

MONITOR

KULTURALNY

MONITORKULTURALNY.PL

RAPORT	WYWIAD	NIE TYLKO KSIĄŻKI
Książka na wyprzedzący	Rozmowa z Sławomirem Koprem autorem książki „Tajemnice Marszałka Śmigłego-Rydza”	Artykuły kreatywne wciąż modne

**WYWIAD**

JOANNA I JANUSZ FELIKS

NADALIŚMY NOWE ŻYCIE KULTOWEJ SERII



ZOSTAŁY CI ZALEDWIE MIESIĄCE
NA RZECZY, NA KTÓRE
JESZCZE W CZORAJ MIAŁAŚ
CAŁE ŻYCIE.

Ava ma 28 lat i tysiące marzeń do spełnienia. Wszystko się załamuje, gdy dowiaduje się o nawrocie raka - zostało jej kilka miesięcy życia. Czy wystarczy jej odwagi, by pokochać, a potem siły, by się pożegnać?

WWW.IUVI.PL | WWW.FACEBOOK.COM/WYDAWNICTWOIUVI

Redakcja

ul. St. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa
tel.: +48 22 32 01 500, faks: +48 22 37 81 472
www.monitorkulturalny.pl

Dyrektor Redakcji

Dorota Mazurek

Redaktor naczelny:

Krzysztof Stanisław
redakcja@monitorkulturalny.pl

Współpraca i reklama:

Przemysław Lewandowski media@monitorkulturalny.pl

Autorzy:

Jolanta Tokarczyk, Maja Czerwiec, Katarzyna Sroka

Opracowanie graficzne:

Grzegorz Dobrzyński

UNIT.

UNIT Wydawnictwo Informacje

Branżowe Sp. z o.o.

ul. St. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa
tel.: +48 22 32 01 500, faks: +48 22 37 81 472
www.unit.com.pl, www.tradebizz.pl

Koordynacja:

Ewa Kowalska,
koordynacja@unit.com.pl
tel.: +48 22 32 01 501


Prenumerata:

tel.: +48 22 32 01 500, faks: +48 22 37 81 472
prenumerata@unit.com.pl

Przedruki i eksport tylko za zgodą wydawcy

Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń.
Redakcja zastrzega sobie prawo skracania
i adiacji zamówionych tekstów
oraz odsyłania materiałów niezatwierdzonych do druku.
Materiałów niezamówionych nie zwracamy.

MONITORKULTURALNY.PL

 POLUB NASZ PROFIL NA FB

Spis treści

AKTUALNOŚCI

- 02 „Jak nie czytam, jak czytam”
- 02 Niezwykły świat Strigo
- 02 Kolporter umocnił się na pozycji lidera
- 03 Książki w pierwszej trójce zainteresowań podawanych w CV
- 06 Azymut wspiera księgarnie
- 08 Świat Przyjazny Dziecku
- 10 LEGO Braille Bricks
- 12 Wiosenne Targi Ateneum

WYWIAD

- 20 Nadaliśmy nowe życie kultowej serii

NIE TYLKO KSIĄŻKI

- 32 Artykuły kreatywne wciąż
- 38 Tajemnice Marszałka Śmigłego-Rydza

BIZNES

- 16 Książka na wyprzedaży
- 18 Zakupy ze smartfonem
- 56 Książki, płyty i bilety na wydarzenia kulturalne hitem zakupowym w internecie
- 57 Lista hurtowni

KSIĄŻKI

- 26 Recenzje
- 40 Nowości



20

TEMAT
Z OKŁADKI

Nadaliśmy nowe
życie kultowej serii



04

AKTUALNOŚCI

Wiosenne
kontraktacje
wyznaczają trendy

Rusza kolejna edycja akcji „Jak nie czytam, jak czytam”

„Jak nie czytam, jak czytam” jest najpopularniejszą akcją czytelniczą w Polsce. Co roku (od 2016 r.) uczniowie z całej Polski manifestują, że lubią czytać i czytają więcej niż dorośli. W poprzedniej edycji w jednym momencie czytało prawie 407 tys. osób. Akcja ma na celu promocję czytania dla przyjemności – w miłej atmosferze, bez przymusu. Akcja cieszy się popularnością wśród uczniów ze względu na rozrywkowy, pozbawiony ideologicznych czy politycznych podtekstów charakter oraz duży wpływ uczniów na jej przebieg. Pomysłodawcą akcji jest redakcja miesięcznika „Biblioteka w Szkole”.

W 2019 roku w akcji Jak nie czytam, jak czytam udział zadeklarowały 1642 instytucje!
Strona akcji: czytamy.org.



KOLPORTER

Kolporter umocnił się na pozycji lidera

Kolporter w minionym roku powiększył swój udział w rynku dystrybucji prasy – z analiz prowadzonych przez spółkę wynika, że w grudniu ubiegłego roku wynosił on blisko 65 procent.

Udział Kolportera w rynku dystrybucji prasy od lat się zwiększa. W 2010 roku firma osiągnęła pierwszy wielki sukces przekraczając 50% udziałów. Od tego momentu sukcesywnie, co roku, zyskuje dodatkowe procenty, umacniając się na pozycji rynkowego lidera.

Jaki jest obecnie udział Kolportera w rynku dystrybucji prasy? W ostatnim, opublikowanym w lutym 2018 roku, zestawieniu Izby Wydawców Prasy oszacowano go na 51,95%. Nieco inne wyniki pokazują analizy stworzone przez Dział Badań i Analiz Kolportera – według nich w lutym 2018 roku Kolporter miał 58,66% udziałów w rynku, a w grudniu – już 64,91%. Różnica związana jest przede wszystkim ze sposobem liczenia udziałów. Izba Wydawców Prasy co roku przeprowadza badanie rynku dystrybutorów prasy. Analizy zawsze opiera na danych o nakładach globalnych tytułów płatnych 25 wydawców i grup wydawniczych. Natomiast analitycy Kolportera udział w rynku dystrybucji szacują nie na podstawie nakładów, ale realnej sprzedaży tytułów prasowych.

Ostatnie analizy Kolportera obejmują grudzień 2018 roku. Wówczas udziały spółki w rynku, liczone tą metodą, osiągnęły 64,91%.

Niezwykły świat Strigo!

„Produkty kreatywne tworzymy opierając się o najnowsze, światowe trendy, oczekiwania oraz pragnienia młodych konsumentów. Badamy rynek, by trafić dokładnie w ich potrzeby i gusta, a także aktualnie trwającą modę. Pozwalamy dzieciom na realizowanie ich własnych pomysłów i zdolności, twórcze działanie oraz rozwijamy naturalną ciekawość świata. Nasze produkty mają pobudzić wyobraźnię, zachęcić do tworzenia zupełnie nowych rzeczy oraz rozwijać zdolności manualne. Mają być funkcjonalne, trwałe i stylowe!

W każdym dziecku drzemie mały artysta i odkrywca, a jego umysł to niekończąca się kopalnia pomysłów. Poznawanie świata wszystkimi zmysłami, tworzenie nowych kształtów i form oraz zabawa, która będzie jednocześnie uczyć, to aktywności, na które rodzice powinni zwracać szczególną uwagę – wspierać je i rozwijać.

Każda zabawka kreatywna rozwija jakiś talent, motywuje do twórczej zabawy i daje radość tworzenia – wielokrotnie zupełnie nowych rzeczy. Dlatego tak ważne jest, by pozwolić dziecku odkrywać w sobie nowe umiejętności i cechy, zamiast inwestować w produkty, którymi po chwili się znudzi.

Doskonałym przykładem kreatywnych zabawek, dbających zarówno o rozwój artystyczny, manualny jak i poznawczy, są właśnie produkty Strigo: rozwijające wyobraźnię i zdolności manualne farbki 3D, pobudzające kreatywność wodne koraliki, kreatywna pianka, którą możesz dowolnie modelować, czy niezwykle puszysta, superlekka glina, którą możesz dowolnie formować...

To dopiero początek przygody z niezwykłym światem Strigo!

Dla naszych zabawek nie ma jednego, właściwego zastosowania - chcemy, by były tym, czym akurat dzieci potrzebują by były. To jest właśnie kreatywność” – czytamy w komunikacie prasowym.



Książki w pierwszej trójce zainteresowań podawanych w CV

Sport, książka i muzyka to pierwsza trójka zainteresowań, o których w swoich CV informują Polacy, wynika z badania sposobów spędzania wolnego czasu przez osoby aktywne zawodowo przeprowadzonego przez Grupę Progres. Panowie najczęściej przeznaczają go na sport, panie na czytanie książek.

Aktywni zawodowo Polacy deklarują, że na pracę poświęcają około 44 godzin tygodniowo.* Gdy już nie koncentrują się na obowiązkach zawodowych, swój wolny czas najchętniej przeznaczają na sport (46 proc.), czytanie książek (39 proc.) i słuchanie muzyki (39 proc.). Na kolejnych miejscach znajdują się film (32 proc.), motoryzacja (21 proc.), historia (18 proc.) i podróże (11 proc.).

MĘŻCZYŹNI SPORTOWCY, PANIE OCZYTANE

Z badania Grupy Progres wynika, że Polki najchętniej czytają książki (50 proc.) i słuchają muzyki (33 proc.). Tyle samo wskazań (17 proc.) otrzymały film, sport, motoryzacja, podróże czy historia. Wśród zainteresowań, które wymieniają panie znajdują się także gotowanie, moda, sztuka, taniec, zdrowy styl życia i jeździectwo.

Analiza czasu wolnego mężczyzn aktywnych zawodowo pokazuje, że największa grupa poświęca go na sport (69 proc.),

oglądanie filmów (44 proc.) i słuchanie muzyki (44 proc.). Kolejne miejsca zajmuje motoryzacja (37 proc.), książka (31 proc.), historia (19 proc.) i podróże (6 proc.). Panów interesuje także polityka, majsterkowanie, wędkarstwo, gry komputerowe czy informatyka.

PODWÓJNE ZAINTERESOWANIA

Aktywni zawodowo Polacy średnio deklarują posiadanie trzech zainteresowań. Rekordziści aż dziesięciu pasji. Kobiety najczęściej wymieniają dwa (33 proc.), cztery (17 proc.) i pięć (17 proc.) zainteresowań. Mężczyźni natomiast trzy (19 proc.), sześć (12 proc.) i siedem (12 proc.) pasji. Co piąty badany nie potrafi określić swojego hobby.

Traktowanie kwestii zainteresowań w kontekście zawodowym, nadal nie jest normą w Polsce. Szczególnie widać to po analizie aplikacji naszych rodaków. Wielu z nich umieszczając w CV informację nt. swoich pasji nie traktuje ich jako znaczącej części całości składanej

aplikacji, stąd powtarzalność najbardziej popularnych przykładów: sport, książka, muzyka. W życiorysach kandydaci nie przykładają też większej uwagi do przedstawienia swojego hobby w bardziej interesujący sposób. Często piszemy sztafpowem o zainteresowaniach i w konsekwencji, pojawiają się problemy, gdy rekruter nagle zadaje bardziej szczegółowe pytania. Ta chyba najbardziej niedoceniana przez kandydatów rubryka w CV często może okazać się trampoliną do lepszej pracy. Hobby nierzadko jest uzupełnieniem obrazu kandydata i pokazuje go w szerszym kontekście, nie tylko przez pryzmat doświadczenia zawodowego.

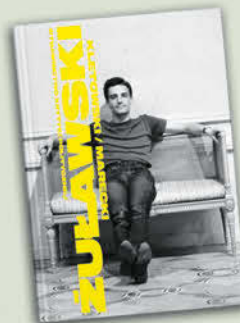
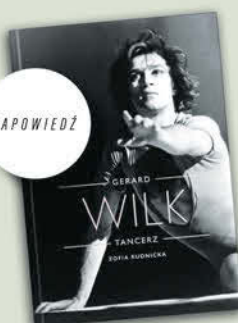
Badanie przeprowadzono na grupie 28 330 osób zatrudnionych w 2018 r. przez Grupę Progres.

* Bilansu Kapitału Ludzkiego 2018, PARP i UJ

CO NIE JEST
BIOGRAFIĄ —
NIE JEST
W OGÓLE



ZAPOWIEDŹ



ZAPOWIEDŹ



Wiosenne kontraktacje wyznaczają trendy

Lamy, magiczne cekiny, urocze stworki, notatniki, zwłaszcza z kropkową liniaturą – to produkty, które cieszą się największym zainteresowaniem podczas wiosennych kontraktacji.

Szkoła nie powinna kojarzyć się tylko z nauką. To przestrzeń, gdzie powinna rozwijać się kreatywność, kształtować wyobraźnię. Podczas kontraktowania na sezon szkolnych zakupów warto popuścić wodze fantazji i zamawiać produkty, które nie tylko się przydadzą, ale będą też idealnym sposobem na rozbawienie kolegów i koleżanek z klasy. Modny uczeń to uczeń, który wie, co w trawie piszczy. Producenci stawiają na lamy, magiczne (dwustronne) cekiny, uroczyste stworki. Z tymi gadżetami z pewnością uda się zrobić piorunujące wrażenie, a to najmłodszy klienci bardzo sobie cenią.

Lamy, alpaki – tak modne także w innych kategoriach produktowych, są słodkie, sympatyczne i trudno się oprzeć ich urokowi. Lama została okrzyknięta wręcz nowym jednorozcem, czyli jest szansa, że ten motyw zagości na dłużej w sercach konsumentów z całego świata. Instagramowy kanał Lamawithnodrama śledzi prawie 150 tysięcy osób, w zamian główna

bohaterka – Lama dzieli się swoimi zdjęciami z przeróżnych miejsc, dostarczając dawkę pozytywnej energii.

Cekiny wracają na wybiegi w różnorodnych postaciach. Zwłaszcza te dwustronne, zachwycają najmłodszych fashionistów. Trudno sobie wyobrazić, aby tak mocny trend nie został przeniesiony na inne produkty. Piórniki, kosmetyczki, okładki notatników, a nawet jako ozdoby artykułów piśmiennych, cekiny bawią i dodają szyku każdej szkolnej stylizacji.

