self-publishing, czyli wydaj się sam 32](#)

[Nowe usługi – kody na e-booki, wirtualna wypożyczalnia dla klientów biznesowych 33](#)

5. Podsumowanie 35

Sprzedaż, wzrost, trendy – sytuacja na rynku e-booków w latach 2010–2014



Wstęp

Powstanie rynku e-booków w Polsce można datować na 2010 rok, kiedy Empik kupił udziały w firmie Virtualo, specjalizującej się do tej pory w rozwiązaniach IT do sprzedaży e-booków. Od tego czasu na rynku książek elektronicznych powstało kilkanaście nowych podmiotów, z których liczy się pięciu głównych sprzedawców e-contentu.

Virtualo należące do Grupy Empik posiada w swoim portfolio takie sklepy internetowe jak empik.com, Virtualo.pl i Gandalf.com.pl oraz dostarcza książki cyfrowe do dużych sklepów internetowych jak Merlin, Allegro, Apple oraz wyspecjalizowanych w e-bookach jak Legimi, Eclicto. Poza sklepami sprzedającymi w ramach sieci dystrybucji Virtualo na rynku e-booków ważną rolę odgrywają jeszcze: Publio.pl należące do Agora S.A., Woblink.com powiązany kapitałowo i organizacyjnie z wydawnictwem Otwarte i Znak, Nexto.pl, którego właścicielem jest e-Kiosk S.A. oraz Ebookpoint.pl należący do wydawnictwa Helion. Swoich sił na rynku próbuje również firma Olesiejuk z księgarnią książki.pl oraz Azymut w sklepie Ravelo.pl.



W latach 2010–2012 sprzedaż w sieci Virtualo notowała trzycyfrową dynamikę wzrostu sprzedaży. W 2013 i 2014 r. stopniowo dynamika stabilizuje się na poziomie dwucyfrowych wzrostów rok do roku i kontynuowanie obecnego trendu jest spodziewane również w następnych latach. Kluczowe dla dynamicznego rozwoju rynku było wprowadzenie w latach 2011–2012 znaku wodnego w miejsce niewygodnego DRM, formatu MOBI na czytniki Kindle oraz multiformatu.

„Rok 2014 spodziewamy się zamknąć dwukrotnym wzrostem sprzedaży rok do roku, czyli wynikiem lepszym niż w roku

*poprzednim. Jest to wynik o prawie 400% lepszy od wskaźnika średniej dynamiki sprzedaży detalicznej z ostatnich 12 miesięcy raportowanego przez GUS dla całej sprzedaży wszystkich przedsiębiorstw*¹ – mówi Robert Rybski, Prezes Virtualo. Rynek e-booków notuje zatem ponadprzeciętne w ujęciu procentowym wzrosty sprzedaży. Wszyscy uczestnicy rynku pracują nad osiągnięciem większej skali cyfrowego biznesu. *„O tym, że nie jest to rynek łatwy przekonały się firmy, które zainwestowały spore środki w wejście w biznes e-bookowy bez żadnego rezultatu. Treści cyfrowe trzeba umieć sprzedawać i potrafi to robić kilka najmocniejszych podmiotów. Virtualo, jako pierwszy podmiot na rynku, zamknie rok 2014 na plusie, co jest dużym osiągnięciem w tej branży. Reguły gry zmienić może już tylko bardzo duży gracz z potężnym know-how i zapleczem technologicznym, wówczas mniejsi gracze wypadną z gry*” – dodaje Prezes firmy.

Według Virtualo w 2014 roku na rynku e-booków wszystkie podmioty sprzedające e-booki i audiobooki osiągną sprzedaż 40 mln zł. W szacunki wliczone są zarówno sprzedawcy detaliczni, podmioty sprzedające контент specjalistyczny, wydawnictwa samodzielnie prowadzące sprzedaż e-booków oraz sprzedaż książek elektronicznych do firm, instytucji (w tym także bibliotek). Według szacunków Biblioteki Analiz, z którą Virtualo konsultowało posiadane dane, rynek e-booków może być wart nawet więcej niż wspomniane 40 mln zł (zgodnie z szacunkami Biblioteki Analiz wartość rynku e-booków w 2013 r. wynosiła 54 mln zł). Mimo ogromnej dynamiki rozwoju obecnie jednak coraz mniej realne wydają się być prognozy przedstawiane przez firmę PwC, która na przełomie 2012 i 2013 r. zapowiadała iż w ciągu trzech lat (czyli w 2016 r.) polski rynek e-booków (wraz z podręcznikami) osiągnie wartość ponad 100 mln USD, czyli ponad 300 mln zł.

Robert Drózd, właściciel niezwykle popularnego wśród e-czytelników serwisu ŚwiatCzytników.pl w taki sposób opisuje wartość rynku e-booków: *„Wydaje mi się, że słuszne są szacunki mówiące o kilkudziesięciu milionach złotych. To jest wciąż kropla w morzu sprzedaży papieru. Rynek e-booków rośnie zdecydowanie od paru lat, ale nie ma zdecydowanego impulsu, który pozwoliłby wyjść spoza tej kilkuprocentowej niszy*”. Marcin Łukiańczyk, założyciel portalu UpolujEbooka.pl szacuje natomiast, że największe księgarnie w Polsce, oferujące e-booki mogą wygenerować w 2014 r. przychód na poziomie od 32 do 35 mln zł. Z kolei Paulina Poniewska, założycielka nowego serwisu dla e-czytelników, Bookto.pl uważa, że: *„rzeczywista wartość rynku e-booków w Polsce to około 20–25 mln złotych, ale potencjał jest o wiele, wiele większy. A skąd ta pewność? Ponieważ rynek czytników i tabletów rozwija się dużo szybciej, a na platformach miesięcznie rejestruje się kilka tysięcy userów (per platforma). A niestety, nie zawsze to się przekłada na podobny procentowy wzrost sprzedaży e-booków*”.

A jak rynek oceniają sami wydawcy? Przed wszystkim podkreślają dynamiczny rozwój rynku, który nastąpił w ciągu ostatnich dwóch lat. Wydawnictwo Czarne chcąc dostosować poziom cen do oczekiwań Klientów obniżyło w zeszłym roku ceny e-booków o średnio 10–15%. *„Z naszych obserwacji wynika, że sprzedaż na rynku e-booków wciąż charakteryzuje szybkie tempo wzrostu, co niezwykle nas cieszy. Nasza sprzedaż kształtuje się na poziomie satysfakcjonującym, ale oczywiście mamy apetyt na więcej*” – mówi Anna Juszkiewicz,

¹ <http://www.bankier.pl/gospodarka/wskazniki-makroekonomiczne/sprzedaz-detaliczna-r-r-pol>, wskaźniki całoroczne dostępne są w tabeli po przewinięciu ekranu.

Specjalista ds. produkcji, dystrybucji i promocji e-booków i audiobooków z wydawnictwa Czarne. Podobne zdanie na temat obrotu na rynku e-booków ma wydawnictwo WAB. Jak twierdzi Małgorzata Rzepkowska, odpowiadająca za publikacje elektroniczne i sklep internetowy Grupy Wydawniczej Foksal, wydawnictwo wciąż notuje wzrost sprzedaży na rynku e-booków, a wyniki są satysfakcjonujące. W podobnym tonie na temat rynku e-booków wypowiada się Magdalena Żelazowska, Brand Manager Harlequin Polska: *„Obecnie poziom sprzedaży książek cyfrowych jest wciąż znacznie mniejszy niż poziom sprzedaży książek tradycyjnych, mimo to coroczne wzrosty sprzedaży e-booków są imponujące i bardzo obiecujące. Sprawiają, że poświęcamy temu formatowi coraz więcej uwagi i wiążemy z nim duże nadzieje na przyszłość”*. Jak wynika z powyższych wypowiedzi, wydawcy coraz mocniej wierzą w rynek e-booków i coraz bardziej w niego inwestują. Dynamiczny rozwój, ogromna elastyczność i podatność na nowe rozwiązania – są to cechy, które idealnie opisują polski rynek e-booków w 2014 r. – cztery lata od momentu jego powstania.

Jak wygląda polski rynek e-booków?

Wielkość rynku treści cyfrowych i dynamika jego wzrostu zależy m.in. od liczby urządzeń do czytania, które posiadają Klienci, liczby tytułów dostępnych w formie cyfrowej oraz od polityki cenowej. Czego pragną klienci czytający e-booki? Odpowiedź na to pytanie wydaje się dość prosta – dobrej ceny (zarówno jeśli chodzi o samą książkę, jak i o urządzenie do jej czytania, czyli przede wszystkim e-czytnik), szybkiego zakupu i wygody dostarczenia na urządzenie, na których mogą czytać.

Jeszcze w 2010 r. rynek e-booków wyglądał zupełnie inaczej niż obecnie. Ogromną część oferty stanowiły e-booki w formacie PDF. Format EPUB stawał się coraz bardziej popularny, jednak MOBI był praktycznie niedostępny w polskich e-księgarniach. Czytelnik chcący kupić e-booka przed dokonaniem płatności musiał zdecydować, jaki format chce otrzymać. Nie było jeszcze mowy o multiformacie, a większość e-booków posiadało niewygodne i mało praktyczne zabezpieczenie DRM – czytelnicy na nielicznych jeszcze wtedy forach dotyczących e-czytelnictwa prześcigali się w wynajdowaniu sposobów na złamanie tego zabezpieczenia i swobodne korzystanie z zakupionej e-książki.

Zmiany, które zostały wprowadzone na polskim rynku e-booków na przestrzeni 2011 i 2012 r. są właściwie ewenementem w skali Europy. Niewygodne zabezpieczenie Adobe DRM zostało zastąpione watermarkiem, czyli znakiem wodnym, który jest niewidoczny dla Klienta i nie wymaga od niego instalowania żadnych dodatkowych programów. Udostępniony został również format MOBI (odczytywany przez jeden z najpopularniejszych czytników na świecie – Kindle), a ogromna większość treści elektronicznych dostępna jest obecnie w opcji multiformatu – dzięki temu Klient płacąc za dany tytuł, otrzymuje każdy dostępny dla niego w danej chwili format (zazwyczaj jest to EPUB i MOBI, czasami również PDF). Znacznie poprawiła się również jakość samych e-booków. Firmy zajmujące się konwersją (w tym Virtualo) wypracowały skuteczne procesy sprawdzania poprawności plików oraz ich kompatybilności. *„Najwyższa jakość przygotowanych przez nas elektronicznych publikacji i indywidualne podejście do każdego Wydawcy wyróżniają Virtualo na tle innych firm świadczących podobne usługi. Specjalizujemy się m.in. w konwersji specjalistycznych publikacji naukowych. Jestem przekonana, że obecnie nie ma w Polsce bardziej*

doświadczonego zespołu w konwersji trudnej literatury naukowej niż zespół Virtualo” – mówi Justyna Banaszczyk, project manager w Dziale Konwersji Virtualo.

Jedną z najistotniejszych kwestii wpływających na rozwoju rynku e-booków w Polsce jest polityka cenowa realizowana przez wydawców. Rynek kultury cyfrowej jest wprost stworzony do eksperymentów cenowych mających na celu znalezienie najlepszej ceny dla e-booków. W przestrzeni wirtualnej testowanie strategii cenowych nie jest skomplikowanym przedsięwzięciem logistycznym, a analityka webowa i raportowanie w czasie rzeczywistym dają możliwości nie występujące na rynku książki tradycyjnej. Więcej informacji na temat polityki cenowej zamieszczonych zostało w drugiej części raportu.

Badania rynku e-booków

W maju 2014 roku Virtualo przeprowadziło dwa badania dotyczące rynku e-booków.

Pierwsze z nich odbyło się w formie akcji promującej książki elektroniczne pod hasłem pierwszego ogólnopolskiego „Czytnikoliczenia” we współpracy z Burda Media oraz Allegro i miało na celu oszacowanie liczby urządzeń do czytania – e-czytników oraz tabletów i smartfonów. W badaniu wzięło udział ponad 5500 osób, w prezencie na uczestników zabawy czekało 5000 e-booków wydawnictwa Burda Media. Jest to największe do tej pory badanie związane z liczbą czytników e-booków.

Drugie badanie dotyczyło zjawiska piractwa internetowego i zostało przeprowadzone we współpracy z Instytutem GRAPE Uniwersytetu Warszawskiego. W ankiecie wzięło udział 1890 osób.

Ilu jest e-czytelników?

