

Szanowni Państwo!

Po raz kolejny powraca temat projektu ustawy wprowadzającej stałą cenę książki, szumnie nazywanej „Ustawą o ochronie rynku książki”. Nie chcielibyśmy, by opinia publiczna odniosła wrażenie, że szeroko pojęta branża wydawców, autorów, dystrybutorów, księgarzy i ludzi książki akceptuje proponowane rozwiązania. Otóż nie. Wielu z nas uważa, że projekt niesie dla rynku książki szereg poważnych zagrożeń, a prognozowane korzyści są bardzo wątpliwe.

Zacznijmy od najważniejszego podmiotu rynku: czytelnika. Polski czytelnik ma obecnie wiele możliwości atrakcyjnego zakupu książki. Może korzystać z licznych promocji oraz całej gamy rozwiązań marketingowo-cenowych. Elastyczność i samoregulacja rynku jest jego niezaprzeczalną zaletą.

Wolny od regulacji rynek książki w minionych latach wykształcił i rozwinął wiele nowych biznesów, takich jak prężne sklepy internetowe, serwisy z książką elektroniczną czy audiobookami. Miejsce na rynku wywalczyły też, po licznych zmianach na przestrzeni ostatnich trzech dekad, duże i mniejsze hurtownie. Wielu sprzedawców oferuje produkty łączone – np. książkę elektroniczną i papierową. Powstają modele abonamentowe i kluby czytelnicze. Księgarze coraz aktywniej sprzedają książki przez Internet. Większość wydawców prowadzi w sieci własne witryny. Zmienia się struktura handlu detalicznego. Pojawiła sprzedaż subskrypcyjna w sieciach kiosków. To tylko część aktywności rynku, ciągle bowiem powstają nowe modele i pomysły handlu książką, a stare rozwiązania tracą na popularności.

Na przestrzeni ostatnich lat bardzo zmienił się model funkcjonowania rynku. Znacząco wzrosła rola Internetu, blogosfery, serwisów tematycznych, usług logistycznych, usług obsługi transakcji płatniczych. **Dzisiejszy klient domaga się nie regulacji, lecz możliwości wyboru, także ceny. Chce kupować zgodnie ze swoim upodobaniem, przyzwyczajeniem, trendem i wygodą. My, ludzie środowiska – wydawcy, dystrybutorzy, księgarze – powinniśmy śledzić i zaspokajać oczekiwania czytelnika.** Tu leżą nasze możliwości i ogromne szanse działania, a w konsekwencji zmieniania branży na lepsze. Naszym zadaniem jest prawidłowo odczytywać znaki współczesności, a nie karmić się mitami i wyobrażeniami.

W świecie, w którym o uwagę konsumenta walczy na co dzień tak wiele atrakcji – Netflix, gry komputerowe, rozrywka w sieci – utrudnianie dostępu do książek pogorszy ich i tak już słabą kondycję. **A projekt Ustawy utrudni dostęp do książki, bowiem jej cena wzrośnie o wysokość udzielanych obecnie rabatów. W naszym przekonaniu wyższa cena będzie się równać niższej sprzedaży książek. Po prostu.**

Ustawa zakłada, że ceny okładkowe książek spadną. To chybione rozumowanie, nieoparte na mechanizmach rynkowych. Wydawca sprzedaje książkę hurtowniom i sieciom z blisko 50-

procentowym rabatem. Ustawa tego nie zmieni, ponieważ regulowanie wysokości rabatu dla odbiorców mogłoby zostać zinterpretowane jako zmowa cenowa. W wydawnictwach zostanie tyle samo pieniędzy na wydawanie książek, czy Ustawa zostanie wprowadzona czy nie.

Wpływ projektowanej ustawy będzie niekorzystny także dla autorów. Autorzy otrzymują wynagrodzenie od liczby sprzedanych egzemplarzy, więc wraz ze spadkiem sprzedaży otrzymają niższe wynagrodzenia. Stanowisko twórców Ustawy, zgodnie z którym cena okładkowa książki miałaby spaść, godzi w interes twórców jeszcze na innym poziomie. Bez względu na sposób rozliczania się na linii autor-wydawca (od ceny zbytu czy od ceny okładkowej) decydująca w tych rozliczeniach jest cena okładkowa, bowiem rabat dla hurtowni jest naliczany właśnie od niej. Jeśli cena okładkowa ulegnie obniżeniu, wpłynie to na niższe przychody autorów.