Artykuły szkolne mają wzbudzać radość. Stąd tak duży wysyp produktów, które są stylizowane na różne, często abstrakcyjne stworki. Ważną rolę grają tu kolory, miny, oczy. Wzbudzają emocje od pierwszego spojrzenia, które jest tym najmocniejszym impulsem skłaniającym do zakupu.

Jeszcze jeden trend, który w tym roku mocno widać w artykułach papierniczych – notatniki. Notesy idealnie wpisują się

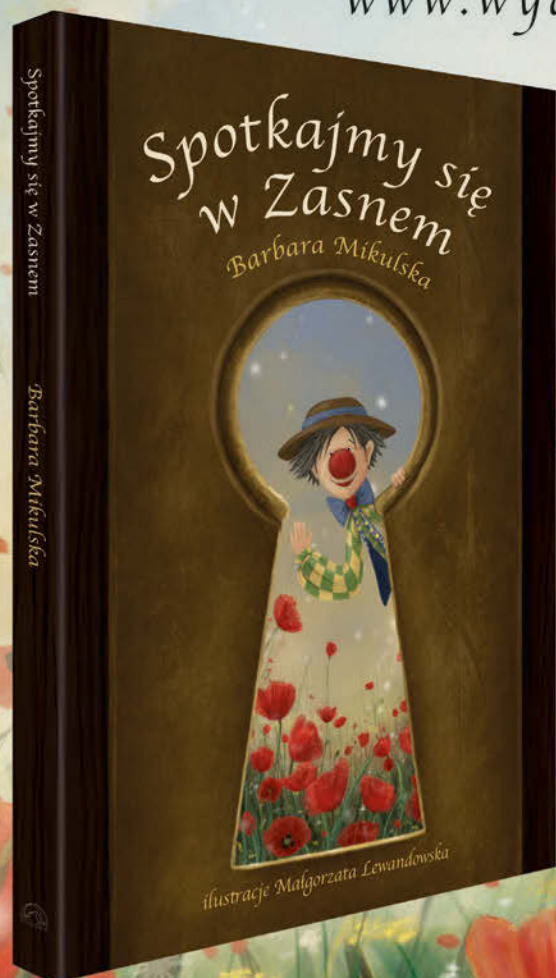
w trend Bullet Journal – czyli spersonalizowanych list, planerów, pamiętników. Testowane przez dziesiątki internautek, blogerek, vlogerek, czy też youtuberek, pokazują jak duży potencjał w nich drzemie.

Najmodniejszą liniaturą, zwłaszcza w notesach, okazują się kropki. Użytkownicy cenią ją za uniwersalność. Świetnie sprawdza się w notowaniu tekstu, przy obliczeniach, czy też tworzeniu tabel. Nie dominuje, ale spełnia swoją funkcję, pozwalając zachować pion i poziom w notatce. Jeśli zdarza nam się pisać lekko tracąc kierunki, taka kropkowana kartka pozwala nam lepiej rozplanować całość.

Różnorodność zawsze jest zaletą, zwłaszcza z modnymi motywami, ponieważ klient nie musi decydować się na jeden produkt, a kupując kilka stworzy własną, unikalną kolekcję. A my jesteśmy po to, aby mu w tym pomóc.

www.wydawnictwo-alegoria.pl

Zapraszamy do krainy,
gdzie smutek i nuda
nie mają wstępu.



Patroni medialni:



Azymut wspiera księgarnie.

Rusza ogólnopolski program Szkolimy-Księgarzy.pl

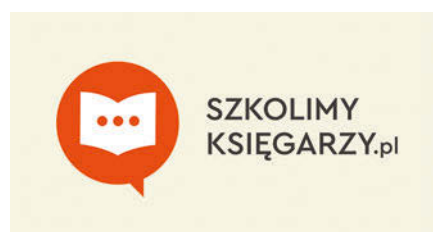
Szkolenia dla księgarzy, spotkania branżowe, interaktywne materiały instruktażowe i porady ekspertów – tak dystrybutor książek OSDW Azymut zapowiada ogólnopolski program szkoleniowy dla księgarzy i lokalnych animatorów kultury. Udział w programie **Szkolimy-Księgarzy.pl** jest bezpłatny, a jego pierwsza edycja potrwa do końca roku.

OSDW Azymut działa na polskim rynku księgarskim już od dwóch dekad. Od początku swojej działalności spółka współpracuje z księgarniami niezależnymi i wspiera je profesjonalnym programem działań dystrybucyjnych i marketingowo-promocyjnych. W tym roku Azymut świętuje 20-lecie działalności. Nowe projekty skierowane do branży księgarskiej są częścią obchodów jubileuszu.

Od początku swojej działalności Azymut kładł duży nacisk na wsparcie księgarń niezależnych. Jako dystrybutor aktywnie angażujemy się w pomoc księgarzom – i to nie tylko tym, z którymi współpracujemy na co dzień. Chcemy odpowiadać na potrzeby rynku książki, który zmaga się dziś z wieloma problemami. Jubileusz 20-lecia to dobra okazja do podjęcia nowych inicjatyw, z których skorzystają nie tylko księgarze, ale pośrednio także wszyscy czytelnicy – mówi Dorota Bachman, Dyrektor ds. Handlu i Rozwoju Biznesu, członek zarządu OSDW Azymut.

Projekt **Szkolimy-Księgarzy.pl** zostanie zainaugurowany podczas Warszawskich Targów Książki. W trakcie dwóch dni targowych odbędą się szkolenia z animacji kultury, promocji czytelnictwa, nowych technologii i mediów cyfrowych wykorzystywanych w pracy księgarni. Na wszystkie wydarzenia obowiązuje wstęp wolny – nie jest wymagana także rejestracja.

Jak rozmawiać o książkach z NIEczytelnikami? – to hasło pierwszego spotkania, które odbędzie się 23 maja o godz. 15.00 (PGE Narodowy, sala Londyn B). Uczestnicy kursu dowiedzą się, jak aktywizować osoby nieczytające do lektury książek oraz jak zachęcać mieszkańców do udziału w wydarzeniach kulturalnych organizowa-



nych przez księgarnie. Szkolenie dla animatorów kultury poprowadzi Marcin Skrabka z Good Books.

Na drugi dzień targów zaplanowano pierwsze wydarzenie z cyklu Księgarnia 2.0. W piątek 24 maja od godz. 14.00 (PGE Narodowy, sala Barcelona) księgarze wezmą udział w szkoleniu z prowadzenia komunikacji księgarń na Facebooku. Marcin Białecki z Good Books opowie o profesjonalnym planowaniu kampanii reklamowych oraz promowaniu akcji crowdfundingowych w mediach społecznościowych. Po szkoleniach materiały poradnikowe przygotowane przez ekspertów zostaną udostępnione w internecie.

Informacje o kolejnych szkoleniach oraz warsztatach będą udostępniane przez cały rok na stronie www.szkolimy-ksiegarzy.pl oraz na Facebooku: www.facebook.com/szkolimyksiegarzy.

Projekty Z książką wyjdź na ludzi! Cykl szkoleń z animacji kultury dla polskiej branży księgarskiej oraz Księgarnia 2.0. Cykl szkoleń podnoszących kompetencje cyfrowe polskiej branży księgarskiej zostały dofinansowane ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego z Funduszu Promocji Kultury.

OSDW Azymut jest ogólnopolskim dystrybutorem książek i e-booków, podręczników szkolnych i akademickich, a także: zabawek, artykułów szkolnych i papierniczych. W ofercie spółki znajduje się obecnie ponad milion produktów, które są w sprzedaży u niemal 5 tysięcy podmiotów współpracujących ze spółką. Azymut działa na rynku od 20 lat. Poza działalnością handlową spółka prowadzi także drukarnię i proponuje usługi druku, a także aktywnie rozwija usługi logistyczno-magazynowe.



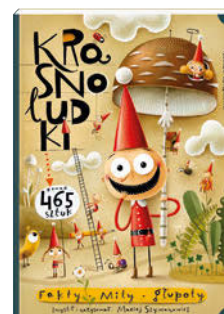
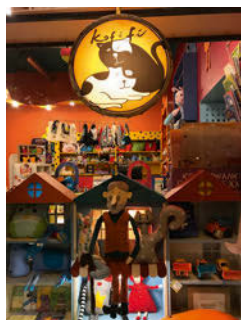
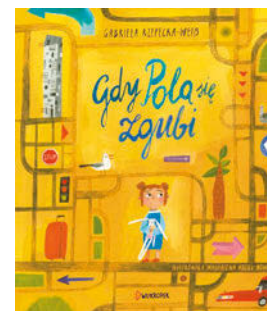
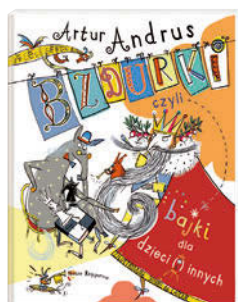
Błyskotliwa historia z dreszczykiem, a jednocześnie poruszająca opowieść o przyjaźni i zdeterminowanej dziewczynie próbującej rozwiązać zagadkę, w którą nie wierzy nikt prócz niej.



Wyniki XVII edycji Konkursu „Świat Przyjazny Dziecku” organizowanego przez Komitet Ochrony Praw Dziecka

Poznaliśmy laureatów XVII edycji Świat Przyjazny Dziecku, zorganizowany przez Komitet Ochrony Praw Dziecka. Kapituła oceniła ponad 300 produktów z 65 firm. „To ogromny rozmach i skala zaufania, jakim darzą nas firmy i instytucje z branży dziecięcej. Praca naszej kapituły pozwala na pomoc dzieciom, rodzicom i opiekunom w coraz lepszym wyborze książek, zabawek, miejsc dla dzieci.” – podsumowała Magdalena Stachowiak-Alexandrowicz, Manager ds. PR i Promocji i Członek Zarządu Krajowego KOPD.

Wraz z finałem XVII edycji pojawiło się nowe logo konkursu, przygotowane przez Andrzeja Pągowskiego, znanego artystę-grafika.



KATEGORIA: KSIĄŻKI

Wydawnictwo Adamada	Seria „Kto się chowa w lesie i na śniegu..” Dom cioci Lusi Góra i dół, zobacz jak niesamowita jest przyroda Złociejowo SOWA CZY PUSZCZYK	W NG W W NG	Vectio TADAM	Była sobie dziewczynka Parzyziółko	NG W
AGORA	J.Fabicka „Rutka” A.Wajrak „Lolek”	NG NG	Bosz	Bestiaruszek. Niewidzialni pomocnicy	W
Baba ryba	Super tata Amory, zaloty i podboje	W W	Zielona Sowa	Mirabelka Barbara Gawryluk seria PIES NA MEDAL E.Ainsworth TROSKA T.Perival Zmartwienie Róży o.Jeffers Tutaj jesteśmy I.Walden Uczucia	NG W W W NG
Debit	Maja dorasta Kacper dorasta	W W	Nasza Księgarnia	Artur Andrus Bzdurki Feluś i Gucio idą do przedszkola Nauka liczenia Krasnoludki. Fakty, mity, głupoty Dusia i Psinek – ŚWINEK Zwierzęta, które zniknęły	W W W W W
Dwukropek	Gdy Pola się zgubi	W	Zuzu Toys	Poczet królów i książąt polskich Mania, dziewczyna inna niż wszystkie	NG W
Publicat	Zwierzokracja”	NG	ENTLICZEK	Seria Miłość, Co mi powiedział Tata	NG
Zakamarki	Okropny rysunek Pomelo rośnie Sznurówka, ptak i ja Piraci Oceanu lodowego O tym można rozmawiać tylko z królikami	NG W NG W NG	Poławiacze Pereł	Nigdy, nigdy	W

LEGO® BRAILLE BRICKS

– INNOWACYJNA NAUKA CZYTANIA METODĄ BRAILLE’A ZA POMOCĄ KLOCKÓW LEGO

Fundacja LEGO Foundation i Grupa LEGO, zainspirowane historiami i pomysłami osób niewidomych na całym świecie, pilotują oddolną inicjatywę, której celem jest pomoc dzieciom niewidomym i słabowidzącym w nauce czytania metodą Braille’a poprzez zabawę klockami LEGO®.



24 kwietnia na konferencji Sustainable Brands w Paryżu, poświęconej zrównoważonemu rozwojowi, LEGO Foundation i Grupa LEGO ogłosiły swoje wsparcie dla pionierskiego projektu, który pomoże dzieciom niewidomym i słabowidzącym uczyć się metody Braille’a poprzez angażującą zabawę klockami LEGO przystosowanymi do alfabetu Braille’a.

Koncepcja LEGO® Braille Bricks została po raz pierwszy zaproponowana LEGO Foundation w 2011 roku przez duńskie stowarzyszenie osób niewidomych „Dannish Association of the Blind”, a następnie w 2017 roku przez brazylijską fundację „Dorina Nowill Foundation for the Blind”. Od tego czasu projekt był opracowywany w ścisłej współpracy ze stowarzyszeniami niewidomych z Danii, Brazylii, Wielkiej Brytanii i Norwegii, a pierwsze prototypy są obecnie w fazie testów koncepcyjnych właśnie w tych krajach.

– Za sprawą tysięcy dostępnych obecnie audiobooków i programów komputerowych coraz mniej dzieci uczy się czytać metodą

Braille’a. A jest to szczególnie ważne, ponieważ wiemy, że osoby niewidome, które potrafią posługiwać się alfabetem Braille’a, często są bardziej niezależne, mają wyższy poziom wykształcenia i lepsze perspektywy zatrudnienia. Jesteśmy głęboko przekonani, że klocki LEGO Braille Bricks mogą znacząco zwiększyć zainteresowanie nauką metody Braille’a. Bardzo cieszymy się, że LEGO Foundation umożliwi rozwój tego pomysłu i sprawi, że będą mogły skorzystać z niego dzieci na całym świecie – mówi Philippe Charzal, Skarbnik Europejskiej Unii Niewidomych. Klocki LEGO Braille Bricks zostaną stworzone z taką samą liczbą wypukłych punktów jak te używane dla poszczególnych liter i cyfr w alfabecie Braille’a, i będą przy tym w pełni kompatybilne z tradycyjnym systemem klocków LEGO. Aby w pełni umożliwić widzącym nauczycielom, uczniom i członkom rodziny interakcję na równych warunkach, na każdym klocku będzie również narysowana litera, cyfra lub znak. Ta genialna koncepcja stanowi absolutnie nowe i dostarczające mnóstwo zabawy rozwiązanie, które zain-

teresuje dzieci niewidome i niedowidzące nauką alfabetu Braille’a, umożliwiając im rozwijanie szerokiego zakresu umiejętności potrzebnych do samodzielnego funkcjonowania i odnoszenia sukcesów w niezwykle szybko zmieniającym się świecie.