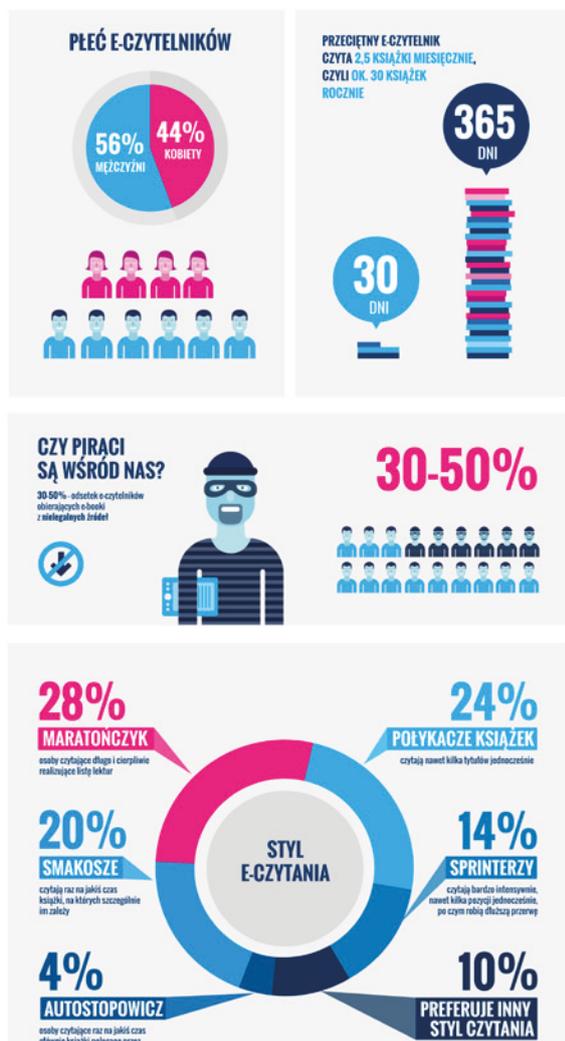
Uczestnicy akcji „Czytnikoliczenie” wypełniali prosty formularz, w którym określali rodzaj urządzenia, na którym czytają, liczbę przeczytanych książek, datę, od kiedy posiadają czytnik oraz sposób czytania. Dodatkowo formularz zawierał również prostą metryczkę zawierającą pytania o płeć i wiek. Większość, czyli aż 67% uczestników akcji „Czytnikoliczenie” to osoby w wieku od 25 do 45 lat, 44% było w przedziale wiekowym 25–35 lat, a 23% od 36 do 45 lat. W badanej próbie stosunkowo niedoreprezentowana pozostała grupa młodszych e-czytelników w wieku od 19 do 24 lat.



Wśród osób biorących udział w badaniu większość stanowili mężczyźni – 56% w porównaniu do 44% kobiet. Warto przypomnieć, że według badań Biblioteki Narodowej, to „kobiety czytają więcej książek i oddają się lekturze z większą częstotliwością niż mężczyźni. Gdy badanych poproszono o wskazanie motywów, dla których sięgnęli po czytaną książkę, kobiety częściej

Kim jest polski e-czytelnik?

WYNIKI BADAŃ CZYTNIKOLICZENIA I BADAŃ NAD PIRACTWEM W RAMACH PROJEKTU I PIRACY.



niż mężczyźni wskazywały relaks i rozrywkę, czytelnicy zaś częściej niż czytelniczki preferowali lektury służące ich rozwojowi i poszerzeniu wiedzy o świecie². Jednak w przypadku przebadanej przez Virtualo grupy wśród e-czytelników dominują mężczyźni i możemy zakładać, że to oni stanowią obecnie większość e-czytelników. Taki podział na rynku e-booków komentuje Paulina Poniewska: „rynek ciągle się zmienia, ale zmienia się przede wszystkim e-czytelnik. Jeszcze 2 lata temu był to mężczyzna, miłośnik nowinek technologicznych, gadżeciarz, który kupował książki o komandosach, postaciach z gier komputerowych. Obecnie jest to bardziej świadomy czytelnik, który dostrzega zalety e-booków, czyli wygodę (setki książek na jednym urządzeniu), niskie ceny (liczne promocje) oraz nowe możliwości (e-booki wzbogacane o treści multimedialne, interaktywne). Nie ma już takiej dużej przewagi mężczyzn nad kobietami”. Możemy więc zakładać, że w ciągu kilku najbliższych lat liczba e-czytelników i e-czytelniczek zacznie się wyrównywać. Początkowe różnice w tym zakresie mogą wynikać z faktu, że to mężczyźni zazwyczaj w większym stopniu zainteresowani są wszelkimi nowinkami technologicznymi, w tym również nowymi trendami związanymi z czytelnictwem (czyli e-bookami i e-czyt-

nikami). Wraz z upowszechnianiem się e-czytników, tabletów i smartfonów oraz coraz większą dostępnością e-booków z wszelkich kategorii różnice te powinny powoli zanikać.

Uczestnicy „Czytnikoliczenia” przeczytali łącznie imponującą liczbę ponad 250 tysięcy książek cyfrowych. W formularzu była możliwość zaznaczenia dokładnej daty otrzymania/zakupienia e-czytnika. Data ta została przez nas uznana za moment, w którym czytelnik zaczął czytać e-booki, a odpowiedzi zostały rozłożone proporcjonalnie do podanych dat. Skrajne i nierealistyczne deklaracje zostały zdyskwalifikowane z badania. Wyniki pokazują, że każdy z uczestników badania przeczytał średnio 50 e-booków na przestrzeni różnej liczby lat. Zaledwie 2% osób rozpoczęło swoją przygodę z e-czytaniem przed 2009 rokiem, a 4% ankietowanych czyta na e-czytniku od 2010 roku. 10% ankietowanych zaczęło czytać e-booki w 2011 roku, 29% w 2012, a aż 39% w 2013 roku. Odsetek uczestników badania, którzy kupili swój czytnik w 2014 roku, wyniósł 16% – trzeba jednak pamiętać, że badanie wykonywane było w połowie roku 2014 roku.

2 <http://www.bn.org.pl/aktualnosci/501-czytelnictwo-polakow-w-2012-r.-%E2%80%93-wyniki-badan.html>

Z uwzględnieniem upływu czasu i wielkości próby, średnia ważona wyniosła 29,8 e-booków czytanych rocznie przez jednego e-czytelnika. Daje to wynik 2,5 książki na miesiąc. W badaniu czytelnictwa Biblioteki Narodowej kryterium dla „czytelników rzeczywistych” było 7 i więcej książek rocznie i tylko 11% Polaków tyle książek rocznie czyta. Tymczasem z przeprowadzonych przez Virtualo badań wynika, że e-czytelnicy czytają średnio 3 razy więcej niż czytelnicy papierowi, którzy są głównie „przedmiotem badania Biblioteki Narodowej”. Interesująco w tym kontekście przedstawiają się również dane Biblioteki Narodowej, z których wynika, że do lektury e-booków przyznało się 7% badanych, a do słuchania audiobooka – 6%. Wynika z tego, że e-czytelnicy stanowią mniejszość wśród ogółu czytelników, jednak ta mniejszość tworzy swoistą elitę osób, które jak na polskie standardy czytają ponadprzeciętnie dużo.

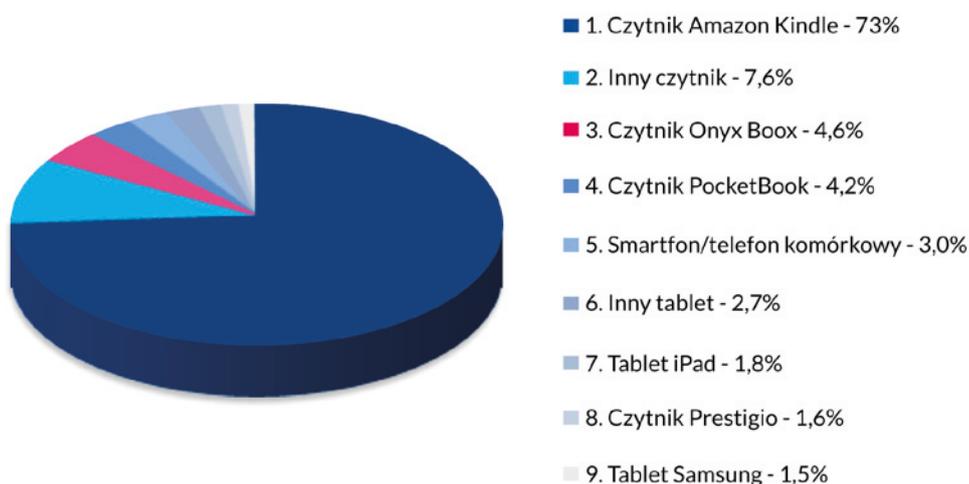
Jakie czytniki mają Polacy i ile ich jest?

Według Roberta Drozda jedną z głównych przyczyn rozwoju rynku e-booków jest coraz większa liczba urządzeń do czytania. „*Przyzwoite czytniki z papierem elektronicznym można kupić już za 200–300 złotych. Bardzo dobre za 600 złotych. Nie ma już więc bariery ekonomicznej czy technologicznej*” – twierdzi Drózd. Podobne zdanie ma Iwona Kielak z wydawnictwa Wielka Litera: „*Coraz więcej osób przekonuje się do czytników, chociaż nadal tablet jest wg. mnie najczęściej wybieranym narzędziem. Dostępność tych urządzeń na pewno ma wpływ na wzrost sprzedaży na rynku publikacji elektronicznych. Do tego znaczne obniżenie cen tych urządzeń oraz dostępność i łatwość zakupu ebooków, rezygnacja z DRM-u – to są czynniki, które mają wpływ na rozwój tego segmentu*”. Coraz większe zainteresowanie e-czytelnikami potwierdzają też wyniki badań przeprowadzonych w połowie 2014 r. przez Virtualo.



Jakie są najpopularniejsze e-czytniki?

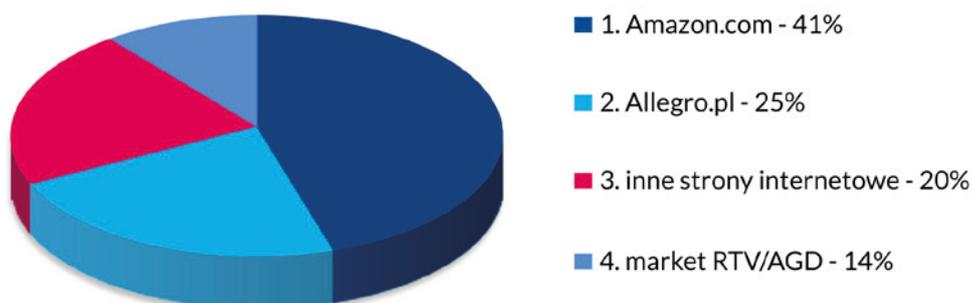
(single-choice)





Gdzie kupujemy e-czytniki?

(single-choice)



Spośród 5500 osób, które wzięły udział w „Czytnikoliczeniu” prawie 4000, czyli 73%, posiada czytnik Kindle. Właściwie ex-aequo znalazły się firmy OnyxBoox z wynikiem 4,6% i PocketBook 4,2%. 1,6% wybrało markę Prestigio, a 7,6% wskazało na jeszcze inne marki urządzeń. Tylko 6% e-czytelników z grupy biorącej udział w badaniu czyta na tablecie i zaledwie 3% na smartfonie. W ankiecie można było wskazać tylko jedno urządzenie. W badaniu przeprowadzonym przez Virtualo rok wcześniej na próbie 100 osób, wśród 48% posiadających czytnik 60% wskazało również na czytnik Kindle.

Dane o ogromnej popularności czytników marki Kindle na polskim rynku potwierdza również Jacek Weichert, product manager w Grupie Allegro: *„Według danych Allegro, współorganizatora akcji Czytnikoliczenie, w 2013 roku co 10 minut sprzedawany był jeden czytnik. Najchętniej kupowanym modelem był czytnik Kindle Classic, a szczyt sprzedaży przypadł na grudzień, kiedy jeden czytnik sprzedawał się średnio co 4 minuty. Najbardziej popularną marką był Kindle, który wybierało około 70% kupujących”*.

To również Allegro, według respondentów ankiety, jest jednym z najpopularniejszych miejsc, w którym można kupić e-czytnik. Z danych zebranych podczas „Czytnikoliczenia” wynika, że 41% respondentów ankiety kupiło swój czytnik bezpośrednio od producenta na Amazon.com. 25% zaopatrzyło się na Allegro.pl. 20% skorzystało z usług innej strony internetowej, a 14% z marketu RTV/AGD.

O znajomość marek e-czytników zapytaliśmy również znanych i lubianych autorów w ramach akcji „E-book też książka” przeprowadzonej w kwietniu 2014 r. Poniżej prezentujemy ich odpowiedzi.

Czy rozróżnia Pan/i różne marki czytników?

”Oczywiście, że rozróżniam, a jedną wyróżniam: Kindle (touch). Jestem w nim zakochany. Podsunął mi go reporter Piotr Lipiński, pisze reportaże historyczne, ale jest bardzo zdigitalizowany. Powiedział: „Idź tylko na dotyk, przyciski są staromodne i dla starych dziadów”. Uwierzyłem mu, nie żałuję.

Mariusz Szczygieł

”Kilka rozróżniam, przynajmniej z nazwy, wyglądu, bo próbowałem się zorientować trochę, gdy kupowałem własne. Wciąż jednak pozostaję wierny marce Kindle – obecnie mam Paperwhite’a - i niespecjalnie śledzę zmiany na rynku. Musiałoby się wydarzyć coś, co zrazi mnie do produktu Amazona, a na razie, szczęśliwie, nic takiego nie ma miejsca.