Należy w końcu podnieść i ten argument, że ustawowa regulacja w żaden sposób nie zmniejszy piractwa na rynku książki cyfrowej. Z dużym prawdopodobieństwem można się spodziewać, że wzrost cen książek drukowanych zwiększy skalę piractwa ebooków i audiobooków.

Autorzy ustawy powołują się na przykłady z Niemiec, Francji, Hiszpanii czy Włoch, czyli krajów, które od kilkadziesiąt lat praktykują działalność gospodarczą wpisana w ramy ustawy o książce, w tym o jednolitej cenie. **Zapominają przy tym, że ustawy w tych państwach wprowadzono w innej rzeczywistości gospodarczej. Pomijają też kwestię odmienności naszego kraju zarówno w poziomie czytelnictwa, jak i średniej zamożności czy struktury społecznej.** W Polsce książka nadal postrzegana jest jako produkt drogi, niekiedy wręcz elitarny. I to właśnie dzięki elastyczności cenowej, rynkowej konkurencji podmiotów, szerokiej podaży, wielu ludzi kupuje swoją pierwszą książkę. Jeśli chcemy, żeby czytelnictwo rosło, musimy walczyć o czytelnika wszystkimi sposobami, również promocjami cenowymi. Podwyższając cenę książki, odwracamy się od sporej rzeszy naszych klientów.

Ustawa podnosi argument ochrony małych, niezależnych księgarń. Rzeczywiście, lokalne księgarnie od przeszło dwóch dekad znikają z naszego krajobrazu. Jest to zjawisko obserwowane w wielu krajach, również w tych, w których od lat funkcjonują ustawy o książkach. Podobne problemy przeżywają lokalne kina i teatry. Czy centralne usztywnianie i podwyższanie cen oferowanych przez nie produktów i usług jest właściwym narzędziem pomocy upadającym placówkom? **Wbrew intencjom, jednolita cena nie pomoże małym księgarniom w dostosowywaniu się do realiów rynkowych, do owej dynamiki zmian, która cechuje nasze czasy. Brak możliwości obniżenia ceny jako atutu promocyjnego, szczególnie w małych miejscowościach będzie zwykłym utrudnieniem. Natomiast skorzystają na tym gracze o dużej skali działalności, dysponujący silną pozycją negocjacyjną i nowoczesnymi narzędziami marketingowymi i finansowymi. Dzięki Ustawie zyskają oni jeszcze większą przewagę nad mniejszymi księgarzami.**

Nikt nie kwestionuje, że księgarnie od zawsze są wpisane w strukturę rynku wydawniczego i czytelniczego jako jego kluczowy element. Rolą naszego środowiska powinna być zatem rozumna troska o zachowanie dobrze zarządzanych księgarń, zarówno w tkance gospodarczej, jak i społecznej. Powinniśmy wspólnie zabiegać u państwowych i samorządowych decydentów o to, co nikogo w branży nie dzieli. Rozmawiajmy z włodarzami miast na temat przetargów celowych na księgarnie w dobrych punktach handlowych, przy jednoczesnych preferencyjnych czynszach. Postarajmy się w samorządach o środki wspomagające zapłatę czynszów księgarniom w słabszych okresach w roku. Doprowadźmy do przekierowania zakupów bibliotek do lokalnych księgarń. **Jest wiele innych sposobów pomocy upadającym księgarniom. Projektowana Ustawa o ochronie rynku książki nie wychodzi naprzeciw żadnej z tych i podobnych trosk. Wręcz przeciwnie.** Wzbudza kolejne niepokoje wśród podmiotów z branży i antagonizuje środowisko.

Jednym z celów Ustawy jest również zapewnienie lepszych warunków dla literatury ambitniejszej, niszowej i debiutanckiej. Ustawa zakłada bowiem, że z zysków ze sprzedaży bestsellerów po wyższej cenie w pierwszym roku sprzedaży zostaną sfinansowane przedsięwzięcia ambitne. Że wydawcy wydadzą, a księgarnie będą zamawiać i sprzedawać tytuły niszowe. Tymczasem subsydiowanie niszowych przedsięwzięć zyskami z bestsellerów zależy od indywidualnej polityki podmiotów wydających i sprzedających książki, a zatem nie może to zostać uznane za skutek wprowadzenia regulacji.

Podsumowując, zadajmy sobie pytanie o zgodność ustawy z art. 22 Konstytucji RP: *Ograniczenie wolności działalności gospodarczej jest dopuszczalne tylko ze względu na ważny interes publiczny.* Gdzie Ustawa upatruje ważny interes publiczny, ograniczając działalność gospodarczą poprzez usztywnienie ceny książki?