Morten Bonde, Senior Art Director w Grupie LEGO, który cierpi na genetyczne zaburzenie wzroku, przez co stopniowo go traci, pracował jako wewnętrzny konsultant projektu. Morten, mimo problemów z widzeniem, jest zdeterminowany, by nie dopuścić do tego, aby utrata wzroku go ograniczyła.

– Obserwowanie reakcji uczniów i nauczycieli na LEGO Braille Bricks było niezwykle inspirujące i uświadomiło mi, że jedyne ograniczenia, jakie spotkają mnie w życiu to te, które tworzę w swojej głowie. Poziom zaangażowania dzieci, by być niezależnymi i traktowanymi równoprawnie w społeczeństwie, był niezwykle. Jestem poruszony, widząc wpływ, jaki ten produkt już teraz wywiera na rozwój niewidomych i słabowidzących dzieci, na ich ciekawość i chęć nauki – komentuje Morten Bonde.

Produkt jest obecnie testowany w języku duńskim, norweskim, angielskim i portugalskim, natomiast na język niemiecki, hiszpański i francuski przyjdzie kolej w trzecim kwartale 2019 roku. Oczekuje się, że ostateczna wersja zestawu LEGO Braille Bricks zostanie wprowadzona na rynek w 2020 roku. Będzie on dystrybuowany bezpłatnie do wybranych instytucji za pośrednictwem sieci partnerów biorących udział w projekcie, na rynkach, gdzie prowadzone są testy. Zestaw będzie zawierał około 250 klocków LEGO Braille obejmujących pełen alfabet, cyfry od 0 do 9, wybrane symbole matematyczne, a także inspiracje do nauczania oraz prowadzenia interaktywnych gier i zabaw.

– Dzieci niewidome i słabowidzące mają marzenia i aspiracje związane z ich przyszłością, tak samo jak dzieci widzące – mówi John Goodwin, CEO LEGO Foundation. I dodaje: Mają takie same pragnienia, potrzebę poznawania świata oraz nawiązywania kontaktów, ale często doświadczają izolacji, będąc wykluczone z niektórych aktywności. W LEGO Foundation wierzymy, że dzieci

uczą się najlepiej poprzez zabawę i rozwijają umiejętności, takie jak kreatywność, współpraca i komunikacja, których szczególnie potrzebują w dzisiejszym świecie po czwartej rewolucji przemysłowej. Dzięki temu projektowi dostarczymy pełne zabawy, sprzyjające integracji podejście do nauki alfabetu Braille'a dla dzieci. Mam nadzieję, że zarówno dzieci, jak i rodzice, opiekunowie, nauczyciele i praktycy na całym świecie będą tak podkcytowani LEGO Braille Bricks jak my. Już nie możemy się doczekać, aby zobaczyć ich pozytywny wpływ.

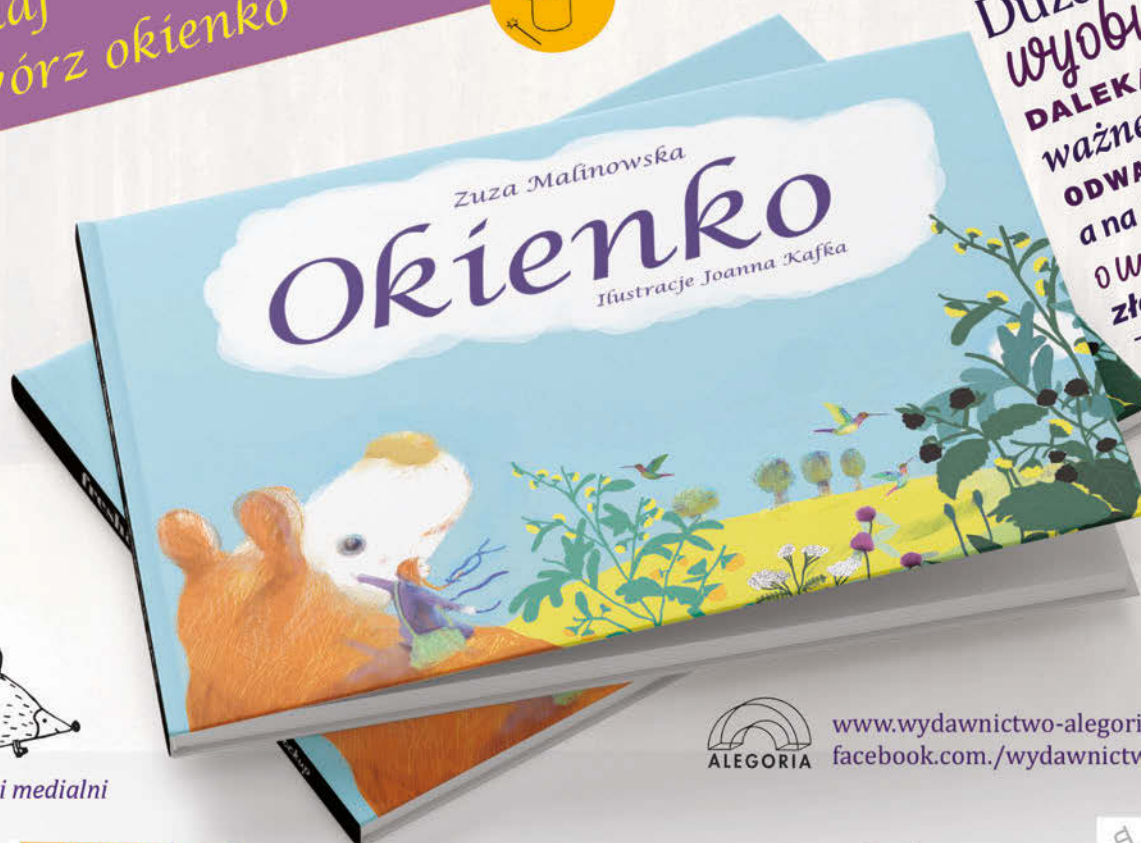
FAKTY:

- WHO szacuje, że na świecie aż 19 milionów dzieci ma zaburzenia widzenia. Wśród nich ok. 1,4 miliona cierpi na nieodwracalną utratę wzroku.
- Około 75% dorosłych Europejczyków z zaburzeniami wzroku nie ma zatrudnienia. W całej społeczności osób z niepełnosprawnościami w Europie 53% nie ma pracy. Bezrobocie jest ściśle związane z dyskryminacją, ubóstwem i wykluczeniem spo-

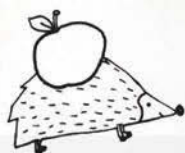
łecznym (źródło: Europejskie Forum Osób Niepełnosprawnych i Europejska Unia Nieświadomych)

- W Stanach Zjednoczonych jedynie 10% niewidomych dzieci uczy się czytać alfabetem Braille'a, w porównaniu z ponad 50% w latach 50. XX wieku (raport National Federation of the Blind). Jednak według American Printing House for the Blind ten trend powraca, a społeczeństwo odzyskuje wiarę w znaczenie nauki Braille'a pomimo istnienia zaawansowanych cyfrowych pomocy dla niewidomych.
- Dzieci niepełnosprawne często napotykały trudności w systemie szkolnym, ponieważ placówkom brakuje odpowiednich zasobów (źródło: Europejskie Forum Osób Niepełnosprawnych i Human Rights Watch)
- Koncepcja LEGO Braille Bricks została początkowo przetestowana przez Danish Association of the Blind, Dorina Nowill Foundation for the Blind (Brazylia), Royal National Institute of Blind People (Wielka Brytania), Leonard Cheshire (Wielka Brytania) i Blindeforbundet Norge (Norwegia).

Nie zwlekaj
- otwórz okienko



Duża DAWKA
wyobraźni,
DALEKA podróż,
ważne zadanie,
ODWAŻNA bohaterka,
a na dodatek MIS
o magicznym
złotym nośce
- oto DOSKONAŁY
PRZEPIS
na porywającą
KSIĄŻKĘ dla dzieci
w wieku 4-6 LAT.



Patroni medialni



www.wydawnictwo-alegoria.pl
facebook.com./wydawnictwoalegoria





AKSJOMAT



TACTIC



ARTYZAN



BLACK MONK



CZU CZU



EGMONT



EXPRESS MAP



FORMATEX



GRANNA



HIPOKAMPUS



IUVI GAMES



JAWA

Wiosenne Targi Ateneum Tradycyjnie – udane

W dniach 5-6 kwietnia br. na Wiosenne Targi Ateneum w Best Western Premier

w Krakowie zaprosiła, hurtownia Ateneum. Wystawcami byli wiodący wy-

dawcy, producenci i dystrybutorzy artykułów papirniczych, gier, zabawek oraz



KOLOROWE BALONIKI



MAGDA KORDASZEWSKA



TUBAN



MIRAGE HOBBY



NASZA KSIEGARNIA



SMARTOYS



ZIELONA SOWA



ST NUX



SYMAG



TREFL KRAKÓW



TM TOYS



WOJCIECH SKULSKI

książek, którzy zaprezentowali nowości i hity roku 2019. Specjalnie dla Klientów Ateneum organizatorzy przygotowali atrakcyjne promocje. Dla uczestników, którzy złożyli największe zamówienia targowe przewidziano wartościowe nagrody. Podczas Wiosennych Targów w hurtowni Ateneum odwiedzający mogli skorzystać również z atrakcyjnych szkoleń i prelekcji. O trendach i najgorętszych hitach tego sezonu opowiedziała Magda Korda-

szewska, Zabawkowicz.pl. Oprócz wykładu Magda Kordaszewska przygotowała wraz z hurtownią Ateneum, publikację, w której zamieszczono propozycje najciekawszych gier i zabawek na Dzień Dziecka 2019.

Wojciech Skulski, który od kilkunastu lat doradza firmom i sieciom handlowym w kwestiach związanych z visual merchandisingiem oraz jest wykładowcą w Krakowskich Szkołach Artystycznych,

Akademii Styłu w Warszawie i Krakowie, zaprezentował sposoby na stworzenie ciekawej witryny, która będzie przyciągać i zwracać na siebie uwagę klientów, ale nie będzie wymagała wielkich nakładów finansowych. Uczestnicy prelekcji poznali także zasady tworzenia witryn. Podczas wykładu, Wojtek Skulski zaaranżował przykładową witrynę, promującą najnowszą książkę Wydawnictwa IUVI – „Wiśniowe serce”.

Książka na wyprzedaży

20% Polaków przyznaje, że zdarza im się czekać z zakupami związanymi z kulturą i rozrywką, w tym książkami, do startu promocji lub wyprzedaży

Polacy najchętniej korzystają z promocji posezonalnych, wyprzedaży poświątecznych i noworocznych oraz promocji oferowanych przez sprzedawców w ramach Czarne Piątku. 8 na 10 konsumentów przyznało, że zdarza im się wstrzymać z zakupem lub celowo z nim czekać do momentu startu promocji lub wyprzedaży. Na roz-

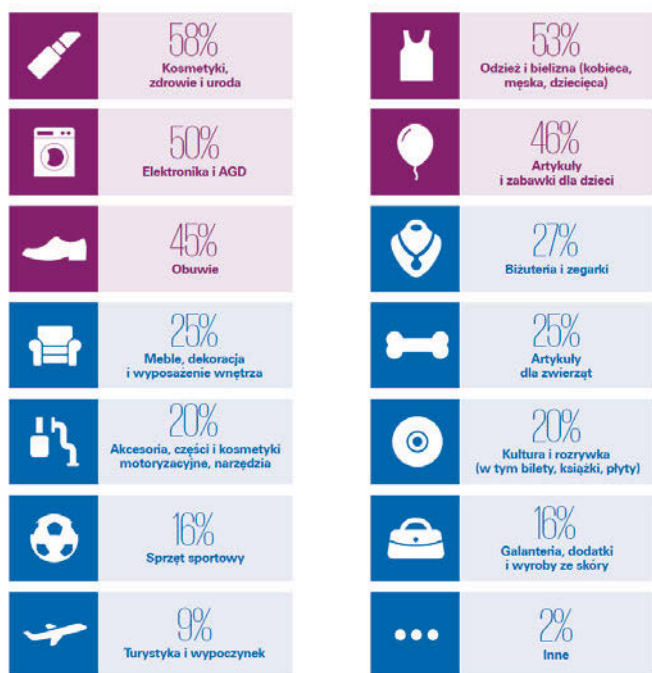
poczynających się właśnie poświątecznych i noworocznych wyprzedażach Polacy zamierzają wydać średnio 325 złotych. Produkty cieszące się największym zainteresowaniem podczas wyprzedaży i promocji to kosmetyki, odzież i bielizna oraz sprzęty elektroniczne i AGD. Ponad połowa konsumentów (51%) przyznała, że Customer Experience tj. doskonała jakość obsługi klienta jest najważniejszym kryterium wpływającym na budowanie lojalności do sprzedawcy, a tym samym chęć dokonywania kolejnych zakupów w tym samym miejscu – wynika z najnowszego raportu firmy doradczej KPMG w Polsce.

Blisko 60% konsumentów, którzy wzięli udział w badaniu KPMG przyznało, że zdarza im się wstrzymać z decyzjami zakupowymi do momentu rozpoczęcia wyprzedaży lub promocji. Z kolei 23% badanych celowo wstrzymuje się z zakupami do startu promocji – jest to dla nich stały i intencjonalny sposób dokonywania zakupów. Wstrzymywanie się z realizacją zakupów jest bardziej widoczne wśród kobiet (89% wskazań) i najmłodszych konsumentów z tzw. pokolenia Z (92% wskazań).