Jakub Ćwiek

”Przyznam szczerze, że nie jestem ekspertem w tej dziedzinie. Wiem, że na rynku jest bardzo dużo modeli tych urządzeń. Osobiście korzystam z czytnika marki NOOK, którego dostałam rok temu w prezencie od męża. Nie lubię sprzętów naszpikowanych niepotrzebną elektroniką i funkcjami, z których nigdy nie skorzystam, więc bardzo prosty w obsłudze NOOK jest jak dla mnie idealny.

Katarzyna Berenika Mischuk

”Tak, bo sam powoli dojrzewam do zakupu czytnika, więc śledzę rynek. Jednak technologia rozwija się tak dynamicznie, że jeszcze czekam na taki czytnik, który zaoferuje mi nieco więcej funkcji typowo tabletowych. Mam na myśli pełną dotykowość, możliwości klawiaturowe, jak również dodatkowe funkcje tekstowo-sieciowe.

Marcin Wroński

Liczbę czytników w Polsce oszacowała również na potrzeby raportu o rynku e-booków zarówno firma PocketBook, jak i OnyxBoox. Maksym Zhelezniak, Szef Działu Sprzedaży PocketBook S.A. na obszar Europy Środkowej i Wschodniej twierdzi, że obecnie polski rynek jest gotów przyjąć około 140 000 czytników e-booków rocznie, zaznacza też jednak, że wraz z popularyzacją e-czytelnictwa ta liczba w ciągu najbliższych lat na pewno będzie się zwiększać. *„Firma PocketBook powstała w 2007 roku i w trzy lata później wprowadziła swoją ofertę na polski rynek. Od tej pory zainteresowanie czytnikami tej marki z wyświetlaczami E Ink stale rośnie. Dokładamy wszelkich starań, aby najnowsze produkty szybko trafiały w ręce użytkowników w Polsce. Obecnie PocketBook szacuje, iż jego udział tak istotnym rynku, jakim jest Polska, sięga 20%”.*

Jak twierdzi Maksym Zhelezniak urządzenia firmy PocketBook mają być przede wszystkim wygodne w użytkowaniu i innowacyjne. To absolutne priorytety, z których firma PocketBook uczyniła swoje największe zalety. Latem 2014 r. na polskim rynku pojawił się najnowszy

model marki PocketBook-Aqua. Jest to pierwszy na świecie model całkowicie odporny na kurz i wodę – wręcz idealny do przetestowania podczas wakacyjnych pobytów nad morzem. Przy produkcji czytników PocketBook korzysta z technologii E Ink, która jest bezpieczna dla oczu i umożliwia czytanie nawet w pełnym słońcu. *„Dbamy o to, aby użytkownicy mogli korzystać z czytników w każdej sytuacji – stąd najczęstszym rozmiarem jest popularne 6 cali. Na tylnej ściance naszych urządzeń znajduje się powłoka gumowa, dzięki której nie ślizgają się one w dłoni. Komfort czytników PocketBook to nie tylko ich wygląd. Wnętrza naszych urządzeń kryją w sobie baterie, które pozwalają na czytanie przez miesiąc bez konieczności ich doładowywania, a czytniki mieszczą w sobie do 2000 książek. To cała biblioteka w zasięgu ręki!”* – podkreśla Zhelezniak. Najtańszy czytnik marki PocketBook – model Mini – można kupić już za 279,00 zł.

Paweł Horbaczewski, właściciel firmy Arta Tech, dystrybutora czytników Onyx BOOX twierdzi natomiast, że obecnie cały rynek to ok. 200 000 e-czytników, z czego ok. 50% stanowią czytniki marki Kindle, 40% Onyx Boox i 10% – pozostałe marki. Z danych przedstawionych przez Arta Tech wynika również, że klientami najchętniej decydującymi się na zakup czytnika są osoby w wieku 30–50 lat, mieszkające w dużych miastach, posiadające wyższe wykształcenie i wysokie zarobki.

Co wyróżnia czytniki Onyx BOOX od innych czytników dostępnych na polskim rynku? Według Pawła Horbaczewskiego takich wyróżników jest wiele. Wystarczy wspomnieć choćby o systemie Android z dostępem do milionów aplikacji i e-booków ze sklepu Google Play, który pozwala otwierać e-booki z wielu księgarni na e-czytniku np. Google Play Książki czy Amazon Kindle, najlepszym na świecie syntezytorze mowy IVONA™ czy zaawansowanej technologii przepływu tekstu dla plików PDF, która znacznie ułatwia odczytywanie tego formatu. Najtańszy czytnik marki Onyx Boox – model C65S Classic można kupić już za ok. 269,00 zł.

Cały czas jednak najpopularniejszymi urządzeniami do czytania wśród polskich e-czytelników są czytniki marki Kindle, dostępne w zakresie cenowym od 300 zł do 600 zł. Używane urządzenia można kupić na Allegro już za 150 zł. Amazon jako pierwszy jeszcze w 2012 r. wprowadził na rynek model Paperwhite z podświetlanym ekranem, który umożliwia swobodne czytanie bez męczenia wzroku przy niewielkim oświetleniu z zewnątrz, a nawet w nocy. Warto podkreślić, że czytniki tej marki mają bardzo dobrą opinię wśród czytelników – doceniany jest przede wszystkim ich intuicyjny interfejs, łatwość obsługi, szybkość dostawy oraz niezawodna obsługa klienta. Swoje doświadczenie z reklamacją czytnika Kindle tak oto opisuje Robert Drózd: *„W połowie grudnia 2012 r. zdecydowałem się zareklamować mój czytnik Kindle Keyboard 3G. Od początku bateria nie trzymała tak długo, jakbym tego oczekiwał – zaledwie do 10 dni, podczas gdy inni mówili o miesiącu. Bateria słabła coraz bardziej – ostatecznie przy włączonym 3G czytnik potrafił paść po niecałych dwóch dniach. Awarię zgłosiłem 6 grudnia 2012 r. za pośrednictwem czatu. Za ledwie trzy dni później, 9 grudnia, otrzymałem nowy czytnik”*.

Dla porównania warto przytoczyć badania z 2013 r. przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych, które uznawane są za jeden z najbardziej rozwiniętych krajów pod względem dostępności książek elektronicznych (rynek e-booków w Stanach Zjednoczonych

stanowi ok. 27% całego rynku książki w tym kraju³). Z badań opublikowanych przez Forbes.com wynika, że Amerykanie, podobnie jak Polacy, najchętniej czytają e-booki na czytnikach marki Kindle. I to właściwie jedyne podobieństwo. Na kolejnych miejscach pod względem popularności wśród czytelników ze Stanów Zjednoczonych znajduje się: Ipad, Kindle Fire (tablet), tablety z systemem operacyjnym Android oraz e-czytnik i tablet NOOK⁴. Na polskim rynku czytniki NOOK są właściwie niewidoczne, natomiast do czytania na jakimkolwiek tablecie przyznało się zaledwie 6% ankietowanych. Powstaje pytanie, czy wraz z upowszechnianiem się e-czytelnictwa oraz coraz większą dostępnością e-booków, również u nas tablety zaczną piąć się w górę po szczytach popularności wśród e-czytelników? Tablet staje się coraz popularniejszym urządzeniem domowym, z którego korzystają zarówno dorośli jak i dzieci. Być może w najbliższych latach czytelnicy zamiast kupować e-czytniki, uznają, że tablet, który i tak jest w domu, wystarczy im do odczytywania e-booków. Na razie jednak pozycja e-czytników na polskim rynku pod względem popularności wśród e-czytelników wydaje się być niezagrażona.

Jaki jest styl czytania e-czytelników? Kim jest e-czytelnik?

Jak wskazuje bardzo wysoka średnia liczba książek czytanych przez ankietowanych, czyli aż 2,5 książki na miesiąc, polski eCzytelnik, to osoba ponadprzeciętnie odczytana. Pamiętajmy jednak też, że w badaniach tego typu biorą zazwyczaj udział osoby najbardziej aktywne – te, które dużo i często czytają.

Z przeprowadzonych badań wynika, że 28% respondentów pod względem czytelnictwa to „maratończycy”, czyli osoby, które czytają dużo oraz długo i bardzo cierpliwie realizują swoją listę lektur. Są to raczej osoby, które „wiedzą, czego chcą”. Mają swoich ulubionych autorów i gatunek literacki, któremu są wierni. 24% wybrało opcję „pożeracza książek”, czyli osoby, która czyta w kółko i bez przerwy, nawet kilka pozycji w jednym momencie. 20% e-czytelników to „smakosze”, którzy raz na pewien czas czytają książki, na których im szczególnie zależy. 14% to „sprinterzy”, czytają bardzo intensywnie, nawet kilka pozycji jednocześnie, później mają dość – robią sobie kilkunastodniową przerwę i ponownie wracają do lektury. Zaledwie 4% ankietowanych to „autostopowicze”, czyli osoby, które czytają raz na pewien czas książki polecane przez znajomych lub media. 10% preferuje jeszcze inny styl czytania.

Gdzie i jak czytamy?

Na to pytanie odpowiedziały wyniki drugiego badania przeprowadzonego przez Virtualo we współpracy z GRAPE UW. Badanie nad piractwem wykonano w maju 2014 na próbie 1890 osób zawierały również pytania o nawyki czytelnicze Klientów sklepu Virtualo.pl.

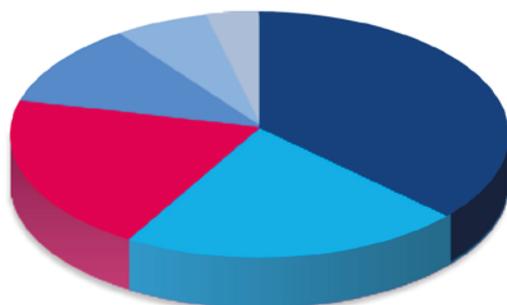
Czytamy przede wszystkim w czasie wolnym w domu (85%) lub dojeżdżając do domu/pracy (61%), czy na wakacjach (56%). Audiobooków za to najczęściej słuchamy przemieszczając się.

³ <http://www.digitalbookworld.com/2014/ebook-growth-slows-to-single-digits-in-u-s-in-2013/>

⁴ <http://www.forbes.com/sites/jeremygreenfield/2013/10/30/kindle-most-popular-device-for-ebooks-beating-out-ipad-tablets-on-the-rise/>

Jaki jest styl czytania e-czytelników?

(single-choice)



- 1. maratończyk (czytam dużo, ale długo, cierpliwie realizuję moją listę) - 28%
- 2. połykacz książek (czytam w kółko i bez przerwy, kilka naraz!) - 24%
- 3. smakosz (czytam sobie raz na pewien czas książki, na których mi szczególnie zależy) 20%
- 4. sprinter (czytam kilka pozycji, przestaję, znów czytam i znów mam dość) - 14%
- 5. jeszcze inaczej - 10%
- 6. autostopowicz (czytam raz na jakiś czas książki polecane przez znajomych lub media) - 4%

Klienci, którzy kupują i czytają e-booki zdecydowanie najczęściej wykorzystują w tym celu czytnik e-booków (86%). Korzystają z niego zarówno osoby młodsze, jak i starsze. Znacznie mniej osób odczytuje e-booki na tablecie lub komputerze (27%) oraz telefonu komórkowego (14%). Wśród osób słuchających audiobooki największą popularnością cieszą się telefon komórkowy i odtwarzacz mp3.

Dla większości klientów Virtualo (75%) kupienie e-booka lub audiobooka w księgarni internetowej jest najwygodniejszą metodą pozyskania książki elektronicznej, wygodniejszą niż „spiracenie” (tylko 15% wskazało, że łatwiej jest ściągnąć je z innych – potencjalnie nieautoryzowanych – źródeł internetowych). Za najmniej wygodne rozwiązanie czytelnicy uznali zakup e-booka w sklepie stacjonarnym.

Pierwsza ogólnopolska akcja „Czytnikoliczenie” oraz badania przeprowadzone z instytutem GRAPE UW umożliwiły nam dotarcie do najbardziej „zacytanej” grupy e-czytelników, czyli osób, które same siebie określiły mianem „pożeraczy książek” lub „maratończyków”. Przeciętny e-czytelnik czyta dużo – średnio ok. 30 książek rocznie. Jest to niewątpliwie związane z coraz większą dostępnością najnowszych tytułów w wersji elektronicznej oraz możliwością ich zamówienia o dowolnej porze dnia – w ciągu kilku sekund od dokonania płatności można już czytać zakupionego e-booka na czytniku.

Polski rynek e-booków cały czas jest w fazie dynamicznego rozwoju, bardzo możliwe, że w ciągu najbliższych miesięcy profil e-czytelnika bardzo się zmieni. Czy tak będzie na pewno pokażą wyniki drugiego ogólnopolskiego „Czytnikoliczenia”, które odbędzie się już w przyszłym roku.