Dzięki powszechnemu dostępowi do zakupów w księgarniach internetowych, które oferują szeroki wachlarz tytułów i świetną informację o książce, utrzymanie małych księgarń nie jest konieczne, by zapewnić społeczeństwu dostęp do literatury. Ta przesłanka interesu publicznego zatem w ustawie nie występuje.

Ponadto, jako interes publiczny nie może być postrzegane wsparcie dominujących biznesów i powiększanie ich przewagi nad mniejszymi, głównie księgarzami. Tym samym realne efekty ustawy będą sprzeczne z jej celami wyrażonymi w uzasadnieniu projektu.

Czy proponowane zapisy rozwiążą problemy rynku książki?

Sądźmy, iż po wprowadzeniu projektowanej ustawy powstaną trudne do przewidzenia rynkowe perturbacje. Nowe przepisy wykreują nieznane dotąd zagrożenia. Wiele problemów, sporów, niejednoznaczności będzie rodziło się na styku niejasnych i nieostrych przepisów.

Kto wtedy miałby pilnować nowego ładu? Kto wymierzałby kary, rozpatrywał odwołania? Kto byłby arbitrem w sytuacjach spornych lub wątpliwych? Z kim mielibyśmy konsultować nowe

pomysły w zakresie sprzedaży, marketingu, promocji i PR? Czy tym wszystkim miałyby się zajmować instytucja rządowa?

Odwołując się raz jeszcze do najważniejszego podmiotu rynku – czytelnika, przyjrzyjmy się, jak problem był widziany jego oczami. W 2017 roku, przy poprzedniej próbie wprowadzenia ustawy, największy polski serwis czytelniczy lubimyczytac.pl przeprowadził badania ankietowe. Przedstawiła je Prezes Izabela Sadowska w liście do Ministra Kultury z 15 marca 2017. Wyniki były jednoznaczne:

W opinii 76% czytelników (4355 głosów), którzy oddali swoje głosy w sondzie przeprowadzonej w serwisie lubimyczytac.pl, wprowadzenie ustawy nie będzie miało pozytywnego wpływu na liczbę i jakość wydawanych w Polsce książek. Odmiennego zdania było 20% ankietowanych (1156 głosów). 3% osób (197 głosów) nie miało zdania.

Najbardziej zdecydowaną opinię ankietowani wyrazili w odpowiedzi na pytanie, czy wprowadzenie ustawy o jednolitej cenie książki wpłynie na zwiększenie poziomu czytelnictwa w Polsce. Aż 89% osób (4484 głosów) uważa, że nie. Tylko 9% osób (447 głosów) sądzi, że tak, a 2% osób (107 głosów) nie ma zdania w tej kwestii.

Porównywalnie jednomyślne stanowisko czytelnicy wyrazili, odpowiadając na pytanie, czy polska książka potrzebuje ratunku w postaci ustawy o jednolitej cenie książki. Aż 83% osób (4153 głosów) uważa, że ustawa nie jest potrzebna na polskim rynku książki. Zaledwie 13% ankietowanych (635 głosów) ma odmienne zdanie, a 4% czytelników (221 głosów) nie potrafiło określić swojego stanowiska.

I na koniec głos samych czytelników:

„Przykre jest to, że nie walczy się ze zbyt małym czytelnictwem, tylko wręcz przeciwnie: tym, co czytają i jednak kupują te książki, rzuca się kłody pod nogi”.

„Ta ustawa jest przykładem ustawy monopolowej. Jej założenie uniemożliwia wprowadzanie atrakcyjnych cen przez księgarnie zaraz po ukazaniu się książki w sprzedaży w walce o kupujących (czyli uderza w nas, czytelników). (...) Na pewno nie zwiększy to czytelnictwa, bo jak ktoś nie czyta, to nie będzie czytał, a prawdziwy czytelnik nie musi kupić, aby przeczytać – wystarczy, że pójdzie do biblioteki i coś wybierze dla siebie za darmo”.

„To logiczne, że kupuje się tam, gdzie jest najtaniej i każdy sprzedawca wie, że towar wart jest tyle, ile klient chce za niego zapłacić. (...). Argument z łatwiejszym dostępem do książek jest jeszcze bardziej absurdalny. Pójście do sklepu to większy kłopot niż zamówienie w sklepie internetowym i odebranie towaru od kuriera. Polska to biedny kraj, niewielu ludzi stać na systematyczne kupowanie książek za 30-50 zł. Jeżeli skończą się promocje, wtedy papierowa książka stanie się rarytasem. Spowoduje to wzrost piractwa, ponieważ ludzie przyzwyczaili się do powszechności dobrodziejstw kultury. Stawia się nam, czytelnikom, wybór: ściągać nielegalnie książki w sieci czy nie mieć pieniędzy na życie?”