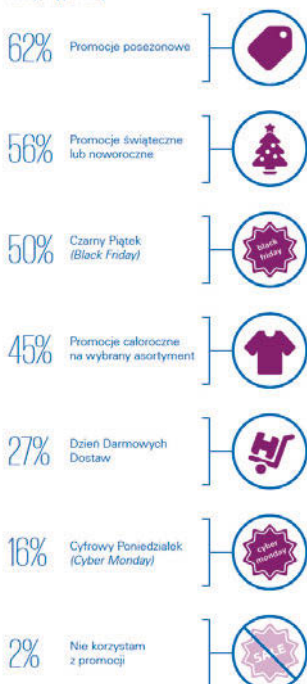
ZALEDWIE 2% POLAKÓW NIE KORZYSTA Z PROMOCJI

Wyprzedaże i promocje na stałe wpisały się do kalendarza zakupowego Polaków. Konsumentów w Polsce najchętniej korzystają z promocji posezonalnych (62% wskazań), które kojarzą się z największymi obniżkami cen i najlepszymi okazjami. Dużym zainteresowaniem cieszą się również promocje świąteczne i noworoczne, z których najchętniej korzysta 56% Polaków. Wzrosła po-

Towary najchętniej kupowane w czasie trwania promocji i wyprzedaży



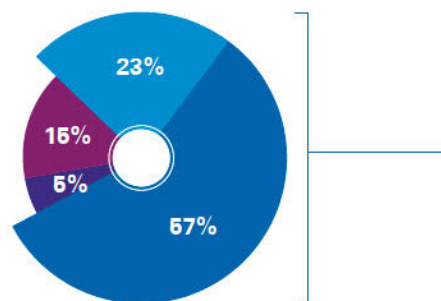
Typy promocji z jakich najchętniej korzystają Polacy



Korzystanie przez Polaków z cyfrowych wyprzedaży i promocji

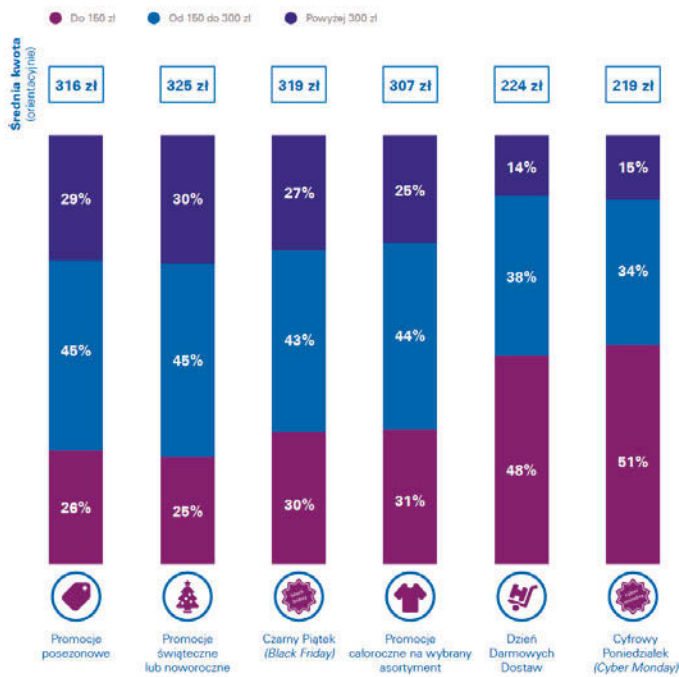


Czy wstrzymuje się Pan/Pani z decyzją zakupu do czasu rozpoczęcia promocji lub wyprzedaży?



- Tak – **wstrzymuję się z decyzją** o zakupie do czasu promocji, ponieważ jest to stały i celowy element sposobu realizowania moich zakupów
- Tak – **zdarza mi się wstrzymywać** z decyzją o zakupie do czasu promocji
- Zakupy promocyjne **robię spontanicznie** – nie planując ich wcześniej
- Nie – **nigdy celowo nie wstrzymuję się** z decyzją o zakupie do czasu rozpoczęcia promocji

Ile Polacy zamierzają wydać na zakupy podczas poszczególnych typów promocji i wyprzedaży?



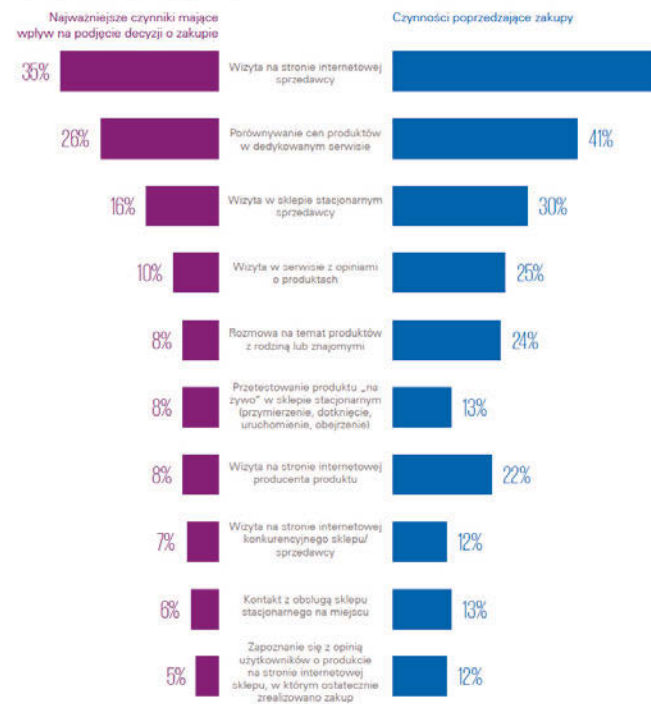
popularność Czarnego Piątku (ang. Black Friday), który został wymieniony w tym roku jako jeden z najchętniej wybieranych typów promocji przez połowę ankietowanych Polaków. Najmniej popularne wśród konsumentów są akcje promocyjne w ramach Cyfrowego Poniedziałku (ang. Cyber Monday), na które wskazało 16% ankietowanych, o 1 p.p. mniej niż w ubiegłorocznej edycji badania. Warto zaznaczyć, że tylko 2% Polaków zadeklarowało, że nie korzysta z promocji lub wyprzedaży.

Jako społeczeństwo dobrze przyjęliśmy zjawisko promocji i jak wskazują statystyki bardzo masowo z nich korzystamy. Jeśli chodzi o najnowsze trendy dotyczące promocji Czarny Piątek czy Cyfrowy Poniedziałek, to ich pozycja bardzo się różni. Czarny Piątek jest intensywnie promowany i znalazł się w gronie trzech najpopularniejszych promocji, zaś Cyfrowy Poniedziałek nie odgrywa znaczącej roli. Elementem łączącym te dwie promocje jest fakt, że deklarowane zainteresowanie nimi praktycznie nie zmieniło się w porównaniu do 2017 r. – mówi Jan Karasek, partner w dziale usług doradczych w KPMG w Polsce.

CENA NIEZMIENNIE GŁÓWNYM CZYNNIKIEM MOTYWUJĄCYM DO ZAKUPU W TRAKCIE PROMOCJI

Podobnie jak w ubiegłorocznej edycji badania, najważniejszym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji zakupowej jest dla 3/4 Polaków atrakcyjna cena produktu. Impulsem, emocjami czy szumem wokół wyprzedaży w czasie promocyjnych zakupów, zgodnie z deklaracjami, kieruje się zaledwie 9% konsumentów. Biorąc pod uwagę deklarowane wydatki Polaków podczas poszczególnych typów promocji, najwięcej pieniędzy Polacy planują wydać podczas świątecznych lub noworocznych wyprzedaży – średnio 325 złotych. Niewiele mniej, średnio 319 złotych klienci wydali na zakupy podczas Czarnego Piątku, z kolei na promocje sezonowe zamierzają przeznaczyć średnio 316 złotych.

W jaki sposób Polacy szukają opinii o produktach?



Cyfryzacja naszego codziennego życia jest bardzo łatwa do zaobserwowania na przykładzie zakupów, nawet realizowanych w skle-

REKLAMA

Prawdziwa historia wyjątkowego zjawiska dzisiejszych czasów: Ubera, produktu działania wolnego rynku, który już w wielu krajach został całkowicie zakazany.



„Ostra jazda to bezprecedensowa historia Ubera oraz jego bezwzględnego dyrektora generalnego i wizjonera Travaisa Kalanicka. Żadna inna firma nie rozwinęła się tak szybko aż do takich rozmiarów. Lashinsky pokazał jej wyjątkowe tempo ekspansji, a także ogromne ambicje i trafność osądów jej władz. To lektura obowiązkowa dla każdego, kto jest zainteresowany biznesem, technologią i przyszłością.”

JOHN DOERR, prezes Kleiner Perkins Cauffield & Byers

Czynności poprzedzające zakupy



pach stacjonarnych. Przed podjęciem decyzji o zakupie, blisko 60% Polaków odwiedza strony internetowe sprzedawców. O dużej roli dostępu do internetu i wrażliwości cenowej podczas podejmowania decyzji zakupowej, świadczy fakt dynamicznie rosnącej, aż o 14 p.p. w stosunku do poprzedniego roku, roli tzw. porównywarek cenowych. W tym roku już 41% konsumentów przed dokonaniem zakupu sprawdzało cenę produktu w dedykowanym do tego serwisie internetowym – mówi Jan Karasek, partner w dziale usług doradczych w KPMG w Polsce.

KOSMETYKI ORAZ ODZIEŻ I BIELIZNA NAJCHĘTNIEJ KUPOWANYMI PRODUKTAMI PODCZAS PROMOCJI

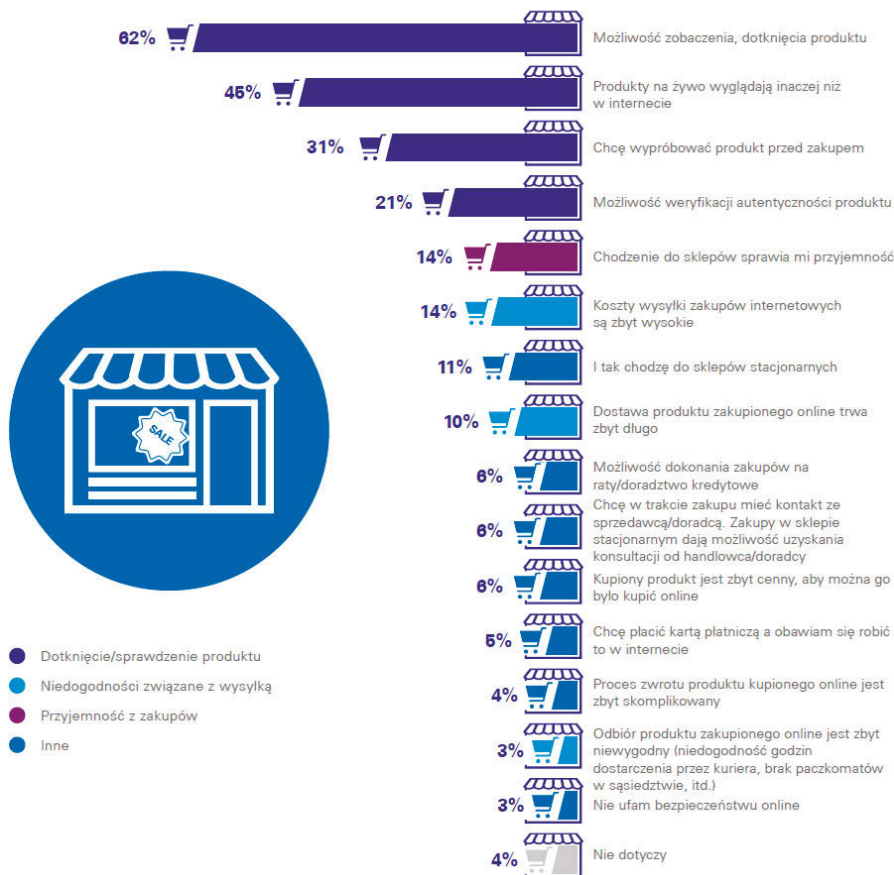
W trakcie trwających promocji i wyprzedaży Polacy najczęściej dokonują zakupu kosmetyków (58% wskazań). W dalszej kolejności konsumenci chętnie wybierają odzież i bieliznę (53%), a połowa Polaków podczas wyprzedaży kupuje sprzęty elektroniczne oraz AGD – ich nabywcami standardowo są częściej mężczyźni (61%) niż kobiety (39%). Obuwie, które w ubiegłorocznej edycji badania było najchętniej kupowanym produktem podczas promocji, w tym roku spadło na 5. miejsce – podczas wyprzedaży obuwia poszukuje 45% konsumentów.

Okres wyprzedaży jest również czasem, w którym Polacy dokonują zakupów produktów z wyższej półki czy produktów typu premium, na które zazwyczaj sobie nie pozwalają. Aż 24% respondentów przyznało, że często zdarza im się kupować produkt z wyższej półki podczas promocji lub wyprzedaży, a dla 26% okres promocji jest jedyną okazją do zakupu takich produktów. Najczęściej w ten sposób kupowana jest elektronika i AGD, kosmetyki, obuwie, odzież oraz biżuteria i zegarki.

DOSKONAŁA OBSŁUGA (CX) BUDUJE LOJALNOŚĆ WOBEC SPRZEDAWCY

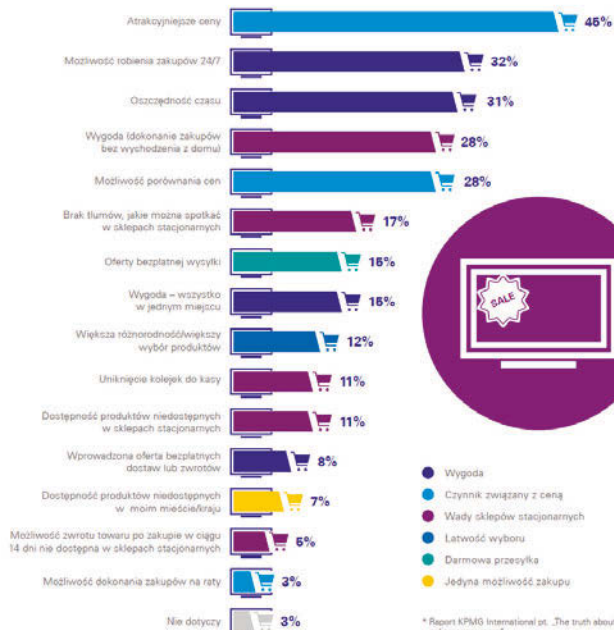
Nieco ponad połowa badanych konsumentów (51%) przyznała, że to Customer Experience, czyli doskonała obsługa klienta, jest najważniejszym czynnikiem, który wpływa na budowanie ich lojalności do danego sprzedawcy i chęć dokonania kolejnych zakupów w tym samym miejscu. 45% klientów uważa, że na ich lojalność wpływa

Przewagi robienia zakupów w czasie promocji/wyprzedaży w sklepie stacjonarnym



- Dotknięcie/sprawdzenie produktu
- Niedogodności związane z wysyłką
- Przyjemność z zakupów
- Inne

Przewagi robienia zakupów w czasie promocji/wyprzedaży w sklepie internetowym



dostępność promocji dostosowanych do ich potrzeb, a dla 41% istotną rolę odgrywa istnienie programu lojalnościowego.