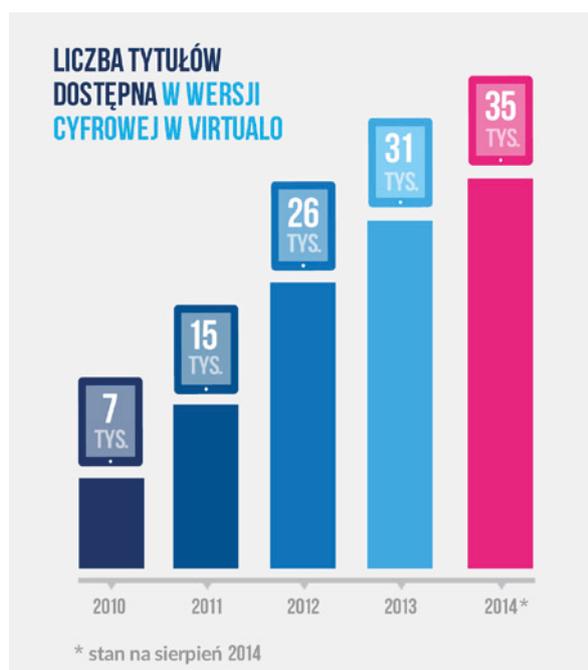
Wyzwania: Liczba tytułów, polityka cenowa, aktywność wydawców, autorów i sklepów



Wyzwanie 1: Więcej tytułów

Do połowy 2014 r. w wersji cyfrowej dostępnych było prawie 35 tysięcy tytułów, a po wyłączeniu klasyki i tytułów niekomercyjnych 20 tysięcy. *„Nie jest to zły wynik, ale zdajemy sobie sprawę z tego, że jest jeszcze bardzo dużo tytułów niedostępnych w wersji cyfrowej, na czym zyskują portale z nielegalnym kontentem”* – komentuje Robert Rybski, Prezes Virtualo. Czytelnik, który nie znajduje poszukiwanej przez siebie książki w księgarni internetowej, bardziej skłonny jest odnaleźć ją na stronach z „pirackimi” e-bookami. Dlatego tak istotne jest, aby jak największa liczba książek dostępna była w wersji elektronicznej – zyskują na tym zarówno klienci, którzy otrzymują legalny, dobrej jakości plik, jak i wydawcy, których książki w mniejszym stopniu pobierane są z nielegalnych źródeł.

Obecnie większość nowych tytułów wprowadzanych do sprzedaży pojawia się jednocześnie w wersji drukowanej i elektronicznej, jednak wiele książek wydanych przed 2010 r., czyli przed momentem który uznajemy za początek rynku e-booków w Polsce, jest jeszcze niedostępna w formie e-booka. W wersji elektronicznej nie znajdziemy m.in. wielu



e-booków zaliczanych do klasyki gatunku np. „Ulissesa” Jamesa Joyca, książek Julio Cortazara czy Gabriela Garcii Marqueza. Dopiero w marcu 2014 r. do oferty zostały wprowadzone e-booki Helen Fielding (wydawnictwo Zysk i Ska) z kultowymi przygodami Bridget Jones. Od czerwca w wersji elektronicznej dostępna jest najgłośniejsza powieść Ericha Marii Remarque’a „Na zachodzie bez zmian” (Dom Wydawniczy Rebis), a od lipca – książki Katarzyny Grocholi (Wydawnictwo Literackie). Z drugiej strony jednak ogromna większość tytułów najpopularniejszych autorów jest już jednak dostępna w wersji elektronicznej. Wystarczy wspomnieć choćby: Dana Browna, Roberta Galbrighta (J.K.Rowling), Johna Grishama, Stephen Kinga, Joannę

Bator czy Mariusza Szczygła. *„Cały czas szukamy szans, aby wzrost na rynku e-booków notował wyniki trzycyfrowe. Bardzo uważnie analizujemy strukturę sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi z obszaru business intelligence. Wyniki wskazują na to, że jedną z głównych blokad bardziej dynamicznego rozwoju rynku e-booków jest nadal słaba dostępność tytułów z tzw. back-listy”* – dodaje Robert Rybski.

Mimo wprowadzania nowych tytułów do oferty nie obserwujemy jednak dużej dynamiki wzrostu liczby digitalizowanych tytułów. W Niemczech aż 84 proc. wydawców oferuje czytelnikom swoje e-booki, w Polsce około 1000, czyli około 30 proc. wydawców, którzy regularnie wydają nowe publikacje i mają ich co najmniej kilkanaście. *„Jeszcze trzy lata temu zakładaliśmy, że do 2015 roku na polskim rynku 30 tys. tytułów komercyjnych, tymczasem jest ich obecnie 19 tys. Jeżeli klienci mają wybrać e-booki, muszą mieć większy, jeszcze wygodniejszy i dodatkowo legalny wybór. Dużo się udało osiągnąć, ale wiele pracy jeszcze przed nami, aby rynek był znacznie większy”* – dodaje Robert Rybski. Wydawcy cały czas jednak pracują nad tym, aby coraz więcej ich e-booków (również tych z backkatalogu) dostępnych było w ofercie. Zapewnienie o renegocjacji umów i chęci wprowadzenia kolejnych tytułów do oferty otrzymaliśmy m.in. od wydawnictw: Harlequin Polska czy Domu Wydawniczego Rebis. Małgorzata Rzepkowska z GW Foksal twierdzi, że wprowadzenie do oferty tytułów wydanych przed 2010 rokiem nie jest jednak prostym procesem – *„stopniowo digitalizujemy back katalog. Jednak jest to trudne przedsięwzięcie, wymaga bowiem pozyskiwania praw (nie tylko do treści, ale również ewentualnych ilustracji, zdjęć okładkowych etc.) oraz kompletowania materiałów do digitalizacji. PDFy do druku nie nadają się do tego celu. Poza tym mamy ogromną ilość premier w planie wydawniczym. Teraz przygotowujemy edycję laureata Nagrody Nobla – Jean-Marie Gustave’a Le Clezio”*. Nie możemy więc zakładać, że wszystkie tytuły danego wydawnictwa od razu dostępne będą również w wersji elektronicznej, a wprowadzenie do oferty tytułów opublikowanych w wersji drukowanej przed 2010 rokiem na pewno zajmie wydawcom przynajmniej jeszcze kilka lat.

Jedną z istotnych kwestii pod względem dostępności tytułów jest też sama polityka wydawców dotycząca wprowadzania do oferty nowości. Od 2010 roku, kiedy e-book pojawiał się kilka czy nawet kilkanaście tygodni po premierze wersji drukowanej, zaszły ogromne zmiany. Obecnie w większości przypadków e-book i wersja drukowana są dostępne już tego samego dnia. Nierzadko zdarza się też, że pojawienie się e-booka wyprzedza premierę wersji drukowanej. Tak było np. w przypadku najnowszej książki Janusza L. Wiśniewskiego opublikowanej przez wydawnictwo Wielka Litera pt. „Grand”. E-book w księgarniach internetowych Empik.com i Virtualo.pl był dostępny już 14 maja 2014 r., premiera wersji drukowanej odbyła się tydzień później. Podobna sytuacja miała miejsce m.in. z e-bookiem „Trafny wybór” J.K. Rowling dostępnym przedpremierowo w e-księgarni Woblink.com. Na to, jak ważne jest wprowadzanie jak największej liczby tytułów w wersji elektronicznej do oferty wydawnictwa, zwraca również uwagę Piotr Matłoka z Domu Wydawniczego Rebis: *„Moim zdaniem wydawcy chcąc odnieść sukces na rynku e-booków, muszą jak największą część swojej oferty konwertować do wersji «e», nie bać się równoczesnego wydawania wersji tradycyjnej i elektronicznej, odpowiadać na potrzeby czytelników w kwestii poszerzenia tzw. backkatalogu. Jednocześnie muszą też zadbać o właściwą jakość książek w wersji e-book. Długi czas ten element szwankował, a e-booki miały po prostu masę błędów wynikających ze słabej konwersji co odstręczało od korzystania z nich. Obecnie wygląda to dużo lepiej”*.

Analizując listę bestsellerów empik.com okazuje się, że spośród 100 książek najpopularniejszych na początku sierpnia 2014 r. ponad 70% była dostępna również w wersji elektronicznej, w tym największe hity takiej jak „Zdrada” Paulo Coelho – książka wydana przez wydawnictwo Drzewo Babel, „Gwiazd naszych wina” Johna Greena wydawnictwa Bukowy Las czy „Stulatek, który wyskoczył przez okno i zniknął” Jonasa Jonassona wydawnictwa Świat Książki. Również Robert Drózd na swojej stronie ŚwiatCzytników.pl publikuje co miesiąc podsumowania dotyczące liczby najpopularniejszych tytułów w danym miesiącu dostępnych również w wersji elektronicznej (na podstawie listy bestsellerów Magazynu Literackiego KSIĄŻKI). Zgodnie z zestawieniem zaprezentowanym przez Roberta Drozda w lipcu 2014 r. w wersji elektronicznej dostępnych było aż 28 z 30 najpopularniejszych książek. Zabrakło jedynie „Przepisu na sukces Ewy Chodakowskiej” wydawnictwa K.E.Liber (od września 2014 r. w wersji elektronicznej dostępna jest jednak inna książka autorki – „Zmień swoje życie z Ewą Chodakowską”) oraz „Życie ma smak” Małgorzaty Kalicińskiej wydawnictwa Filia (w wersji elektronicznej dostępne są jednak wcześniejsze tytuły autorki, jest więc szansa, że również ten tytuł w najbliższym czasie będzie dostępny w wersji na e-czytnik).

Cały czas zdarza się jednak, że wydawcy opóźniają premierę e-booka i wydają go po ok. 4–8 tygodniach od momentu premiery wersji drukowanej. Taką politykę ma m.in. wydawnictwo Prószyński Media czy Fabryka Słów. W tym kontekście warto też przypomnieć sprawę związaną z najnowszą książką Andrzeja Sapkowskiego pt. „Sezon burz”, wydaną pod koniec października 2013 r. przez wydawnictwo SuperNowa. Wydawca właściwie od początku zapowiadał, że książka ukaże się wyłącznie w wersji drukowanej, co wzbudziło ogromne niezadowolenie e-czytelników. Mimo licznych telefonów i maili do wydawnictwa na rynku cały czas obecna była wyłącznie wersja drukowana, którą ktoś zeskanował, wrzucił do Internetu i... oto e-book był gotowy. Ostatecznie po tym wydarzeniu wydawnictwo zdecydowało się na udostępnienie oficjalnej wersji e-booka, jednak straty, które poniósł wydawca nie wsłuchując się w głos czytelników chcących legalnie kupić książkę w wersji elektronicznej, są właściwie nie do oszacowania.

Coraz mniej istotnym, jednak nadal aktualnym problemem pozostaje dostępność części tytułów wyłącznie w formacie EPUB z zabezpieczeniem DRM. W takiej wersji znajdziemy m.in. popularne książki Philippy Gregory wydane przez Książnicę czy tytuły Artura Pereza Revertego. Warto jednak podkreślić, że zastosowanie zabezpieczenia Adobe DRM nie wynika ze złej woli wydawcy czy dystrybutora, a z zapisów zawartych w umowach licencyjnych, które w niektórych wypadkach nie pozwalają wydawcy na zastosowanie zabezpieczenia watermark.

Wyzwanie 2: Ile powinien kosztować e-book? Tyle, ile Klient chce zapłacić

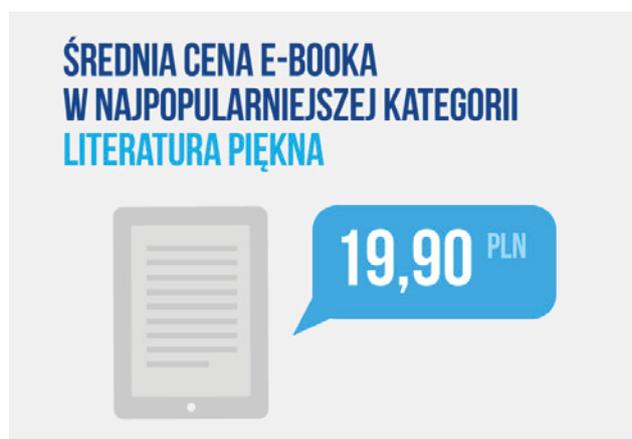
Sklepy wyspecjalizowane w sprzedaży e-booków prowadzą bardzo aktywną politykę promocyjną, która ma na celu zachęcić Klientów do czytania e-książek. Obok takich cech jak wygoda i możliwość szybkiego zakupu, bardzo dużą rolę odgrywa również cena, która musi być korzystniejsza od ceny książki papierowej. E-booki są niestety opodatkowane 23% VATem, który percepcję ceny znacznie pogarsza. Virtualo przyznaje, że istnieje

problem z dynamicznym wzrostem sprzedaży niektórych wydawnictw, które do swojej polityki cenowej podchodzą najbardziej konserwatywnie.