Podobne głosy pojawiają się i teraz. Już dziś projekt Ustawy komentowany jest negatywnie przez środowisko czytelników.

Na koniec, nie sposób nie nawiązać do obecnej sytuacji społecznej – do faktu, że z powodu pandemii wszyscy znaleźliśmy się w sytuacji nadzwyczajnej. Rynek książki przeszedł w ostatnich latach wiele zawirowań. Mimo to przetrwał i nadal rozwija się, choć inaczej niż kilka czy kilkanaście lat temu, co dobitnie pokazał czas pandemiczny. Ostatnią rzeczą, której by oczekiwał, są kolejne drastyczne i niepewne co do rezultatów zmiany w wyniku niepotrzebnych czy wręcz szkodliwych regulacji.

Niżej podpisani, z całą stanowczością stwierdzamy, że jesteśmy przeciwni projektowanej ustawie mającej za swój główny cel regulację cen książek.

<i>Joanna</i>	<i>Anger</i>	Autorka	
<i>Joanna</i>	<i>Bażyńska</i>	Prezes Zarządu	Wydawnictwo Poradnia K Sp. z o.o.
<i>Monika</i>	<i>Biedroń</i>	Kierownik Marketingu i Promocji Książki	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Rafał</i>	<i>Bielski</i>	Prezes Zarządu	Wydawnictwo Skarpa Warszawska
<i>Martyna</i>	<i>Bienias</i>	Starszy Specjalista ds. Handlowych	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Adam</i>	<i>Blaska</i>	Prezes Zarządu	Helion S.A.
<i>Maciej</i>	<i>Czechowicz</i>	Prezes Zarządu	Publicat S.A.
<i>Marek</i>	<i>Dobrowolski</i>	Dyrektor Handlowy	Wydawnictwo Nasza Księgarnia Sp. z o.o.
<i>Robert</i>	<i>Falewicz</i>	Wiceprezes Zarządu	Wydawnictwo Poznańskie Sp. z o.o.
<i>Anna</i>	<i>Gajewska</i>	Wice Prezes Zarządu	Prószyński Media Sp. z o.o.
<i>Renata</i>	<i>Gmitrzak-Wośko</i>	Prezes Zarządu	Wydawnictwo SBM Sp. z o.o.
<i>Wojciech</i>	<i>Górski</i>	Ilustrator	
<i>Sebastian</i>	<i>Grajczyński</i>	Koordinator ds. Handlowych	czytam.pl
<i>Anna</i>	<i>Gromadowska</i>	Szefowa Sprzedaży	Wydawnictwo Mamania, Grupa Wydawnicza Relacje
<i>Wiesława</i>	<i>Jędrzejczyk</i>	Właścicielka	Wydawnictwo Literatura W.W. Jędrzejczyk Spółka Jawna
<i>Włodzimierz</i>	<i>Jędrzejczyk</i>	Właściciel	Wydawnictwo Literatura W.W. Jędrzejczyk Spółka Jawna
<i>Monika</i>	<i>Kaczmarek</i>	Dyrektor Wydawniczy	Wydawnictwo Dolnośląskie/Książnica
<i>Barbara</i>	<i>Kalarus</i>	Starszy Specjalista ds. Handlowych	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Justyna</i>	<i>Kardasz</i>	Prezes Zarządu	Media Rodzina Sp. z o.o.
<i>Łukasz</i>	<i>Kierus</i>	Założyciel i CEO	TaniaKsiazka.pl
<i>Maciej</i>	<i>Kogut</i>	Wspólnik	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Natalia</i>	<i>Kogut</i>	Kierownik Działu Zakupów	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Tomasz</i>	<i>Kołodziejczak</i>	Dyrektor Wydawniczy	Egmont Polska Sp. z o.o.
<i>Dawid</i>	<i>Kozek</i>	Dyrektor Handlowy	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Katarzyna</i>	<i>Kozłowska</i>	Autorka	
<i>Roman</i>	<i>Laskowski</i>	Kierownik Działu Handlowego	Wydawnictwo Literatura W.W. Jędrzejczyk Spółka Jawna
<i>Jan</i>	<i>Ławicki</i>	Dyrektor Działu Promocji i Reklamy	Wydawnictwo Nasza Księgarnia Sp. z o.o.
<i>Maciej</i>	<i>Makowski</i>	Prezes Zarządu	Prószyński Media Sp. z o.o.
<i>Wojciech</i>	<i>Mazia</i>	Członek Zarządu	Bonito.pl Sp. z o.o.
<i>Emilia</i>	<i>Milczarek</i>	Kierownik Działu Sprzedaży	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Joanna</i>	<i>Nowakowska</i>	Wiceprezes Zarządu	Media Rodzina Sp. z o.o.
<i>Marcin</i>	<i>Olczykowski</i>	Członek Zarządu	Tantis.pl
<i>Beata</i>	<i>Ostrowicka</i>	Autorka	
<i>Jolanta</i>	<i>Pawłowska</i>	Specjalista ds. IT	czytam.pl
<i>Magdalena</i>	<i>Petryna</i>	Dział Promocji	Wydawnictwo Afera