Aspekty obsługi klienta były zawsze ważne, ale obecnie w erze cyfrowego klienta, który porównuje swoje doświadczenia i jednocześnie przenosi je pomiędzy branżami, Customer Excellence (CX) staje się więcej niż kluczowe. Liderzy rynku, konkurencję w obszarze Customer Excellence, podobnie jak klienci, uznają w perspektywie długookresowej za bardziej istotną niż programy rabatowe czy standardowe programy lojalnościowe. Nasze analizy wskazują również, że mimo składanych deklaracji w procesach decyzyjnych, takich jak zakupy czy wybór nowego pracodawcy, aspekty związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu Polacy uznają za mało istotne – mówi Andrzej Musiał, starszy menedżer w dziale usług doradczych w KPMG w Polsce.

51% POLAKÓW KUPIJE NA POLSKICH PLATFORMACH ZAKUPOWYCH

Ponad połowa Polaków najczęściej robi zakupy online za pośrednictwem polskich platform zakupowych. Co piąty konsument (22% wskazań) kupuje przez internet korzystając z polskiej porównywarki cenowej. Z popularnych zagranicznych sklepów internetowych i platform zakupowych spoza Polski korzysta zaledwie 3% ankietowanych.

W okresie atrakcyjnych cenowo promocji 1/3 Polaków kierowana impulsem lub rekomendacją w sklepie decyduje się na zakup dodatkowego, wcześniej nieplanowanego produktu. Najczęściej dotyczy to kosmetyków (30%) lub odzieży i bielizny (29%).

Aż o 10 p.p. w stosunku do ubiegłorocznej edycji badania wzrosła liczba osób (25%), które zamówiły więcej niż jedną sztukę tego samego produktu np. w celu porównania rozmiaru, następnie planując jego zwrot. Przymierzanie produktów w domu, a następnie odsyłanie tych, które nie spełniają oczekiwań jest przede wszystkim domeną najmłodszych Polaków.

Dominacja cyfrowych agregatorów handlu internetowego w Polsce, za pośrednictwem których zakupy deklaruje 73% klientów handlu online jest bardzo wyraźna. Jest to czynnik wyróżniający nas na globalnym rynku, gdzie jest on średnio na poziomie 50%, najwyższe wskazania w Chinach i Indiach przekraczające 80%. Przy zakupach online obserwujemy również silny wzrostowy trend zakupów z planowaną opcją zwrotu. W ciągu ostatnich dwóch lat odsetek Polaków, którzy tego dokonują wzrósł z ok. 6 do 25% – mówi Maciej Szatkowski, starszy menedżer w dziale usług doradczych w KPMG w Polsce.

O RAPORCIE:

Raport KPMG w Polsce pt. „Zakupy Polaków na wyprzedażach. Kto realnie zarządza procesem zakupu – konsument czy sprzedawca?” powstał na podstawie badania zrealizowanego w dniach 5-10 grudnia 2018 r. metodą ankiet internetowych CAWI wśród konsumentów cyfrowych – osób posiadających praktycznie nieprzerwany dostęp do internetu, członków panelu internetowego firmy ARC. Badanie zostało zrealizowane na próbie internautów reprezentatywnej ze względu na płeć, wiek, wielkość miejscowości i województwo zamieszkania. Respondentami były osoby pełnoletnie, które w ciągu 3 ostatnich tygodni dokonały zakupu za kwotę 150 zł lub więcej w sklepie internetowym lub stacjonarnym. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 501 osób.

REKLAMA

czytamy
w oryginale

wydawnictwo
44.pl

wielkie
powieści



● Idealny sposób na naukę angielskiego.
Dla każdego!

● Dwujęzyczne wydanie:
tekst po angielsku i po polsku

● Poręczne wydanie –
do autobusu, na wycieczkę, na wakacje

● Atrakcyjna cena!

Zakupy ze smartfonem w rękę – jedna trzecia klientów e-commerce używa narzędzi cyfrowych podczas tradycyjnych zakupów

Badanie Deloitte: ponad połowa konsumentów nie potrzebuje pomocy sprzedawcy

Coraz częściej mówi się o wpływie technologii cyfrowych na preferencje zakupowe Polaków, zarówno w trakcie zakupów w sklepach stacjonarnych, jak i tych internetowych. Obecnie trudno postawić wyraźną granicę oddzielającą te dwa światy. Raport firmy doradczej Deloitte „Koniec ery dwóch światów. Wpływ narzędzi cyfrowych na zakupy Polaków 2019” udowadnia, że podczas blisko dwóch na trzy wizyty w sklepie klienci wykorzystują urządzenia elektroniczne. Jest to tzw. Wskaźnik Wpływu Cyfrowego, który w Polsce kształtuje się na poziomie 60 proc. Dla przedstawicieli pokolenia Z i milenialsów jest on średnio 1,8 razy wyższy niż dla osób starszych. Najczęściej po smartfon czy laptopa sięgamy, kupując elektronikę, najrzadziej wybierając się po zakupy spożywcze.

Technologie cyfrowe wywierają silny wpływ na preferencje zakupowe Polaków, w tym także na obecność klientów w sklepach stacjonarnych. Ekspert Deloitte zdefiniował go jako Wskaźnik Wpływu Cyfrowego (ang. Digital Influence Factor). Pokazuje on nie tylko, w jaki sposób klienci kupują i podejmują decyzje będąc na zakupach, ale pozwala także na poznanie ich preferencji w zakresie poszukiwania informacji na temat produktów, źródeł inspiracji czy też oczekiwanego wsparcia ze strony sprzedawców. Sieciom detalicznym informacje te mogą pomóc w zdefiniowaniu odpowiedniego podejścia i podjęciu niezbędnych działań w celu zaspokojenia potrzeb klientów na wszystkich etapach ścieżki zakupowej.

– Wykorzystywanie urządzeń elektronicznych służy klientom do znajdowania inspiracji, a w trakcie zakupów przekłada się na liczbę osób, które dokonują zakupu. Jest ona wyższa o 7 proc. w przypadku osób korzystających z technologii w porównaniu

do osób niekorzystających z narzędzi cyfrowych ani przed, ani w trakcie zakupów – mówi Michał Pieprzny, Lider zespołu ds. sektora dóbr konsumenckich, Partner w dziale konsultingu Deloitte.

Wskaźnik Wpływu Cyfrowego pozwala określić odsetek wizyt klientów w sklepach stacjonarnych, pod wpływem użycia jakiegokolwiek urządzenia elektronicznego, tj. komputera stacjonarnego, laptopa, tabletu, smartfonu, wearables (tzw. urządzenia ubieralne), urządzenia do płatności elektronicznych w sklepie oraz sklepowego interaktywnego systemu informacji (np. tablice czy kioski informacyjne). Według analizy Deloitte wynosi on w Polsce 60 proc. Najwięcej klientów korzysta z technologii cyfrowych przed zakupami – prawie 3 na 4 klientów (74 proc.), blisko połowa (42 proc.) w trakcie, a po zaledwie co piąty klient (18 proc.). Co trzeci klient korzysta z urządzeń zarówno przed, jak i po zakupach (33 proc.).

KOBIETY I MĘŻCZYŹNI NA ZAKUPACH

Co ważne pomiędzy kobietami i mężczyznami nie ma znaczących różnic w tym zakresie. Poziom „digitalizowania” zakupów dla obydwu grup jest prawie równy i wynosi około 60 proc., przy czym jednak to mężczyźni nieznacznie częściej sięgają po urządzenia elektroniczne. – Nie jest zaskoczeniem, że Wskaźnik Wpływu Cyfrowego maleje wraz z wiekiem klientów, przy czym najwyższy wynik odnotowaliśmy w grupie wiekowej 18-24 lata. Jest to aż 71 proc. Dla wszystkich badanych osób do 44 roku życia wynosi on 60 proc. lub więcej – mówi Radosław Pidzik, Starszy menedżer w dziale konsultingu Deloitte. Dla porównania w grupie osób w wieku 45-54 lata spada on do 53 proc., a wśród 65-70-latków jest to już jedynie 38 proc.

Wraz z wielkością miejscowości rośnie odsetek wizyt klientów, na które wpłynęły technologie cyfrowe; wyjątek stanowią tu obszary wiejskie, gdzie wskaźnik ten jest nieznacznie wyższy niż dla mieszkańców miast poniżej 20 tys. mieszkańców. Co ciekawe klienci o najniższych dochodach osiągają wyższe wartości cyfryzacji zakupów niż osoby z dochodem od 2000 do 4000 zł.

W SIECI SZUKAMY INFORMACJI I PORÓWNUJEMY CENY

Odwiedzając jakie rodzaje sklepów, najczęściej sięgamy po urządzenia cyfrowe? Pod tym względem zdecydowanie wyróżnia się elektronika ze Wskaźnikiem Wpływu Cyfrowego na poziomie 68 proc. Tuż za nią plasują się zdrowie, meble, rozrywka i motoryzacja z wynikami około 62 proc. Na drugim biegunie znajdują się odzież i żywność (tu wskaźnik wyniósł zaledwie 50 proc.).

Na początku ścieżki zakupowej, czyli na etapie poszukiwania informacji i inspiracji, klienci, niezależnie od kategorii produktowej, cenią w urządzeniach elektronicznych możliwość szybkiego wyszukania informacji o produktach oraz porównanie ich cen (odpowiednio 25 i 26 proc. odpowiedzi). Źródłem informacji są dla nich najczęściej strony internetowe (48 proc. klientów). Jedna piąta badanych korzysta z wyszukiwarek internetowych. Poszukiwanie inspiracji odbywa się także za pośrednictwem mediów społecznościowych (8 proc. proc. klientów), z czego największą popularnością cieszą się Facebook i YouTube. W tym obszarze największą aktywność wykazują osoby młode (18-25 lat), wśród których przynajmniej jeden na czterech klientów skorzystał z mediów społecznościowych jeszcze przed zakupami.

**ZE SMARTFONEM W RĘKU
WYDAJEMY WIĘCEJ**

Co się dzieje w ich trakcie? Zdecydowana większość klientów (61 proc.) przyznaje, że wydaje więcej niż planowała, co – w zależności od kategorii zakupowej – wynika z zakupu dodatkowych produktów i akcesoriów (elektronika), skorzystania z promocji i rabatów, a tym samym włożenia dodatkowych produktów do koszyka (żywność) czy też z dbałości o jakość produktów (zdrowie oraz artykuły dla dzieci i niemowląt). Klienci korzystający z mediów społecznościowych wydają się bardziej świadomie podejmować decyzje oraz skuteczniej porównywać produkty i ceny, dzięki czemu w zdecydowanej większości kategorii produktów wydają mniej lub tyle samo, ile planowali. – Zdecydowana większość ankietowanych twierdzi, że dokonała zakupu świadomie, tj. wiedziała o produkcie, chciała go kupić i wiedziała, gdzie ma to zrobić. Mniej jest respondentów, którzy o produkcie usłyszeli pierwszy raz i skusili się na jego kupno dzięki reklamie. Co naturalne w szczególności bardzo mało podatni na impulsowe zakupy pod wpływem reklamy są klienci kupujący produkty z kategorii elektronika i motoryzacja – mówi Anna Bystrek, Menedżer w dziale konsultingu Deloitte.

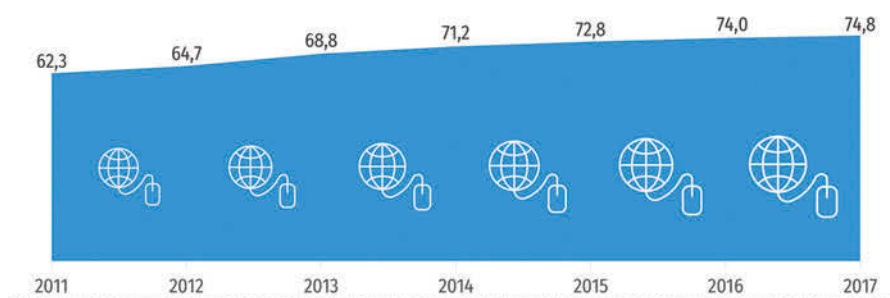
Co ważne widoczne są tu dość wyraźne różnice w podejmowaniu decyzji przez kobiety i mężczyzn. Kobiety bardziej impulsywnie dokonują zakupów w kategorii odzież i meble, natomiast mężczyźni dokonują nieplanowanych zakupów kupując żywność czy produkty lub usługi związane z rozrywką.

INTERNET ZASTĘPUJE SPRZEDAWCĘ

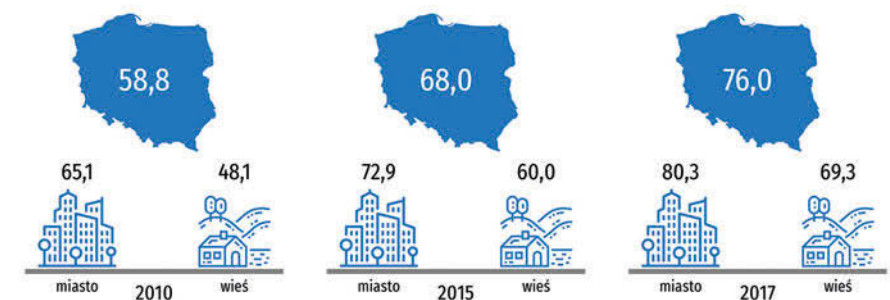
Większość klientów (51 proc.) twierdzi, że w trakcie zakupów nie potrzebowała pomocy asystenta lub sprzedawcy. Jeśli pojawiło się takie zapotrzebowanie to głównie w trakcie zakupów z kategorii elektronika, meble czy motoryzacja, gdzie sprzedawcy są często traktowani jako eksperci w danej dziedzinie.