„Najszybciej rośnie sprzedaż wydawnictw, które są w swoich działaniach odważniejsze. 10% rabatu na rynku cyfrowym nie spotyka się z wielkim zainteresowaniem klientów” – mówi Małgorzata Błaszczyk, marketing manager Virtualo. „Klienci oczekują zniżek rzędu 50 proc., gdyż według ich intuicji tyle powinien kosztować e-book. Wzrosty sprzedaży są generowane głównie wtedy, kiedy robimy duże akcje promocyjne. Sprawy nie ułatwia dodatkowo 23-proc. stawka VAT, która sztucznie podnosi cenę, przez co w percepcji klienta jest ona jeszcze mniej atrakcyjna” – dodaje.

Z ankiety sklepu Virtualo.pl przeprowadzonej na próbie 700 respondentów na początku 2013 roku wynika, że 70 proc. klientów życzyłoby sobie, aby cena e-booka było o 50 proc. niższa od ceny wersji papierowej. Tylko 11 proc. respondentów wskazało odpowiedź, że zaakceptowałiby cenę o 10–20 proc. niższą od ceny wydania papierowego, a na taką politykę cenową decydują się niektórzy wydawcy. Wśród 16 proc. innych odpowiedzi najczęściej pojawiała się cena 9,90 zł. W sieci sprzedaży Virtualo średnia cena e-booka w najbardziej popularnej kategorii beletrystyka wynosi 19,90zł. Amazon premiuje natomiast zakres cenowy od 2,99 dolara do 9,99 dolara i ustanowił tym samym nową praktykę rynkową w USA, z którą długo walczyła wielka „wielka piątka” tamtejszych wydawców. Jednak bezskutecznie – większość sprzedawanego przez Amazon contentu mieści się w USA w tym zakresie cenowym.

Warto postuchać samych wydawców, którzy zwracają uwagę na jeszcze jeden ważny aspekt kosztowy biznesu wydawniczego. Marek Dobrowolski, szef handlowy wydawnictwa Nasza Księgarnia i prezes zarządu Platformy Dystrybucyjnej Wydawnictw Sp. z o.o. na temat polityki cenowej wypowiedział się w ten sposób: *„Oczywiście zdaję sobie sprawę z zasady obowiązującej w handlu, że produkt powinien kosztować tyle, ile skłonni są za niego zapłacić klienci. A mamy taką sytuację, wykreowaną przez nas wszystkich, że pogoń klientów za promocjami na e-booki wymusza bardzo znaczące obniżanie cen detalicznych. Kłopot w tym, że te ceny promocyjne nie mają nic wspólnego z kalkulacją kosztów na dany produkt – książkę, choć wydaną nie w wersji tradycyjnej, a elektronicznej. Gdybyśmy brali, wydawcy, pod uwagę przede wszystkim kalkulację kosztów, to książka elektroniczna nie powinna być tańsza od jej «siostry» drukowanej więcej niż 10–15 proc. Wydawcy obniżają ceny promocyjnie nawet na hity, evergreeny, nowości o 50 proc. i więcej, bo traktują e-booki jako wsparcie sprzedaży książki tradycyjnej. E-book staje się de facto nośnikiem reklamy książki drukowanej. Dystrybutorzy i specjaliści w zakresie analizy rynków elektronicznych bardzo długo sugerowali, że takie obniżki spowodują wielokrotne zwiększenie grupy docelowej, zainteresowanej kupnem książki. Że poszerzy to po prostu grupę odbiorców książek, w ogóle. Jak to się jednak ma z prognozowanym wzrostem sprzedaży e-booków, wspominałem już wyżej. Inna sprawa, już zupełnie kuriozalna, że część «specjalistów» często powtarza, że książka elektroniczna jest za droga, stąd stosunkowo słabe wzrosty sprzedaży. Równie dobrze można by uznać, że książka drukowana też jest w Polsce za droga, bo czytelnictwo mamy w kraju na wielokrotnie niższym poziomie, niż dla przykładu w Czechach. A jaka jest rzeczywista cena książki zarówno cyfrowej, jak i drukowanej, po uwzględnieniu wszystkich rabatów i promocji, widać gołym okiem. Sęk w tym, że na dłuższą metę taka polityka cenowa, z punktu widzenia ekonomiki całego biznesu, jest nie do utrzymania”.*



Anna Juskiewicz z wydawnictwa Czarne dodaje: „wiemy, że czytelnicy chcieliby usłyszeć, że e-book powinien kosztować jak najmniej. Niestety jest to sprawa bardziej skomplikowana z punktu widzenia wydawcy. Na pewno dokładamy wszelkich starań, by Czytelnicy dostawali w swoje ręce świetny produkt – najlepszej jakości i w rozsądnej cenie, z reguły znacząco niższej niż cena egzemplarza papierowego”.

W połowie 2014 r. wydawnictwo Harlequin Polska postanowiło być bardziej konkurencyjne cenowo i podjęło decyzję o długoterminowej obniżce cen większości swoich e-booków średnio o 33 proc. „Proponujemy czytelnikom częste rabaty i promocje cenowe, a jednocześnie szukamy dodatkowych, bardziej twórczych sposobów promowania e-booków. Aktywnie inwestujemy też w promocję formatu cyfrowego w mediach internetowych i tradycyjnych. Wsłuchujemy się w sygnały z rynku” – mówi Magdalena Żelazowska, Brand Manager z wydawnictwa Harlequin Polska. Jak dodaje: „co do polityki cenowej, to prawda, że

przy e-booku nie ponosimy kosztu druku, jednak jest on tylko ułamkiem całkowitej ceny. Za cenę e-booka kryje się wynagrodzenie za pracę wielu ludzi, min. autora, redakcji, korektora, grafika, pracowników wydawnictwa i dystrybutorów. Nie zapominajmy też o tym, że stawka podatku VAT na e-booki to wciąż 23 proc., a nie 5 proc., jak w przypadku książek papierowych. Dlatego e-book nie powinien kosztować mniej niż dwadzieścia kilka złotych. Radykalne obniżanie cen e-booków może być niebezpieczne dla rozwoju całego rynku, który nie będzie rentowny”.

O „słusznej cenie” e-booków wypowiedział się również właściciel serwisu SwiatCzytnikow.pl, Robert Drózd: „dla miłośników książek ceny są w sam raz. Będąc odpowiednio cierpliwym można trafić na bardzo ciekawe okazje i w zasadzie większość tytułów kupować po kilkanaście złotych. Dla osób, które przypadkowo zaglądną do księgarni z e-bookami ceny mogą wydawać się za wysokie – bo patrzą najczęściej nie na promocje, tylko na ceny regularne, a te porównują z cenami książek papierowych. Jeśli przeciętny człowiek widzi e-booka za 26 złotych, a książkę papierową z wysyłką z tańszej księgarni ma za 22 złote – to pyta, o co tu właściwie chodzi”. Na pierwszy rzut oka dla wielu e-czytelników ta deklaracja może być zadziwiająca, gdyż to właśnie wśród osób odwiedzających regularnie serwis Roberta Drozda niejednokrotnie padały słowa krytyki w kierunku zbyt wysokich cen e-booków. Oznacza to jednak de facto, że ceny dla czytelników są odpowiednie, tylko i wyłącznie

w przypadku, gdy e-book z ceną regularną powyżej 20 zł dostępny jest w ramach promocji obniżającej jego cenę poniżej tej wartości.

Marcin Łukiańczyk, właściciel UpolujEbooka.pl i autor najbardziej zaawansowanych narzędzi do śledzenia cen na rynku e-booków, kwestię cen książek elektronicznych komentuje tak: *„Kiedyś uważałem, że ceny powinny być na poziomie 10–15 zł i w tej cenie głównie kupowałem e-booki. Okazało się, że to zachłyśnięcie było złudne, kupiłem wiele e-booków tylko po to, aby je mieć, nie przeczytać. Teraz jeśli mam na coś ochotę to po prostu kupuję w takiej cenie jaka jest. Uważam, że 20–30% różnicy w cenie pomiędzy cyfrową, a analogową wersją jest wystarczające”*.

Jak kształtują się różnice pomiędzy ceną katalogową a ceną promocyjną e-booków? Z danych Virtualo wynika, że obecnie najdroższe są książki z kategorii literatura faktu, do których zaliczamy m.in. antologie, biografie, reportaże, literaturę podróżniczą. Przyznać jednak trzeba, że książki te również w wersji drukowanej mają dość wysokie ceny, a e-booki zazwyczaj są od nich o ok. 20% tańsze. Przykładem może być najnowszy e-book wydawnictwa WAB „Warszawa 1944. Tragiczne powstanie” przypisany do literatury faktu, który kosztuje 55,99 zł (wersja drukowana dostępna jest w cenie 69,99 zł, czyli e-book jest tańszy o 20%) czy bestseller ostatnich miesięcy „100/XX. Antologia polskiego reportażu XX wieku. Tom 1–2” pod redakcją Mariusza Szczygła (wydawnictwo Czarne). Tytuł ten w wersji elektronicznej podzielony jest na dwa oddzielne e-booki, z których każdy kosztuje 49,90 zł. Ta sama książka w wersji drukowanej sprzedawana jest „w pakiecie” za 159,00 zł (koszt dwóch e-booków to 99,80 zł, czyli wersja elektroniczna jest aż o 38% tańsza od wersji drukowanej). Najtańsze okazały się książki z kategorii literatura piękna (średnia cena e-booka w tej kategorii to 24,79 zł), jednak różnica między tą kategorią a fantastyką (średnia cena 25,62 zł) czy kryminałami (średnia cena 25,25 zł) jest niewielka i wynosi mniej niż 1,00 zł. Warto jednak zwrócić uwagę, że ze względu na specyfikę rynku e-booków ceny e-książek bardzo często obniżane są w ramach różnych akcji promocyjnych, a rabaty w przypadku każdej kategorii stanowią ponad 30% ceny katalogowej e-booka. Kupując wersję elektroniczną książki czytelnik może więc zapłacić nawet 40–50% mniej niż gdyby kupował jej wersję drukowaną. Co ważne, tak wysokie promocje w przypadku e-booków dostępne są często nawet kilka tygodni po premierze danej książki, co w wypadku wersji drukowanej zdarza się niezwykle rzadko.

Wyzwanie 3: promocja rynku e-booków, współpraca z Autorami

Rynek e-booków w Polsce jest jeszcze bardzo młody – żeby mógł w pełni rozwinąć skrzydła potrzebuje aktywnej promocji ze strony głównych podmiotów – wydawców, księgarń, a także portali zajmujących się czytelnictwem (i e-czytelnictwem). Robert Drózd twierdzi, że zbyt słabe promowanie e-booków jest właśnie jedną z głównych przyczyn hamujących rozwój rynku w Polsce. *„Odnoszę wrażenie, że wydawnictwa traktują czytelników wersji elektronicznych jak zagrożenie dla sprzedaży papieru. Mimo tego, że mają e-booki w ofercie, wcale tego nie komunikują. Warszawskie Targi Książki w maju 2014 były świętem papieru – większość wydawców nawet nie wspominała, że ma e-booki. Jak ma więc rozwijać się rynek, skoro główni gracze nie są nim zainteresowani? Uważam to za bardzo*

krótkowzroczne podejście, które może skończyć się tym, że za parę lat zapanuje Amazon, a polscy wydawcy będą ronili krokodyle łzy, podobnie jak to robi obecnie Hachette” – twierdzi Drózd. O małym zaangażowaniu wydawnictw w promocję e-booków (poza udzieleniem dodatkowego rabatu) wspomina też Paulina Poniewska z serwisu Bookto.pl.

Promowanie e-booków na polskim rynku przez długi czas rzeczywiście było powiązane przede wszystkim z obniżką ceny na daną książkę. *„Cena 9,90 lub rabat 50% na znany tytuł skutecznie kierowały uwagę czytelników na rynek e-booków. Był to jeden z najszybszych sposobów, aby zaznaczyć, że dany tytuł jest już dostępny i zainteresować nim klientów. Widzimy jednak, że czytelnicy oczekują obecnie czegoś więcej niż zwykłej promocji cenowej. Najlepiej jeśli tego typu promocja połączona jest z szerszymi działaniami zapewniającymi czytelnikom możliwość interakcji z ulubionymi pisarzami. I właśnie takie akcje promocyjne dla naszych klientów (obecnych i przyszłych) staramy się przygotowywać*” – twierdzi Martyna Bednarczyk, Koordynator ds. marketingu w Virtualo. Jedną z pierwszych akcji Virtualo przeprowadzonych na dużą skalę było Ebook Fun Zone – event, który podczas Targów Książki w Krakowie w 2012 r. przyciągnął dziesiątki czytelników e-booków i audiobooków. Uczestnicy wydarzenia brali udział w quizie wiedzy – pytania dotyczyły rynku książki, najpopularniejszych autorów, e-booków i audiobooków. Zwycięzcy otrzymywali czytniki marki PocketBook, a pozostali uczestnicy – vouchery na e-książki ufundowane przez wydawnictwo Czarna Owca, Dom Wydawniczy Rebis, Wydawnictwo Literackie, Naszą Księgarnię, G+J (obecnie Burda Książki) i Bibliotekę Akustyczną. Event cieszył się ogromną popularnością wśród czytelników, a w maju 2013 r. została przeprowadzona jego druga edycja (tym razem za pośrednictwem specjalnej aplikacji na Facebooku).