<i>Anna</i>	<i>Piszczek</i>	Autorka	
<i>Maciej</i>	<i>Pitala</i>	Wydawca/ organizator wydarzeń kulturalnych	Grupa Wydawnicza Alpaka
<i>Agata</i>	<i>Płatek</i>	Dyrektorka Handlowa	Wydawnictwo KobiECE
<i>Piotr</i>	<i>Podsiedlik</i>	Wiceprezes Zarządu	Publicat S.A.
<i>Radostaw</i>	<i>Puchalski</i>	Dyrektor Handlowy	TaniaKsiazka.pl
<i>Katarzyna</i>	<i>Pyrgiel</i>	Specjalista ds. Oferty	czytam.pl
<i>Krzysztof</i>	<i>Raniowski</i>	Wiceprezes Zarządu	Publicat S.A.
<i>Olga</i>	<i>Reszelska</i>	Redaktor Naczelna	Wydawnictwo Filia
	<i>Richter-</i>		
<i>Jola</i>	<i>Magnuszewska</i>	Autorka	
<i>Julia</i>	<i>Różewicz</i>	Właścicielka	Wydawnictwo Afera
<i>Aleksandra</i>	<i>Ruszkowska</i>	Szefowa Promocji	Wydawnictwo Mamania, Grupa Wydawnicza Relacje
<i>Anna</i>	<i>Salamon</i>	Autorka	
<i>Aleksandra</i>	<i>Saługa</i>	Prezes i Redaktor Naczelna	Wydawnictwo Albatros Sp. z o.o.
<i>Grzegorz</i>	<i>Schwarz</i>	Wiceprezes Zarządu	Helion S.A.
<i>Dariusz</i>	<i>Sędek</i>	Wydawca	Wydawnictwo Skład Papieru
<i>Agnieszka</i>	<i>Stankiewicz-Kierus</i>	Dyrektoraka Wydawnicza	Wydawnictwo KobiECE
<i>Krzysztof</i>	<i>Starok</i>	Właściciel	Wydawnictwo Tekturka
<i>Michał</i>	<i>Stecki</i>	Wiceprezes Zarządu	Publicat S.A.
<i>Wojciech</i>	<i>Sterna</i>	Właściciel	Tami PHU - czytam.pl
		Wydawca/ organizator wydarzeń kulturalnych	Grupa Wydawnicza Alpaka
<i>Magdalena</i>	<i>Stonawska</i>		czytam.pl
<i>Monika</i>	<i>Szenfeld</i>	Koordynator ds. Zamówień i BOK	Wydawnictwo Nasza Księgarnia Sp. z o.o.
<i>Agnieszka</i>	<i>Tokarczyk</i>	Prezes Zarządu	Wydawnictwo Poznańskie Sp. z o.o.
<i>Anna</i>	<i>Wasik</i>	Członek Zarządu	
<i>Wiola</i>	<i>Wołoszyn</i>	Autorka	
<i>Jakub</i>	<i>Wośko</i>	Dyrektor Zarządzający	Wydawnictwo SBM Sp. z o.o.
<i>Kamila</i>	<i>Wrzesińska</i>	Redaktorka i Prokurentka	Wydawnictwo Mamania, Grupa Wydawnicza Relacje
<i>Tomasz</i>	<i>Zaród</i>	Właściciel	krainaksiążek.pl
<i>Tomasz</i>	<i>Zaród</i>	Właściciel	Książkowe Klimaty
<i>Anna</i>	<i>Zdrojewska-Żywiecka</i>	Prezeska Zarządu	Wydawnictwo Mamania, Grupa Wydawnicza Relacje
<i>Adam</i>	<i>Zegiel</i>	Wspólnik	Ateneum Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością Spółka Jawna
<i>Ewa</i>	<i>Żywicka</i>	Współwłaścicielka	Wydawnictwo Literatura W.W. Jędrzejczyk Spółka Jawna