Na zakończenie ścieżki zakupowej warto przyrzeć się temu jak klienci oceniają wsparcie urzędów cyfrowych w całym procesie zakupowym. Blisko połowa respondentów (49 proc.) odpowiedziała, że dzięki użyciu urzędzenia elektronicznego podczas zaku-

Gospodarstwa domowe wyposażone w komputer osobisty z dostępem do Internetu (w %)



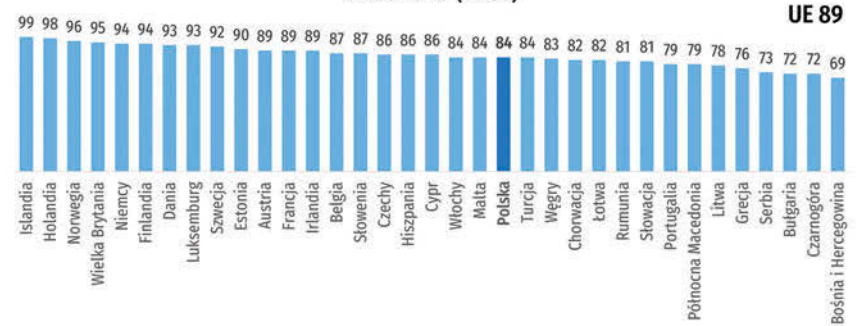
Osoby w wieku 16–74 lata korzystające z Internetu (w %)



Przedsiębiorstwa posiadające szerokopasmowy dostęp do Internetu (w %)



Gospodarstwa domowe z dostępem do Internetu w 2018 r. (w %)



@GUS_STAT | @GłównyUrządStatystyczny | Główny Urząd Statystyczny

pów łatwiej było im go dokonać, niewiele mniej osób odpowiedziało, że nie zauważyło różnicy, a prawie nikt nie odpowiedział, że było mu trudniej dokonać zakupu. – Nasze badanie ma unikalny charakter, ponieważ pokazuje, że dziś już nie mamy dwóch światów: zakupów cyfrowych i tradycyjnych. W mniejszym lub w większym stopniu się

one przenikają, co jest niezwykle ważną informacją dla sprzedawców, którzy konkurują o konsumentów, dla których wykorzystywanie urzędzeń cyfrowych na co dzień stało się chlebem powszednim. Jesteśmy również przekonani, że Wskaźnik Wpływu Cyfrowego w kolejnych latach będzie wzrastał – mówi Radosław Pidzik.



Rozmowa z Joanną i Januszem Feliks właścicielami wydawnictwa Hipokampus

NADALIŚMY NOWE ŻYCIE KULTOWEJ SERII

Jak długo trwa Państwa wydawnicza przygoda?

Janusz Feliks: Parząc wstecz to wychodzi prawie 25 lat. Byliśmy świeżo po powrocie z emigracji we Francji. Zaczynaliśmy od tygodnika z programem tv. Trudno to sobie dzisiaj wyobrazić. Startowaliśmy z poziomu absolutnego zera, po 4 latach nasz tygodnik był drukowany w nakładzie 2 500 000 tygodniowo.

Mówię tygodnik, de facto był to dodatek z programem telewizyjnym, sprzedawany wraz z dziennikami regionalnymi, chodzi o Teleprogram, dobrze znany czytelnikom wielu regionów Polski.

Wydawnictwo o powołaniu edukacyjnym, czyli Hipokampus powstało wiele lat później, gdzieś na przełomie 2005/2006 roku gdy nasza młodsza córka zaczęła chodzić do szkoły.

Joanna Feliks: Zawsze dbaliśmy o to, co córki czytały w wieku szkolnym i oglądały w telewizji. Ówczesna oferta bajek była różnorodna, ale zbyt agresywna i powierzchowna. Stąd pomysł by udostępnić polskim dzieciom świetną zabawę i mądrą edukację w jednym, czyli „Było sobie życie”. Dzięki znajomości mojego męża z autorem filmu Alebertem Barille, projekt udało się sfinalizować i kupić licencję na Polskę.

Janusz Feliks: Pomimo naszego entuzjazmu, ten kosztowny projekt był obarczony wielkim ryzykiem. Okazało się, że potencjalni dystrybutorzy nie byli wcale zainteresowani tą, jak mówili „franucuską ramotką”. Zdecydowaliśmy, że serię „Było sobie życie” wydamy po raz pierwszy z pełnym aktorskim dubbingiem, co niewątpliwie nadało jej nową jakość. Pierwszy epizod filmu był dołączony do gazety bezpłatnie, towarzyszyła mu szeroka kampania informacyjna w mediach lokalnych. No i... udało się. Obudziliśmy uspięny sentyment do ulubionej bajki z dzieciństwa. „Było sobie życie” trafiło w kolejne regiony Polski za pośrednictwem prasy regionalnej. Trzy lata później, gdy film trafił na półki sieci Empik, został wyróżniony jako Bestseller 2009 roku.

Joanna Feliks: W 2011 roku, aby wzmocnić pozycję filmu, mój mąż wpadł na pomysł stworzenia gry planszowej opartej na serii „Było sobie życie”. Ta gra otworzyła nowy rodzaj w naszej działalności, a całej serii nadała nową jakość i nowe życie w Polsce. Tak więc śmiało mogę powiedzieć, że nadaliśmy jej drugie życie. Wiele osób myśli, że nasze gry są sprowadzone na licencji z Francji. Otóż niż bardziej błędnego. Gry powstają u nas w domu. Od pomysłu do końcowego efektu upływa wiele miesięcy wypełnionych intensywną pracą naszej rodziny oraz współpracowników. Na pewnym etapie zapraszamy ekspertów z konkretnych dziedzin, którzy czuwają nad jej jakością merytoryczną.

Janusz Feliks: Bardzo cieszy nas fakt, że gry zostały uznanane za wartościową pomoc dydaktyczną, a jednocześnie stanowią podstawę świetnej zabawy dla całej rodziny. Ale najbardziej cieszą mnie sytuacje, gdy jesteśmy np. na targach książki, do naszego stoiska podchodzi rodzina i mama z córką zaczynają wylizywać: to mamy, to mamy.... a tej gry jeszcze nie... no i kupują.

Joanna Feliks: Często zdarza się na targach książki lub zabawek, że mój mąż zasiada z odwiedzającymi nas rodzinami do wspólnej

gry i słucha uważnie wszystkich uwag, które wykorzystuje przy następnej grze.

Choć produkty są znane i uznawane za bardzo wartościowe, to jednak tylko nieliczni wiedzą, jak szlachetni, mądrzy ludzie je tworzą. Czy możecie Państwo opowiedzieć naszym Czytelnikom o sobie trochę więcej?

Joanna Feliks: Tworzymy z naszymi dwoma córkami rodzinę ciekawą świata i ludzi. Uwielbiamy przyrodę oraz zwierzęta, sami mamy trzy cudowne psy. Energię czerpiemy z drzew i muzyki, jesteśmy stałymi bywalcami Filharmonii i Opery Narodowej.

Janusz Feliks: Kochamy sztukę i ludzi sztuki. Żona jest z zawodu aktorką oraz znawcą teatru i sztuki...

Joanna Feliks: ...A mąż z wykształcenia socjologiem (Sciences Po w Paryżu). Razem jesteśmy jak włoska rodzina, przekrzykujemy się wzajemnie, forsując własne racje. Wtedy powstają najlepsze pomysły do gier. Jedna z naszych córek, po studiach z psychologii, pracuje razem z nami w wydawnictwie. Druga studiuje filozofię na Oksfordzie i stale stawia przed nami nowe zadania oczekując od nas ciągłego rozwoju. Tak więc jesteśmy w nieustającej gotowości do poszukiwania wiedzy na nowe tematy.

REKLAMA

Biblioteka do potęgi

Newsweek



„Naciągnięte”

w sprzedaży od 03.04.2019

Bohaterki reportażu Elżbiety Turlej „Naciągnięte” zrobią wszystko, żeby być piękne, szczupłe i wiecznie młode. Polykają larwy tasiemca, wstrzykują sterydy dla koni, a nawet wypełniają zmarszczki silikonem przemysłowym.



„Umrzeć za Gdańsk”

premiera 24.04.2019

Zamordowanie Pawła Adamowicza wstrząsnęło Polską. Dlaczego doszło do takiej tragedii, kim naprawdę był zamordowany prezydent, czy z tego dramatu wyniknie coś pozytywnego. Tomasz Lis postanowił poszukać odpowiedzi na te pytania w rozmowach z 12 osobami, które znały Pawła Adamowicza.

Zamów już teraz



Skąd pomysł na nazwę, która wydaje się być intrygą zachęcającą do myślenia? Z jednej strony bowiem mamy Hippocampusa z morskich głębin, z drugiej hipokamp to część mózgowia odpowiadająca za pamięć. „Przypadkowa” gra słów?

Pomysły przychodzą często w sytuacjach kompletnie nieoczekiwanych. Byliśmy z córką w oceanarium. Spacerując tam trafił nam się niezwykle spektakl, taniec pary koników morskich. Te maleńkie stworzenia miały w sobie tyle uroku i godności, że nie potrafiliśmy od nich oderwać oczu, obserwowaliśmy je naprawdę długo. Po jakimś czasie skojarzyłem, że przecież Hipokamp to właśnie ta część mózgowia, która koordynuje pamięć, a Hippocampus czyli konik morski to również zabawka dla dzieci. Idealna nazwa dla wydawnictwa o powołaniu edukacyjnym.

Hipokampus od lat jest obecny na półkach w księgarniach i sklepach z grami planszowymi. Jakiego typu wydawnictwa znajdują się w portfolio Państwa wydawnictwa?

Oferujemy filmy DVD, rodzinne gry planszowe, kolekcje komiksów oraz mini-encyklopedie dla maluchów i encyklopedie dla dzieci w wieku wczesnoszkolnym.

Która kategoria jest Państwu bliższa – książki, czy gry planszowe?

Janusz Feliks: Zdecydowanie gry planszowe. Przede wszystkim dlatego, że są nasze, autorskie, od pierwszego pomysłu do pierwszego rzutu kostką, pierwszego gracza. Licencja dotyczy jedynie używanych postaci. Mechanika oraz zawartość merytoryczna jest naszym autorskim dziełem.



Joanna Feliks: Gry planszowe mają ogromną moc integrowania rodzin przy wspólnym stole, w atmosferze całkowitego relaksu można łatwiej przekazać całkiem potężną dawkę wiedzy, z różnych dziedzin, nawet tych bardzo trudnych, jak np. znajomość technik udzielania pierwszej pomocy. Tę grę stworzyliśmy we współpracy z fundacją WOŚP poza licencją „Było sobie...”. Bardzo cieszymy się, że została doceniona przez różne grona ekspertów i uhonorowana wieloma prestiżowymi nagrodami.

Budowa ciała, pierwsza pomoc, wiedza o kosmosie, czy prawidłowe odżywianie – nie unikacie Państwo trudnych tematów. Czym kierujecie się Państwo wybierając motyw przewodni kolejnej gry, czy książki?

Dzieci są ciekawe świata, cały czas czegoś szukają, cały czas chcą się czegoś od nas dowiedzieć, wszyscy doświadczamy tysięcy pytań, które nam ciągle zadają. Gra planszowa to idealny pretekst, by zaspokajając ich naturalną ciekawość, niejako „wkręcać” w wiedzę.

Joanna Feliks: Tematy przychodzą same z siebie. Jesteśmy ludźmi bardzo ciekawymi świata i ludzi. Obserwujemy dokładnie problemy związane z wychowaniem i dorastaniem dzieci. Na przykład gra pt. „Jedz, biegaj i rośnij zdrowo” jest naszą reakcją na pojawiający się problem otyłości wśród dzieci i młodzieży. Gra uczy jak stworzyć dobrą i zbilansowaną dietę dla rozwijającego się organizmu. Gra „Zbuduj ekologiczne miasto” uwaźliwia na problemy związane z ochroną środowiska, uczy i pokazuje jak chronić naszą planetę przed wyniszczeniem.

„Pierwsza Pomoc” uczy ratowania życia według programu Ratujemy i Uczymy Ratować.



Poznasz osiem planet głównych, oraz warunki w jakich odbywają się loty kosmiczne. Dowiesz się również wielu ciekawych rzeczy o miejscach, które odwiedzisz w Kosmosie. Jeżeli jako pierwszy zdołasz zbliżyć się do próbek badawczych z 4 planet Układu Słonecznego, to wygrasz kosmiczny wyścig.

Żaden dzieciak nie lubi gdy rodzice przypominają mu o tym, w jakich sytuacjach zagrożone może być jego zdrowie lub życie, czego należy unikać, lub czego nie należy robić, by nie doszło do poważnego zagrożenia. Gra planszowa „Pierwsza pomoc” budując atmosferę wspólnej zabawy, w przystępny i prosty sposób porusza problemy bezpieczeństwa dzieci i uczy zasad udzielania pierwszej pomocy.



Co to znaczy zdrowo się odżywiać? Dlaczego powinno się jeść owoce oraz warzywa? Jak układać zdrowe posiłki? Ta gra odpowiada na te pytania, ale w sposób lekki, poprzez zabawę. Gracze komponują menu na cały dzień. Zbierają odpowiednie składniki, pokonują Głodomora, mierzą się z Łakomczuchem.

Plansza to bogato ilustrowana oś czasu, a sama gra to podróż przez epoki: od początków państwa polskiego do czasów współczesnych. Pasjonujące historie i wydarzenia, zwroty akcji, rywalizacja. A co najważniejsze: dobra zabawa!

ENCYKLOPEDIA I KOMIKSY EDUKACYJNE





Joanna Feliks: Z kolei „Była sobie kosmos” powstał z okazji 50. rocznicy lądowania człowieka na Księżycu – 20 lipca 1969 roku.