Również sami wydawcy coraz częściej zaczynają zauważać potrzebę promowania e-booków w inny sposób niż wyłącznie za pośrednictwem promocji cenowych. Przykładem takich działań mogą być np. billboardy wydawnictwa Albatros promujące najnowsze tytuły, na których znajduje się informacja, że książka dostępna jest również w wersji elektronicznej jako e-book i/lub audiobook. Na stronie wydawnictwa na karcie produktu również znajdziemy informację o tym, czy tytuł będzie dostępny jako e-book. Coraz częściej w ramach promocji danego tytułu wydawcy decydują się na udostępnienie darmowego fragmentu przed oficjalną premierą książki lub umieszczenie kodu QR prowadzącego do fragmentu e-booka na materiałach reklamowych (tak było m.in. w przypadku książki „Warszawa 1944. Tragiczne powstanie” opublikowanej przez wydawnictwo WAB). Wydawcy promują e-booki również przy okazji różnych wydarzeń kulturalnych (np. ulotki z kodami na e-booki



GW Foksal rozdawane podczas festiwalu OPENER). Kody umożliwiające dokonanie zakupu w promocyjnych cenach wybranych e-booków wydawnictwa Burda Media pojawiły się też ostatnio (lipiec–sierpień 2014 r.) w popularnych gazetach Focus i Claudia. Jeszcze w 2012 r. Empik wraz z wybranymi wydawcami udostępniał bundle – po zakupie wybranej książki w wersji drukowanej, czytelnik otrzymywał kod, dzięki któremu mógł pobrać ten sam tytuł również w wersji elektronicznej bez dodatkowych opłat. Warto też wspomnieć o ciekawej akcji organizowanej w 2014 r. przez Publio.pl, wydawnictwo SQN i firmę Lubella, podczas której do popularnych płatków śniadaniowych dla dzieci, dokładane było kody, umożliwiające darmowe pobranie biografii jednej z trzech gwiazd mundialu – Messiego, Ronaldo, Neymara.

Co ciekawe również sami autorzy coraz chętniej włączają się w liczne promocje e-booków. Virtualo już od kilku lat przeprowadza akcje promocyjne, w które zaangażowani są autorzy. Na Targach Książki w Krakowie w 2012 r. e-czytelnicy na stoisku Virtualo mieli możliwość spotkać się z autorami związanymi z Wydawnictwem Czarne – Jackiem Hugo-Baderem, który opowiadał o swojej najnowszej książce „Dzienniki kołymyjskie” i Andrzejem Dybczakiem, który promował e-booka „Gugara”. Pół roku później, w konkursie organizowanym z okazji Światowego Tygodnia E-Książki, uczestnicy mogli wygrać pakiet e-czytelnika, w skład którego wchodził zapas e-booków, ładowarka solarna umożliwiająca naładowanie czytnika w każdych warunkach oraz kubek termiczny z autografem Mariusza Szczygła i Jacka Hugo-Badera.

Ciekawą akcją z udziałem autorów Virtualo zorganizowało również w kwietniu 2014 r. z okazji Światowego Tygodnia Książki. Udział w akcji wzięli popularni polscy pisarze: Mariusz Szczygieł, Magdalena Witkiewicz, Jakub Ćwiek, Katarzyna Berenika Mischczuk, Marcin Wroński, Małgorzata Gutowska-Adamczyk i Beata Pawlikowska. Akcja przeprowadzona została pod hasłem „E-book też książka – przetestowane przez autorów”. Autorzy w ramach wirtualnego eventu otrzymali pytania, które sprawdzały, w jakim stopniu znane są im zagadnienia związane z rynkiem e-booków. Uczestnikom akcji udostępniliśmy odpowiedzi autorów – ich zadaniem było podanie imienia i nazwiska autora, który „kryje się” za poszczególnymi cytatami.

Pytania:

- Czy odróżnia Pan różne marki czytników?**
- Czy wie Pan jakie są formaty ebooków?**
- Co to jest watermark? (A czym był DRM?)**
- Co sądzi Pan o 23% stawce VAT na ebooki?**
- Czy czyta Pan e-booki?**
- Czy cieszy się Pan, że również Pana książki są dostępne w wersji e?**
- Czy cieszy się Pan/i, że również Pana/i książki są dostępne w wersji e?**

”Owszem, to poszerza krąg odbiorców.

Małgorzata Gutowska-Adamczyk

”Jasne, bo dzięki temu nie muszę je dźwigać na spotkania autorskie i jeśli chcę coś publiczności przeczytać, to sięgam do czytnika. Szkoda, że w Czechach e-booki nie są tak popularne. I w dodatku nazywają się e-książki. Czesi, kiedy tylko mogą, to unikają obcych nazw. Są to wielcy patrioci języka, w przeciwieństwie do Polaków. Nawet komputer nie nazywa się u nich komputer.

Mariusz Szczygiel

”Tak, bardzo się cieszę. Dzięki temu mam wiele czytelniczek spoza granic naszego kraju. Z Kanady, czy ze Stanów. I także mężczyźni piszą do mnie, którzy kupili moje książki w formie e-booka. Coraz więcej osób czyta e-booki. Bo czyż to nie jest super, gdy wyjeżdżasz na wakacje i w każdej chwili możesz sięgnąć po nową książkę?

Magdalena Witkiewicz

”Cieszę się, że moje książki dostępne są w takiej formie z jakiej korzystają czytelnicy. A że rynek e się rozwija, to radość dla mnie, że wydawcy idą z duchem czasu i oferują moje tytuły w takiej formie.

Jakub Ćwiek

”Oczywiście, że cieszę się z tego powodu! Dzięki temu moje powieści mogą dotrzeć do szerszego grona odbiorców.

Katarzyna Berenika Miszczuk

Kilka tygodni po akcji „E-book też książka – przetestowane przez autorów”, w której udział wzięło ponad 1000 uczestników, Virtualo wraz z wydawnictwem Wielka Litera przygotowało akcję promocyjną pt. „Jak powstaje książka i e-book od kuchni”. Akcja została przygotowana z okazji premiery najnowszego e-booka Janusza L. Wiśniewskiego pt. „Grand”, a zaangażowany w nią był sam autor. Uczestnicy akcji mogli dowiedzieć się wielu interesujących szczegółów na temat procesu powstawania książki i e-booka oraz wcielić się w rolę redaktora lub pracownika działu marketingu i przygotować akcję promocyjną książki. Nagrodami były m.in. najnowsze e-booki Janusza L. Wiśniewskiego oraz antyramy z autografem autora.

Pod względem angażowania autorów u wydawców w działania promocyjne, uwagę przyciąga również Wakacyjna Lista Osobista organizowana przez Publio.pl. W 2014 r. odbyła się druga edycja listy. W każdej z edycji osoby związane z rynkiem książki – m.in. pisarze i blogerzy polecali najciekawsze książki na lato. Wśród osób polecających znaleźli się m.in. laureat Paszportu Polityki 2010 r. Ignacy Karpowicz oraz Jakub Ćwiek.

Mimo iż rynek e-booków nie jest jeszcze tak rozwinięty jak rynek książki drukowanej zarówno księgarnie internetowe, jak i wydawcy, a coraz częściej również sami autorzy widzą potrzebę aktywnej promocji e-booków polegającej nie tylko na udzielaniu rabatów i przyciąganiu nowych e-czytelników atrakcyjną ceną, ale przede wszystkim na działaniach nastawionych na edukowanie i informowanie o tej nowej formie czytelnictwa. Na pewno pomysłów na kreatywne akcje promocyjne w najbliższym czasie nie zabraknie, a o e-bookach i audiobookach będzie coraz głośniej.

Przeszkody i hamulce strukturalne



Przeszkoda rynkowa nr 1: VAT na e-booki

Zarówno dystrybutorzy jak i wydawcy z nadzieją spoglądają na kwestie obniżenia VATu na e-booki. W maju 2014 Virtualo wystąpiło z wnioskiem do Ministerstwa Finansów o udostępnienie informacji publicznej na temat postępu prac nad zrównaniem stawki podatku VATu książek papierowych i elektronicznych, czyli zmniejszenie jej z 23% do 5%. W odpowiedzi Ministerstwo Finansów zadeklarowało swoje jednoznaczne poparcie dla ujednoczenia stawki VAT na podobne towary i usługi dostępne w świecie online i fizycznym, czyli w tym również na książki w wersji drukowanej i elektronicznej. Niestety zgodnie z dyrektywą 2006/112/WE Polska oraz inne kraje członkowskie Unii Europejskiej nie mają na razie możliwości zmniejszenia stawki VAT na usługi elektroniczne. Warto zauważyć, że zgodnie z dyrektywą unijną e-booki dostarczane w wersji elektronicznej są traktowane właśnie jako usługa, a nie jako towar (taki status mają e-książki dostępne na nośnikach elektronicznych np. płytach oraz książki w wersji drukowanej), co jest główną przyczyną różnic w stawkach VAT na te produkty. Co więcej, zdaniem Ministerstwa Finansów zmniejszenie stawki VAT na e-booki do poziomu 5% w 2014 r. przyniosłoby straty w budżecie państwa na poziomie 30 mln zł. Jako podstawę do tych wyliczeń Ministerstwo Finansów przyjęło jednak dane opublikowane w 2012 r. przez Bibliotekę Analiz, które szacowały wielkość rynku na 50 mln zł.

Autorzy oceniają stawkę VAT

Wszyscy autorzy zapytani o opinię na temat wysokości stawki VAT na e-booki w ramach akcji „E-book też książka – przetestowane przez autorów” stwierdzili, że przeszkadza ona w rozwoju rynku. Obecnie VAT stanowi dużą część (można nawet stwierdzić, że zbyt dużą) ceny książki cyfrowej, co niestety ma niekorzystny wpływ na sposób postrzegania jej przez czytelników. Jak twierdzi Marcin Łukiańczyk: „*Wiele osób nie zdaje sobie sprawy, że nasz nieszczęsny VAT (23%) jest jednym z elementów narzucających wyższe ceny, przez co hamuje rozwój tego rynku w Polsce*”. Podobne zdanie na ten temat mają zarówno Paulina Poniewska, jak i Robert Drózd. Warto jednak dowiedzieć się, co o wysokości stawki VAT na e-książki sądzą sami autorzy.

Co sądzą Pan/i o 23% stawce VAT na ebooki?

” Jest podwójnie skandaliczna, po pierwsze dlatego, że różnicuje podatek na książki papierowe i elektroniczne, tak jakby e-booki były gorszymi książkami!

Pamiętam, jak kilka lat temu dziennikarze bardzo słusznie nabijali się z promocyjnych cen m.in. jednej z moich książek, która w wersji papierowej była wbrew zdrowemu rozsądkowi tańsza niż w wersji elektronicznej. Ku konsekwencji, może by tak obłożyć innym VAT-em paperbacki, a innym książki w twardej oprawie? Innym szyte, a innym klejone?

Marcin Wroński

”Wydaje mi się, że tak wysoka stawka VAT to kompletne szaleństwo! Z tego, co wiem książki w wersji papierowej są objęte 5% stawką VAT. Nie wiem jaki jest cel tak wysokiego VAT dla ebooków. Windowanie tej wartości na pewno nie sprawi, że papierowe książki zaczną sprzedawać się lepiej.

Katarzyna Miszczuk

”Sądzę źle, powinna być pięcioprocentowa, przecież e-book to też książka!

Mariusz Szczygieł

”Jest skandalicznie wysoka!

Małgorzata Gutowska-Adamczyk

”Parafrazując stary dowcip, jeśli mam pominąć brzydkie wyrazy to... nic nie myślę. A poważnie, uważam, że to przejaw rażącej ignorancji, brak świadomości i zacofanie ustawodawców. Książka to książka, niezależnie od nośnika i tak właśnie powinna być traktowana. A o tym jak ważne jest wspieranie czytelnictwa dla Państwa, mówić i tłumaczyć mógłbym długo. Także, podsumowując, odbieram to jako strzał w stopę.

Jakub Ćwiek

”E-book to książka. Powinna być stawka taka jak na wszystkie książki. To książka każda jak inna.

Magdalena Witkiewicz

Stawka VAT na e-booki wynosząca 23% została jednogłośnie skrytykowana przez wydawców i autorów. Biorąc jednak pod uwagę odpowiedź Ministerstwa Finansów należy niestety przyjąć, że zrównanie stawek VAT na książki nie dokona się szybko i książki cyfrowe będą dyskryminowane dalej przez co najmniej kilka kolejnych lat. Kwestię stawki VAT na e-booki poruszyła m.in. prof. Irena Lipowicz, Rzecznik Praw Obywatelskich, która w 2013 r. złożyła skargę w tej sprawie do Trybunału Konstytucyjnego. Niestety jak na razie żadne działania podejmowane przez polityków ani inne podmioty, nie przynoszą oczekiwanych skutków. Jest to bardzo niepokojący fakt, szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę działania podejmowane przez inne ministerstwo, a dokładniej Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach „Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa na lata 2014–2020”,

którego głównym celem jest stwarzanie warunków do wzrostu czytelnictwa w Polsce. Niestety, już teraz możemy stwierdzić, że 23% VAT na e-booki nie wpływa pozytywnie na rozwój e-czytelnictwa w naszym kraju.

Przeszkoda rynkowa nr 2: piractwo

Drugą bardzo istotną przeszkodą o charakterze strukturalnym, na który wpływ mogą mieć czynniki makro takie jak odpowiednia legislacja, jest piractwo internetowe. Skalę zjawiska bardzo ciężko jest obecnie oszacować. Biblioteka Analiz w 2013 roku ogłosiła szacunki opiewające na 250 mln zł strat, które w wyniku piractwa corocznie ponoszą wydawcy.

Według Krzysztofa Gutowskiego, project managera w firmie BookWatch, zajmującej się antypirackim monitoringiem książek na różnych polskich stronach internetowych dostępnych jest obecnie ok. 150 tys. tytułów książek (od skanów tytułów z XVIII wieku do tzw. „nieformalnych tłumaczeń”, czyli książek nieopublikowanych jeszcze w Polsce przez żadne wydawnictwo). Jednak jak twierdzi Gutowski na razie *„nie ma wiarygodnych danych dotyczących skali pobierania książek z nielegalnych źródeł w Internecie. Z badań prowadzonych w ramach World Internet Project wynika, że większość Internautów (ponad 70% w Polsce w 2013 roku ściągała pliki z Internetu, a zdarzyło się za nie zapłacić zaledwie kilkunastu procentom badanych. Książki są jednak, z kilku powodów, stosunkowo mało popularne wśród użytkowników ściągających nielegalnie treści. Według różnych wycinkowych badań stanowiły od 3 do 7% pobieranych pirackich treści (czasem wymieniane w kategorii «Inne» po filmach, pornografii, serialach, oprogramowaniu (w tym grach) i muzyce”*.

Piractwo internetowe wśród czytelników e-booków

Jak wygląda sytuacja z pozyskiwaniem książek spoza oficjalnych źródeł? Aby znaleźć odpowiedź na to pytanie Virtualo podjęło współpracę z Instytutem GRAPE Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego. W ramach projektu iPiracy mającego na celu zbadanie problemu piractwa wśród polskich Internautów przeprowadzono ankietę, w której udział wzięło 1890 Klientów sklepu Virtualo.pl. *„Badanie odbyło się w maju 2014 roku podczas trwania Warszawskich Targów Książki. Jego wyniki pokazują, że książki z nielegalnych źródeł może pozyskiwać nawet 50% czytelników”*.

Czy piraci są wśród nas?

Jak dowiedzieć się, ile osób naprawdę pozyskuje książki z nieautoryzowanych źródeł? Najprawdopodobniej podczas badania (nawet anonimowego) wiele osób nie będzie chciało przyznać się do nielegalnego ściągnięcia książki. Dlatego, aby mieć jak najdokładniejsze dane, w badaniu zastosowano metodę opracowaną przez matematyka z Harvardu Drazena Preleca. Metoda ta polega na zadaniu ankietowanemu pytania o ocenę skali występowania danego zjawiska. Odpowiadający na pytanie bazując na własnym doświadczeniu pośrednio udziela informacji o zachowaniu swoim oraz najbliższych osób z otoczenia (rodziny, znajomych, współpracowników itp.).

Gdy pytano ankietowanych bezpośrednio o to, czy ściągną e-booki z nielegalnych źródeł, jedna trzecia badanych odpowiedziała twierdząco. Jednocześnie podczas pytania o skalę zjawiska sami ankietowani przekonani byli, że e-booki w ten sposób pozyskuje aż połowa klientów Virtualo. Ostrożnie można więc szacować, że w rzeczywistości to właśnie ok. 50% czytelników pobiera książki z nieautoryzowanych źródeł. Jednocześnie wyniki badania wskazują, że tak wysoki odsetek występuje jedynie wśród uczniów/studentów. Po przekroczeniu wieku młodzieńczego częstotliwość „poszukiwania” książek w Internecie znacząco spada. Nieznacznie częściej takich książek poszukują mężczyźni niż kobiety. Po książki z nielegalnych źródeł sięgają także częściej ci, którzy muszą oszczędzać na większe wydatki oraz mieszkańcy średnich miast (50–200 tys.).

Rzadziej niż e-booki „piracimy” audiobooki, przy czym różnica jest aż 2,5-krotna. Istotne jest, że zastosowana w badaniu metoda pozwala wykluczyć jako wyjaśnienie tej sytuacji mniejszą popularność audiobooków. Po prostu dźwiękową wersję książek częściej zdecydujemy się kupić – a rzadziej „wyszukujemy” w zakazanych rewirach Internetu.

Na co pozwala polskie prawo autorskie? Drukujemy, kopiujemy, pożyczamy ebooki

Skąd pobierać e-booki, aby mieć pewność, że korzystamy z legalnych źródeł? Przede wszystkim warto korzystać ze sprawdzonych i znanych księgarń. Jeśli nie mamy pewności, czy dana książka pochodzi ze strony, która udostępnia autoryzowane pliki, można skorzystać m.in. z serwisu LegalnaKultura.pl, w którym znajdziemy listę e-sklepów dających dostęp do utworów z zachowaniem wszelkich praw przynależnych twórcom.

Warto również wiedzieć, co możemy zrobić z zakupionym już e-bookiem, aby nie łamać prawa. Zakupione e-booki zabezpieczone watermarkiem można drukować, kopiować i użytkować w granicach tzw. użytku osobistego, który umożliwia osobie prywatnej korzystanie z utworu bez konieczności uzyskania zgody autora. Oznacza to, iż *„e-booka możemy używać właściwie tak samo jak książkę papierową”* – tłumaczy Małgorzata Błaszczyk, Marketing Manager w Virtualo. *„Musimy jednak pamiętać, że działania podejmowane w związku z książką, nie mogą łamać praw autorskich. Korzystanie z e-booka powinno odbywać się zawsze w granicach uzyskanej przez Klienta licencji. Zazwyczaj wynika to z treści regulaminu sklepu internetowego, w którym kupowany jest dany e-book. Nie możemy zatem kupionych treści elektronicznych wykorzystywać do celów sprzecznych z uzyskaną licencją (np. komercyjnych), zamieszczać ich bez pozwolenia wydawcy na różnych portalach, powielać czy sprzedawać. Każdy e-book i audiobook zabezpieczony jest watermarkiem czyli unikalnym kluczem charakteryzującym osobę, która kupiła produkt w danym sklepie. Jeżeli książka zostanie zamieszczona w Internecie, wówczas odpowiedzialność za nielegalne rozpowszechnianie może ponosić osoba, do której przypisany jest watermark”* – dodaje Małgorzata Błaszczyk

Ciekawym zagadnieniem jest też wypożyczanie e-booków najbliższym osobom. W przypadku książek papierowych, nie ma takiego problemu, gdyż jest tylko jedna kopia przedmiotu. W przypadku treści cyfrowych można wykonać nieskończenie wiele kopii. *„Ustawodawstwo tak naprawdę nie nadąża za technologią, widać to wyraźnie na przykładzie samej definicji*

książki elektronicznej. Zgodnie z obowiązującym prawem, e-book jest definiowany jako usługa i dlatego też VAT na książki elektroniczne wynosi 23%, a nie jak w przypadku książek papierowych – 5%. Pomimo braku stosownych przepisów, które regulują tę kwestię w sposób jednoznaczny, można przyjąć interpretację taką jak dla książek papierowych. Wynika z niej, że e-booka można udostępnić wraz z czytnikiem, na który dany e-book został pobrany kręgowi osób pozostających z osobą, która dokonała zakupu e-książki w związku osobistym, w szczególności pokrewieństwa, czyli: rodzicom, rodzeństwu, dziadkom, małżonkowi, dzieciom lub w stosunku towarzyskim np. bliskim przyjaciółom” – dodaje Małgorzata Błaszczuk.

Każdego roku powiększają się również zasoby e-booków należących do domeny publicznej, z którymi można zrobić właściwie wszystko – poczynając od kopiowania, po przygotowanie specjalnego wydania i sprzedawanie, a nawet tłumaczenia, oczywiście z zachowaniem praw tłumaczy. Warto przy tym pamiętać, iż autorskie prawa majątkowe zidentyfikowanego twórcy wygasają, co do zasady, po upływie 70 lat od śmierci twórcy utworu, a w przypadku utworów współautorskich – od daty śmierci ostatniego współtwórcy. Wygaśnięcie autorskich praw majątkowych nie pozwala jednak na dowolne wykorzystywanie wizerunku twórcy oraz jego imienia i nazwiska, gdyż prawa autorskie niemajątkowe nie wygasają nigdy.

Odsprzedaż e-booków i czytnika z zawartością. Czy to możliwe?

Zgodnie z obecnym stanem prawnym, odsprzedaż e-booka wydaje się być możliwa, lecz pod pewnymi warunkami. Na przykład wydaje się być zgodna z przepisami prawa sprzedaż e-książki wraz z urządzeniem, na które pierwotnie danego e-booka pobrano. Sprzedaż jednak samego e-booka, w drodze jego zwielokrotnienia, jest niemożliwa bez posiadania odpowiednich uprawnień uzyskanych w drodze licencji. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na konsekwencje nielegalnego rozpowszechniania e-booków. Za takie rozpowszechniania osobie to czyniącej grozi grzywna, kara ograniczenia wolności, a w skrajnym przypadku nawet kara pozbawienia wolności. Każdy e-book może być zabezpieczony watermarkiem, dzięki któremu dystrybutor lub księgarnia, ma możliwość weryfikacji osoby, która daną książkę kupiła. Z tych samych przyczyn, problematyczne jest wymienianie się e-bookami między sobą, jeżeli nie pozostaje się z taką osobą w bliskim stosunku towarzyskim.

Zupełnie inaczej ma się rzecz, jeżeli e-book ma być sprzedawany w sklepie. Wówczas wystarczy porozumieć się z firmami, które współpracują z wydawcami lub ich reprezentują i przystąpić do integracji w zakresie technologii oraz procesu sprzedaży oraz watermarkowania. Jedną z takich firm jest Virtualo, największy polski dystrybutor, który współpracuje z takimi sklepami jak empik.com, Merlin.pl, Gandalf.com.pl i wiele innych.

Walka z wiatrakami?

Skuteczna walka z piractwem internetowym powinna polegać przede wszystkim na zwiększeniu świadomości odbiorców kultury w kwestiach związanych z prawem autorskim. W Polsce jednak nadal prowadzonych jest za mało działań edukacyjnych w tym względzie.

Sugerowanym rozwiązaniem problemu może być też wprowadzenie systemu płać-ile-chcesz (ang. pay-what-you-want, PWYW). W opinii połowy ankietowanych, którzy udzielili swojej odpowiedzi w badaniu prowadzonym w ramach projektu iPiracy, taki system pozwoli zapewnić godziwe wynagrodzenie twórcom. Jedynie co czwarty ankietowany przekonany jest, że faktyczne wpłaty będą zbyt niskie. Lepiej metodę PWYW oceniają mężczyźni. W skuteczność PWYW wierzą też „piraci” – wśród przeciwników PWYW ściąganie z Internetu okazało się wyraźnie rzadsze. Kwestię cen e-booków w kontekście piractwa porusza też Iwona Kielak z wydawnictwa Wielka Litera: *„Jest wiele dyskusji w świecie wydawniczym, w których stawia się tezę, że piractwa by nie było, gdyby e-booki były zdecydowanie tańsze. Myślę, że rynek jest jeszcze za młody, a mentalność wielu jest taka, że jak można za darmo, to trzeba brać. Tacy czytelnicy nawet nie pomyślą o tym, że naruszają prawo autorskie. Wielka Litera stosuje antypiracką politykę. Skupiamy się przede wszystkim na kontrolowaniu zawartości serwisów ułatwiających udostępnianie plików i wysyłaniu do ich operatorów żądań usunięcia linków do e-booków rozpowszechnianych z naruszeniem prawa. W tej kwestii pomagają nam wyspecjalizowane firmy działające na rynku, których jest coraz więcej. O efektach trudno mówić, ciągle nie ma badań, które by jednoznacznie potwierdziły wpływ takiej działalności na zahamowanie piractwa”*.