Tworząc gry, czy książki, na co zwracacie Państwo największą uwagę?

W pierwszej kolejności na jakość zawartych treści merytorycznych. Oczywiście każda gra musi spełniać kryterium dobrej zabawy. Bardzo ważna jest szata graficzna i jakość wykorzystanych materiałów. Wszystkie nasze gry i książki produkujemy w Polsce, z materiałów wysokiej jakości, dzięki czemu nie tylko dobrze wyglądają, ale są trwałe i mogą służyć przez wiele lat.

Zabawa z Hipokampusem to potężna dawka wiedzy, którą można przyswoić. Nie jest ona jednak warunkiem koniecznym, aby grę wygrać. Sukces najmłodszych nie jest zatem przekreślony, prawda?

Janusz Feliks: W tym właśnie rzecz, że nie potrzebujemy posiadać wiedzy. Żadna z naszych gier nie jest sprawdzianem posiadanej wiedzy, ale pretekstem do jej zdobywania. Gra nie testuje. Gra uczy. Udzielając np. błędnej odpowiedzi dziecko uczy się, bo poznaje jak brzmi odpowiedź poprawna. Poprawne odpowiedzi to tylko jeden z mechanizmów pozwalających zdobywać punkty zwycięstwa.



Gros z Państwa produktów wydanych jest na licencji „Było sobie...”. Czy bohaterowie kultowych w latach osiemdziesiątych seriali, mają szansę podbić serca najmłodszych?

Jesteśmy wydawnictwem niszowym, którego powołaniem jest edukacja poprzez zabawę. Tworząc kolekcję gier planszowych opartych na serii „Było sobie...” nadaliśmy jej niejako drugie życie i ugruntowaliśmy jej silną pozycję w świadomości odbiorców. Ugruntowaliśmy również jej miejsce na półkach sklepowych, dzięki wysokiej jakości merytorycznej i wydawniczej.

Jednak cały czas zmagamy się z potentatami z różnych branż, którzy chcieliby wykorzystać rozpoznawalność i prestiż serii oraz jej bohaterów na swój komercyjny sposób, nie dbając o jej merytoryczny charakter oraz zawartą w nich wiedzę.

Mam nadzieję, że na wypadek zalewu masowej zabawki obrendowanej postaciami „Było sobie...” uda nam się obronić naszą pozycję.

Stawiają Państwo na jakość, nie tylko w aspekcie produkcyjnym, ale również merytorycznym. Pracują Państwo z autorytetami z danego obszaru wiedzy. Z pewnością wiąże się to z większym nakładem pracy, licznymi konsultacjami, autoryzacjami. Jakimi kryteriami kierują się Państwo w doborze partnerów merytorycznych i co dzięki tej współpracy zyskuje gracz, czy też czytelnik Państwa wydawnictw?

Joanna Feliks: Jak wspominaliśmy wcześniej od pomysłu do otwarcia gotowej gry planszowej mija od 6 do 9 miesięcy. Najpierw pracujemy sami sami. Szukamy odpowiedniej literatury, czytamy. Potem proponujemy współpracę dostępnym specjalistom z danej dziedziny.

Janusz Feliks: Dla przykładu dr. M. Podgórskiego z ŁUM usłyszałem w radio. Opowiadał o swojej pracy obrazowania medycznego w sposób tak niezwykły, że postanowiłem odnowić, czyli przerysować naszą encyklopedię „Tajemnice ludzkiego ciała”. Znalazłem e-mail do doktora w necie i trafiłem na pasjonata z niezwykłą wiedzą.

Joanna Feliks: Dr Annę Lewit namówiłam do współpracy przy grze „Jedź, biegaj, rośnij zdrowo”, bo od lat śledzę jej bloga i uważam, że ma ogromną wiedzę z dziedziny żywienia i wpływu naszej diety na zdrowie organizmu. Do gry „Pierwsza Pomoc” zaprosiliśmy ekspertów z WOŚP, którzy stworzyli i upowszechniają program Ratujemy i Uczymy Ratować.

Na rynku książek i gier planszowych jest dużo wydawnictw. Oferta bardzo szeroka. Mając wskazać najważniejsze atuty Państwa gier i książek wyróżniające je na tle innych, które byście wskazali?

Janusz Feliks: Nasze książki, a przede wszystkim nasze gry umożliwiają dzieciom przeżycie niezwykłego doświadczenia, że wiedza jest fajna. To doświadczenie daje szansę na obudzenie, czy też wzmocnienie w nich pasji poznawania świata. Wiedza, którą dziecko odkrywa podczas zabawy koduje się w jego pamięci jako pozytywne doznanie i staje się w przyszłości bodźcem oraz motywacją do dalszej nauki.

Można spotkać Państwa, także Mistrza na wielu wydarzeniach, skierowanych do rodzin i dzieci. Między innymi pod-

czas Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Czy są one dla Państwa ważne?

Joanna Feliks: Oczywiście. Nasze wydawnictwo bierze czynny udział w życiu społecznym. Staramy się być wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ciekawego dla dzieci. Co roku uczestniczymy w festiwalu organizowanym przez Gazetę Wyborczą „Co Jest Grane”. Bezpośredni kontakt z dziećmi, wspólna zabawa w plenerze to dla nas niezapomniane doświadczenie. Czynnie uczestniczymy w prawie wszystkich wydarzeniach związanych z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy. W tym roku w czasie WOŚP-u mieliśmy wspólną premierę gry „Pierwsza Pomoc”.

Deszcz nagród, którymi obsypywane są Państwa gry, potwierdza, że nie tylko rodzice, ale również eksperci cenią sobie Państwa pracę i wysiłek. Czy są one dla Państwa potwierdzeniem i ukoronowaniem Państwa wysiłków, czy bardziej rozbudzają apetyt na sięgnięcie po kolejne?

Joanna Feliks: Bardzo cieszymy się z każdego wyróżnienia. Każda nagroda jest dla nas motywacją do dalszej pracy. Fajnie jest być docenianym, bo daje to energię do kolejnego działania. Bardzo dziękujemy wszystkim: dzieciom, rodzicom, nauczycielom, ekspertom, za uznanie i wszystkie nagrody. Dzięki nim mamy siłę pracować nad nowymi projektami. Jeśli chodzi o nowości, mamy ich w zanzardzu kilka. Pierwszy z nich planujemy na połowę września i będzie to mega niespodzianka.

REKLAMA

NIEBEZPIECZNA GRA

KOBIETA JEST JAK BROŃ.
NIE WOLNO SIĘ NIĄ BAWIĆ.

EMILIA WITUSZYŃSKA

ZNANY AKTOR I NIEPOKORNA POLICJANTKA.
UCZUCIE GROZNIJSZE NIŻ MAFIA.

KRYMINALNY DEBIUT ROKU!
W SPRZEDAŻY OD 15 MAJA

BIOGRAFIA

Buntowniczk

Matka i córka, które nie miały możliwości się poznać. Mary Wollstonecraft, prekursorka feminizmu i Mary Shelley, autorka „Frankensteina” były jak dwie krople wody. Buntowniczk, silne i niezależne pisarki, które pragnęły udowodnić światu swą wartość, nie licząc się z obowiązującymi konwensansami. Dziesięć dni po narodzinach córki, Wollstonecraft umiera w wyniku infekcji wywołującej gorączkę połogową, Shelley do końca swoich dni obwinała się o śmierć matki. Dotychczas wielu badaczy ignorowało powiązanie i wpływ dziedzictwa Wollstonecraft na życie Shelley. Zdaniem najbliższych Wollstonecraft była wprost idealna – inteligentna, oryginalna, sprawiedliwa i kochająca. Mary Shelley pragnęła iść w ślady matki, tworząc dzieło podziwiane przez następne pokolenia. Dzięki Charlotte Gordon poznajemy pasjonujące biografie obydwu pań w oparciu o nowe spojrzenie udowadniające, jak w wielu aspektach ich biografie łączyły się mimo różnic pokoleniowych. „Buntowniczk” to wspaniały obraz twórczości i życia dwóch ważnych postaci w walce o prawa kobiet i lepsze jutro.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Buntowniczk. Niezwykłe życie Mary Wollstonecraft i jej córki Mary Shelley

Autor: Charlotte Gordon

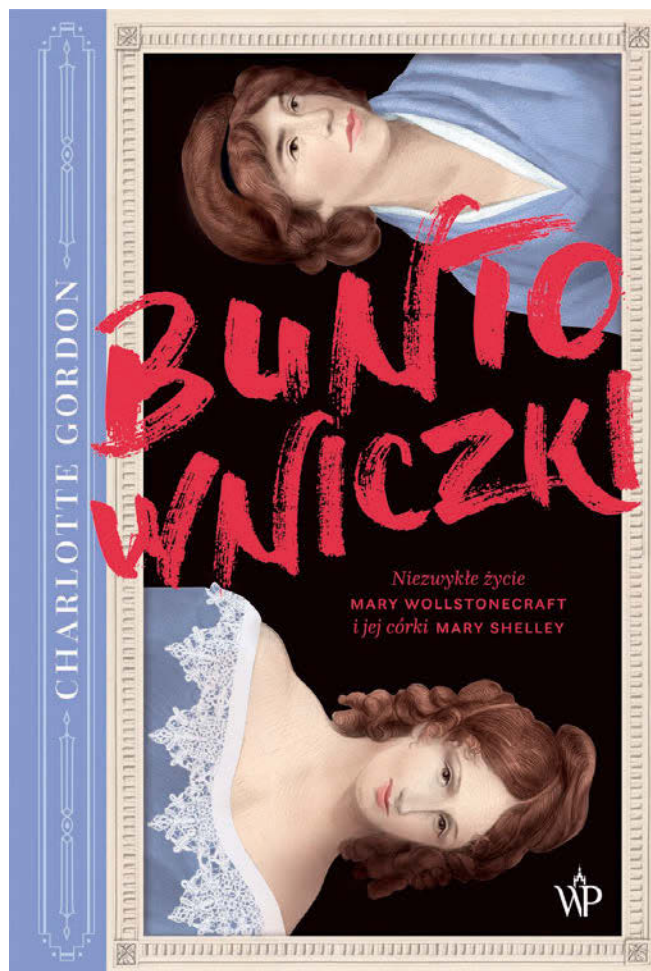
Wydawnictwo: Wydawnictwo Poznańskie

Oprawa: twarda

Liczba stron: 687

Cena: 59,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7976-411-2



LITERATURA POPULARNONAUKOWA

Nigdy osobno

W „Nigdy osobno” wyruszamy w ekscytującą i wyjątkową podróż z profesorem Selosse'em do świata mikroorganizmów. Początkowo mikrobiolodzy odkryli, że tylko między drobnymi organizmami jak grzyby i glony dochodzi do symbiozy. Późniejsze odkrycia Pasteura i Kocha poświęcone czynnikom chorobotwórczym, postawiły mikroby wyłącznie w złym świetle. Jednakże dziś wiemy, że żadna roślina ani zwierzę, a nawet człowiek nie jest w stanie istnieć bez obecności mikroskopijnych bakterii i grzybów. Podwodne organizmy wykorzystują pracę mikrobów emitujących światło do oświetlenia własnej powłoki, przestrzeni podczas polowania czy do wabienia partnerów seksualnych. Wodne istoty, jak i niektóre rośliny używają je w celach obronnych. Na

jednym cm² skóry dłoni człowieka egzystuje sto milionów bakterii. Bogactwo świata mikrobów i form współzależności zaskakuje i fascynuje. „Nigdy osobno” to pozycja naukowa, przygotowana w przystępny sposób, aby czytelnik nie utonął w gąszczu specjalistycznego nazewnictwa.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Nigdy osobno. Wielki świat mikrobów, czyli jak bakterie i grzyby kształtują rośliny, zwierzęta oraz... cywilizację!

Autor: Marc-André Selosse

Wydawnictwo: Wydawnictwo Literackie

Oprawa: zintegrowana

Liczba stron: 488

Cena: 59,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-08-06861-8



ESEJ

Mięcho

W mediach powstała pewnego rodzaju moda na temat chorób nowotworowych, gdyż dotyczy ludzi bez względu na ich status społeczny czy majątkowy, przywołując takie znane postaci jak Steve Jobs czy David Bowie. W społeczeństwie dominuje podejście militarne zachęcające chorych do walki słowami „Zwyciężysz!”, „Pokonasz!”, jak również postawa czyniąca chorego współwinnym tej sytuacji. Ludzie oceniają wcześniejszy tryb życia chorego, a wyjście z choroby staje się oczyszczeniem z win...

Teksty Anety są próbą rozbrojenia śmierci z jej negatywnej mocy, oswojenia choroby i strachu. „Mięcho” jest pełne emocji, bólu, poczucia niesprawiedliwości, że Aneta będąc zaledwie po trzydziestce, jest okradana przez raka z długofalowych planów i marzeń. Przy

czym stara się pozostać sobą, niezależną i waleczną kobietą, która nie chce współczucia, lecz normalnego życia. Przyjaciel Anety stwierdził, że życie chorego jest niczym lot na Marsa – każdy jest ciekawy, jak tam jest i co się na tej planecie znajduje. „Mięcho” to pozycja, która zaspokoi tę ciekawość...