Obecnie nie wypracowano jeszcze skutecznego systemu, który w znaczny sposób wpłynąłby na zmniejszenie popularności portali udostępniających nielegalne pliki. Na pewno jednak warte podkreślenia i docenienia są działania podejmowane w tym zakresie przez BookWatch. *„Usunęliśmy ponad 600 tysięcy linków prowadzących do ponad 2500 tytułów książek, przyczyniliśmy się do zniknięcia kilku małych pirackich portali i napsuliśmy trochę krwi kilku dużym. Braliśmy udział w pracach Forum Prawa Autorskiego przy Ministrze Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Jako jedyna polska firma zgłaszamy pirackie serwisy nielegalnie udostępniające polskie książki w Google Transparency Report. Przy obecnym stanie prawnym i nastawieniu wymiaru sprawiedliwości do przestrzegania praw własności intelektualnej to dużo. Największym problemem jest, jak zwykle powolne lub żadne działanie polskiego wymiaru sprawiedliwości i zjawisko społecznej akceptacji zjawiska piractwa dóbr objętych ochroną praw własności intelektualnej”* – twierdzi Krzysztof Gutowski. Jednocześnie zapewnia też, że widzi wzrost zainteresowania ze strony wydawców problemem piractwa: *„Z usług Bookwatch skorzystało już ponad 30 wydawców, obecnie współpracujemy z kilkunastoma, monitorując około 1 tysiąca tytułów książek”* – dodaje Gutowski. Z usług zewnętrznych firm walczących z piractwem internetowym korzysta m.in. Dom Wydawniczy Rebis. Według Piotra Matłoki: *„Tak jak w przypadku innych dostępnych*

KRADZIEŻ CZYTNIKA I WŁAMANIE NA KOMPUTER. CO ZROBIĆ?

W przypadku kradzieży czytelnika należy sprawę zgłosić na najbliższy komisariat. Jeżeli nie pamiętamy listy książek, które znajdowały się na czytniku, na wszelki wypadek możemy podać wszystkie posiadane.

Kradzież możemy zgłosić również do księgarni, gdzie kupiliśmy książkę. Dzięki temu w przypadku znalezienia w sieci pirackich treści, wiadomo będzie, że nie wypłynęła ona z winy Klienta. *„Takie sytuacje praktycznie*

się nie zdarzają. Nie mamy wielu przypadków udostępniania zakupionych treści na różnych portalach, są to na szczęście sporadyczne incydenty” – mówi Martyna Bednarczyk.

również cyfrowo produktów – gier, filmów, muzyki – piractwo w Polsce stanowi poważny problem również dla rynku książki. Walkę z tym zjawiskiem podejmujemy na kilka sposobów. Po pierwsze jesteśmy w grupie 15 wydawców skupionych w PIK, którzy złożyli pozew zbiorowy przeciwko Chomikuj.pl. Po drugie staramy się przy pomocy firm zewnętrznych usuwać z tego portalu nielegalne kopie naszych książek. A po trzecie staramy się możliwie szeroko poszerzać ofertę wydań e-bookowych, gdyż jednym z głównych argumentów osób korzystających z «usług» Chomikuj.pl jest brak możliwości zakupu legalnych wersji. Dajemy im więc taką możliwość”.

„Piractwo internetowe, obok 23% VATu na e-booki, to główna przeszkoda w rozwoju legalnego rynku cyfrowej kultury – nie tylko książek, ale również muzyki i filmów” – mówi Małgorzata Błaszczyk, Marketing Manager Virtualo. „Jest to problem wszystkich rozwiniętych gospodarek, jednak niektóre kraje jak Niemcy czy Francja radzą sobie z nim lepiej niż Polska” – dodaje. Jak powszechnie wiadomo jeden z najpopularniejszych polskich serwisów umożliwiający przechowywanie i udostępnianie plików, mimo pozwu zbiorowego wydawców ma się znakomicie i nic nie wskazuje na to, że sytuacja ulegnie zmianie w najbliższym czasie. Jak dowiedzieliśmy się od Pawła Woronowicza z Kancelarii WKB, która reprezentuje wydawców w sporze z portalem Chomikuj.pl, obecnie sprawa – wyłącznie w kwestiach proceduralnych – rozpatrywana jest przez Sąd Najwyższy. Jeżeli złożona przez reprezentanta wydawnictw skarga kasacyjna zostanie przez Sąd ten uwzględniona, sprawa przeciwko administratorowi portalu Chomikuj.pl będzie mogła zostać w końcu merytorycznie rozpoznana. Niemniej jednak, na jej ostateczne rozstrzygnięcie trzeba będzie zapewne poczekać jeszcze kilka dobrych lat.

Przyszłość – jak będzie?

Strategia cyfrowa wydawnictw i sklepów



Virtualo stawia na nowoczesne narzędzia analityczne

Od kilku lat na całym świecie obserwujemy wzrost znaczenia business intelligence – dane odgrywają coraz większą rolę w zarządzaniu i w zwiększaniu konkurencyjności firmy. Dzięki nowym technologiom i programom ich gromadzenie, przetwarzanie i analizowanie stało się przyjazne i łatwe w zastosowaniu. O zaawansowaną analitykę danych wzbogaciły się takie dziedziny jak sprzedaż, marketing, finanse, logistyka i wiele innych. Dzisiejsze decyzje biznesowe w coraz większym stopniu bazują na rzetelnych i obiektywnych danych oraz wskaźnikach.

Podążając za światowymi trendami w biznesie bazującymi na wykorzystaniu systemów business intelligence, Virtualo stworzyło zestaw nowoczesnych narzędzi mających na celu wsparcie skutecznego zarządzania sprzedażą i promocją, szybsze wprowadzanie do sprzedaży produktów cyfrowych oraz przyjazne korzystanie z platformy współpracującym z dystrybutorem wydawnictwom. *„Planujemy rozwój naszego systemu zarówno pod kątem użyteczności dla wydawcy, jak również różnych funkcji i opcji umożliwiających nowoczesne modele sprzedaży i promocji”* – informuje Robert Rybski, Prezes Virtualo. *„Jako lider rynku wyznaczamy standardy zarówno pod kątem bezpieczeństwa systemów informatycznych, jak i sposobów skutecznego zarządzania kategorią produktów cyfrowych”* – dodaje.

Self-publishing, czyli wydaj się sam

Nie sposób pisać o polskim rynku e-booków, nie wspominając o self-publishing. Zjawisko to tłumaczone jest na język polski jako „samopublikowanie”, które polega na tym, że autor bez wsparcia wydawnictwa przygotowuje i publikuje swoją książkę w wersji elektronicznej. Twórca e-booka jest w tym momencie nie tylko autorem, ale również zajmuje się korektą i redakcją książki, jej oprawą graficzną, konwersją (przygotowaniem książki w wersji elektronicznej w wybranych formatach – np. EPUB i MOBI), a po opublikowaniu książki stara się dotrzeć z książką do jak największej liczby czytelników za pośrednictwem działań marketingowych. Oczywiście autor na każdym etapie tworzenia książki może skorzystać z usług niezależnych specjalistów, którzy pomogą mu przy wybranych zagadnieniach. Cały czas jednak autor zdany jest przede wszystkim na siebie, swoją intuicję, doświadczenie

i umiejętności. To wyłącznie od niego zależy jaki ostatecznie kształt otrzyma przygotowana przez niego książka, a także do ilu czytelników dotrze i w jak wielu egzemplarzach się sprzeda.

Virtualo, widząc ogromny potencjał na rynku self-publishingu oraz wychodząc na przeciw oczekiwaniom pisarzy, już w 2011 roku stworzyło jedną z pierwszych na polskim rynku platform dla niezależnych autorów. Za jej pośrednictwem twórcy e-booków mogą w szybki i łatwy sposób opublikować swoją książkę w wersji elektronicznej. Virtualo w żaden sposób nie ingeruje w treść publikacji, ważne jest jednak, aby nie łamała ona przepisów polskiego prawa. Osoba chcąc wprowadzić e-booka do oferty musi zaakceptować regulamin, w którym potwierdza m.in. że posiada prawa autorskie do danej książki. Cały proces rejestracji zajmuje nie więcej niż 5 minut. Obecnie na platformie Virtualo zarejestrowanych jest ponad 880 autorów, którzy opublikowali łącznie 1150 e-booków. Wśród pisarzy, których książki dostępne są w Virtualo w ramach self-publishingu, znajdują się m.in. Jacek Podsiadło (autor trzykrotnie nominowany do nagrody Nike) czy Piotr Lipiński, polski dziennikarz i reporter historyczny. E-booki wydawane przez niezależnych autorów cieszą się coraz większą popularnością, a część tytułów trafiła nawet do e-bookowej topki sklepu Empik.com (m.in. „Babskie fanaberie” Ani Witowskiej). O ogromnym potencjale, jaki kryje się w e-bookach niezależnych autorów świadczą też coraz liczniejsze przykłady ze Stanów Zjednoczonych. Wystarczy wspomnieć choćby Amandę Hocking, która swoje książki wydawała w ramach self-publishingu. Obecnie jej tytuły m.in. „Przywrócona”, „Rozdarta” czy „Zamieniona” wydawane są przez na całym świecie (w Polsce przez wydawnictwo Amber). Na pewno przyszłość rynku e-booków jest też ściśle powiązana z rozwojem self-publishingu i z pojawianiem się coraz większej liczby autorów zdecydowanych na „samopublikowanie”.

Nowe usługi – kody na e-booki, wirtualna wypożyczalnia dla klientów biznesowych

Nowymi usługami, których rozwoju należy się spodziewać, są kody na e-booki oraz wirtualna czytelnia e-booków wykonywana dla podmiotów B2B. Nowoczesne firmy od dłuższego czasu inwestują w dostarczenie wyjątkowej wartości swoim Klientom w myśl zasady „overdeliver”. Content marketing staje się w Polsce coraz bardziej popularny, a e-booki są postrzegane jako wartościowy prezent dla Klientów. Virtualo jako pierwsza firma na rynku stworzyła zaawansowane narzędzie do obsługi projektów związanych z kodami na e-booki i wirtualną czytelnią. Pierwsze projekty realizowane były dla Salonów Empik oraz empik.com. Z kodów Virtualo skorzystały również takie firmy jak Samsung, Egmont i Nasza Księgarnia. Kody na e-booki to wygodne rozwiązanie dla marketingowców, którzy organizują akcje promocyjne i konkursowe. Rozliczenie jest wygodne i przejrzyste, a jednostkowy koszt nagrody jest bardzo konkurencyjny w stosunku do nagród rzeczowych. Koszt nagrody jest bardzo konkurencyjny w stosunku do nagród rzeczowych.

W lipcu 2014 r. ruszył wakacyjny projekt Wirtualnej Czytelni Starbucks, pierwszy tego typu projekt content marketingowy i jednocześnie e-bookowy w Polsce, wykonany przez Virtualo. Wiele się ostatnio mówi o spadku czytelnictwa w Polsce, jednak zarówno w komunikacji miejskiej jak i w popularnych kawiarniach widać setki ludzi z gazetami, książkami

i czytnikami. Dodatkowo w kawiarniach Starbucks wiele osób korzysta z sieci Wi-Fi, jest to więc idealne miejsce na rozkoszowanie się kawą i czytanie e-booka.

Wirtualna Czytelnia Starbucks będzie dostępna do końca października. Aby z niej skorzystać wystarczy zalogować się do sieci Wi-Fi dostępnej w dowolnej kawiarni i wejść do czytelnicy ze strony Starbucks. Następnie pozostaje wybrać najbardziej interesującą książkę, która otworzy się bezpośrednio na urządzeniu w czytniku na przeglądarce. Dzięki temu nie ma konieczności ściągania specjalnych programów, rozwiązanie jest wygodne i łatwo dostępne. W czytelni można będzie przeczytać obszernie fragmenty takich książek jak: „Kto to Pani zrobił” Agaty Passent, „Złodziejska magia” Trudi Canavan, „Miłość rano, miłość wieczorem” Marii Nurowskiej, „Szczęśliwi ludzie czytają książki i piją kawę” Agnès Martin-Lugand czy „Dom na końcu świata” Åke Edwardsona. *„Wirtualna czytelnia Starbucks to dopiero początek”* – zapewnia Danuta Górnicka, dyrektor handlowy Virtualo i dodaje: *„w planach mamy już projekty z kilkoma innymi partnerami, a także pomysły na kolejne akcje. Na razie nie chcemy zdradzać szczegółów, ale w najbliższym czasie o Virtualo będzie naprawdę głośno”*.

Podsumowanie



Rynek e-booków w Polsce jest jeszcze bardzo młody, jednak już teraz wiemy, że ma ogromny potencjał. W ciągu ostatnich lat udało się wprowadzić wiele zmian (m.in. zastąpienie DRM wygodnym watermarkiem, wprowadzenie multiformatu), dzięki którym e-booki upowszechniły się w świadomości czytelników. Zmieniła się też polityka samych wydawców, którzy zaczynają traktować e-booka jako oddzielny „był”, nie tylko jako wsparcie dla sprzedaży książki drukowanej. Ogromna większość książkowych nowości pojawia się jednocześnie w wersji elektronicznej. Zwiększyła się również dostępność urządzeń umożliwiających odczytywanie e-booków (czytników, smartfonów czy tabletów), a ich ceny są coraz bardziej przystępne. Czy popularność e-booków w Polsce będzie tak duża jak w Stanach Zjednoczonych – czas pokaże. Na pewno jednak w ciągu najbliższych lat popularność e-booków będzie się zwiększać, a rynek będzie rósł.