DANE WYDAWNICZE:
Tytuł: Mięcho

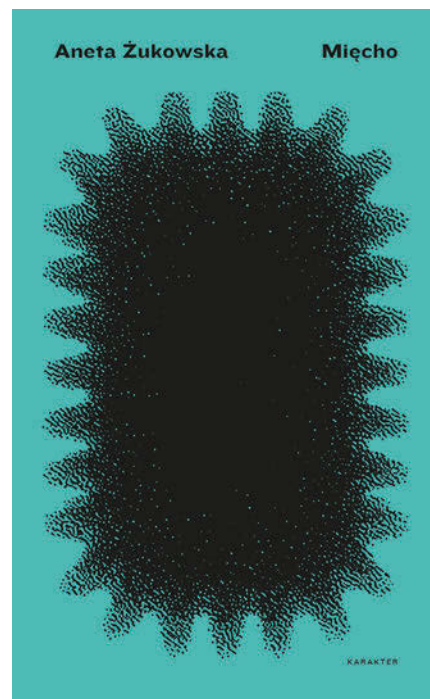
Autor: Aneta Żukowska

Wydawnictwo: Karakter

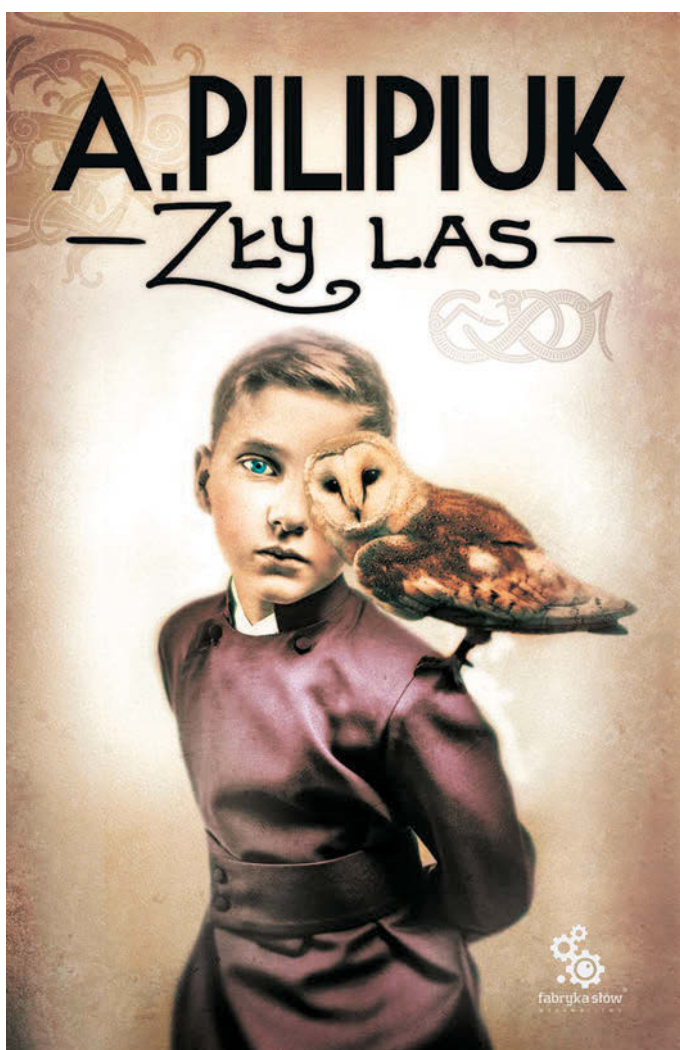
Oprawa: miękka

Liczba stron: 176

Cena: 35 zł

ISBN/EAN: 978-83-65271-94-5


FANTASTYKA



Zły las

Andrzej Pilipiuk, ikona polskiej fantastyki powraca z dziesiątym tomem cyklu „Światy Pilipiuka”. „Zły las” składa się z czterech opowiadań, które utrzymane są w tym samym klimacie, co poprzedzające książki tej serii i pojawiają się bohaterzy, jak Robert Storm, dobrze znani fanom autora. Pilipiuk fenomenalnie łączy świat rzeczywisty z elementami fantastyki przy jednoczesnym przeniesieniu czytelnika do czasu okupacji czy dwudziestolecia międzywojennego. Dzięki pomysłowości, wiedzy i wykształceniu archeologicznym autora pojawiają się interesujące, zapomniane wynalazki i epizody zapisane na kartach historii. Rozważania naukowe czy ukryta między wierszami krytyka współczesności nadają dodatkowej wartości tej literaturze. „Światy Pilipiuka” to kolekcja książek warta uwagi zarówno młodego, jak i dojrzałego czytelnika, a „Zły las” to pozycja obowiązkowa dla fanów fantastyki oraz wehikuł czasu dla tych, którzy pragnęliby, choć na chwilę przenieść się wstecz.

DANE WYDAWNICZE:
Tytuł: Zły las

Seria: Światy Pilipiuka, tom X

Autor: Andrzej Pilipiuk

Wydawnictwo: Fabryka Słów

Oprawa: zintegrowana

Liczba stron: 403

Cena: 39,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7964-400-1



Odwrócone

Hayley Chewins zabiera nas do baśniowego Blajbakanu, gdzie Mistrzowie tworzą muzykę oraz pobliskiego klasztoru, w którym uwięzione odwrócone dziewczęta wytwarzają złoto z muzyki. Delphernia pragnie wydostać się z klasztornych murów. Gdy jej marzenie zostaje spełnione i opuszcza klasztor, dzięki wstawiennictwu księcia Blya, odkrywa, że Blajbakan nie jest tak cudowną krainą, jak myślała... Odwaga i upór Delpherni zostają wystawione na ciężką próbę.

Czy siła w dążeniu do realizacji marzeń będzie mocniejsza niż strach przed konsekwencjami porażki? Czy w wypadku śmiertelnego zagrożenia prawdziwa przyjaźń okaże się najsilniejszą bronią? Tego czytelnicy mogą dowiedzieć się sięgając po „Odwrócone”. Powieść Hayley Chewins jest dziełem głębokim, ponadczasowym i uniwersalnym – wartościową książką dla każdego bez względu na wiek. Porusza kwestię feminizmu, wolności, godności, walki o własne marzenia oraz zwycięstwa dobra nad złem. Obowiązkowa pozycja na półce każdego młodego czytelnika obok takich książek jak „Mały Książę” czy „Pax”.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Odwrócone

Autor: Hayley Chewins

Wydawnictwo: IUVI

Oprawa: miękka ze skrzydełkami

Liczba stron: 272

Cena: 29,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7966-049-0

KRYMINAŁ I SENSACJA

Pójdę twoim śladem

Ryszard Ćwirlej otrzymał za drugi tom serii o Antonim Fischerze ogromne wyróżnienie jakim jest podwójna Nagroda Wielkiego Kalibru 2018. W czwartej części autor przenosi nas do Poznania 1919 roku, gdzie zaraz po wojnie i powstaniu wielkopolskim pułkownik Fischer ma za zadanie stworzenie i prowadzenie polskiej policji. Jednakże szybko zostaje wplątany w sprawę rzekomego samobójstwa nocnego stróża w budynku Uniwersytetu Poznańskiego. Fischer poprzez podjęte śledztwo, dąży do odkrycia prawdy, co okazuje się dla pułkownika nad wyraz niebezpieczne... „W „Pójdę twoim śladem” autor dobrze oddaje klimat początku XX wieku z zachowaniem lokalnej gwary, relacji i nastrojów społeczeństwa pochodzenia polskiego i niemieckiego. Kwestia narodowości

w tamtym okresie była istotnym tematem, ponieważ był to czas decyzji. Antoni Fischer, mimo niemieckich korzeni, wybrał polskie obywatelstwo. Ćwirlej skupia się także na przybliżeniu codziennego życia ówczesnych Polaków i Niemców na poznańskich ziemiach.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Pójdę twoim śladem

Seria: Antoni Fischer, tom IV

Autor: Ryszard Ćwirlej

Wydawnictwo: Czwarta Strona

Oprawa: miękka

Liczba stron: 544

Cena: 39,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7976-129-6



BIOGRAFIA

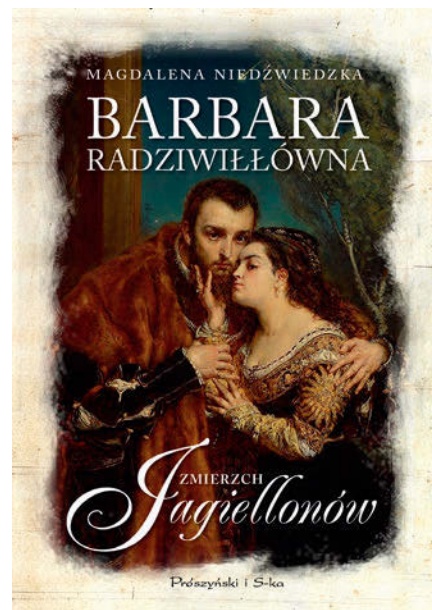
Barbara Radziwiłłówna. Zmierzch Jagiellonów

Barbara Radziwiłłówna – królowa Polski, córka marszałka nadwornego Jerzego Radziwiłła, mimo, że umarła młodo, to trafiła w poczet najświetniejszych kobiet w historii naszego kraju. Barbara podchodziła do życia z humorem i przewrotnością, a do tego była piękną niczym litewska róża i swym urokiem znie- walała wielu mężczyzn, stąd posądzano ją o rozwiązłość i czary. Zygmunt August również wpadł w jej sidła. August imponował Barbarze, a Barbara oczarowywała swym wdziękiem Augusta. Przyszły król przeciw- stawiał się rodzicom, a w szczególności kró- lowej Bonie, która nie znosiła Radziwiłłówny. August i Barbara wzięli ślub potajemnie. Zyg- munt August walczył z całą mocą o uznanie i szacunek dla swej żony zarówno przed kró- lem Zygmuntem oraz królową Boną, jak i szlachtą obecną podczas obrad sejmu.

Wprawdzie tytułową postacią książki jest Bar- bara Radziwiłłówna, jednakże zostaje ona przyćmiona blaskiem dojrzałej już królowej Bony. Drugi tom „Zmierzchu Jagiellonów” to interesująca opowieść o miłości, namiętności, intrygach i walce o władzę.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Barbara Radziwiłłówna. Zmierzch Jagiellonów
Seria: Zmierzch Jagiellonów, tom II
Autor: Magdalena Niedźwiedzka
Wydawnictwo: Prószyński i S-ka
Oprawa: twarda
Liczba stron: 608
Cena: 44,99 zł
ISBN/EAN: 978-83-8169-027-0



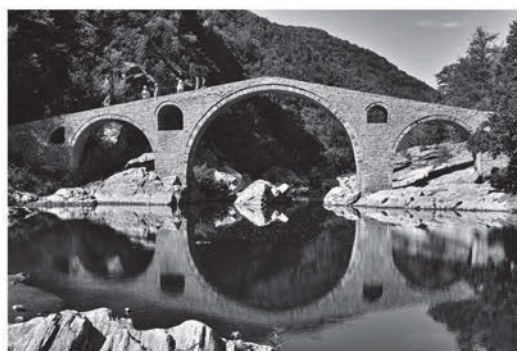
ESEJ

Granica. Na krawędzi Europy

Granica od zawsze łączy i kusi ludzkość, zarówno ta dzieląca ludy i kraje, ta występująca między zniewoleniem a wolnością, jak i ta metafizyczna pomiędzy życiem a śmiercią. „Granica” to historia wprost z dzikiego wschodu Europy u styku współczesnej Bułgarii, Turcji i Grecji. Kassabova zabiera nas na wyprawę po terenach terra incognita, dla większości niedostępnych przez dziesiątki lat ze względu na swój strategiczny punkt militarny, stanowiący granicę między Wschodem a Zachodem. „Granica” Kassabovej to przede wszystkim opowieść o lokalnej społeczności, ciekawych i oryginalnych ludziach, których życie tworzy egzotyczny obraz. „Granica” to podróż przez ludzkie losy i serca łączące się na granicy Europy, w miejscu, gdzie leżą bałkańskie peryferia kuszące swym pięknym i dzikim krajobrazem. Autorka przeplata cały ten misterny pejzaż podróżą sentymentalną do Bułgarii lat 80-tych ubiegłego wieku. Granica, choć nie zawsze widzialna pozostaje w sercach, historii i relacjach ludzkich.

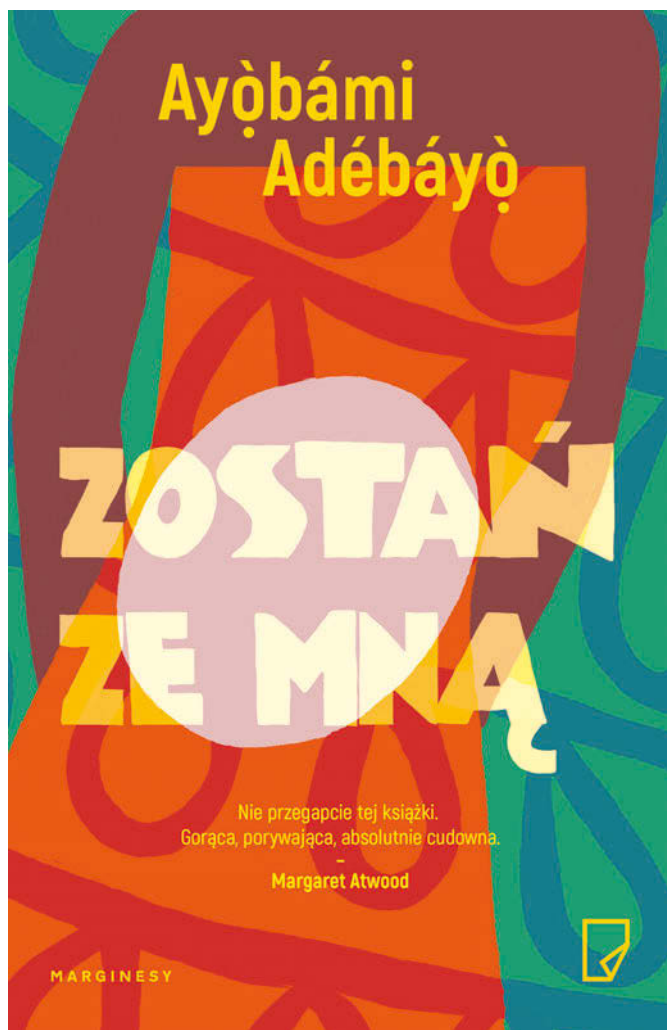
DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Granica. Na krawędzi Europy
Autor: Kapka Kassabova
Wydawnictwo: Czarne
Oprawa: miękka ze skrzydełkami
Liczba stron: 512
Cena: 44,90 zł
ISBN/EAN: 978-83-8049-794-8



Kapka Kassabova
 Granica
 Na krawędzi Europy

LITERATURA PIĘKNA



Zostań ze mną

Nigeria, lata 80. ubiegłego wieku, to okres zamachu, protestów i aresztowania generała Buhariego. Yeijde i Akin, młode małżeństwo marzy o potomstwie, jednakże żadna metoda nie daje pozytywnych rezultatów. Ta sytuacja przekłada się na kryzys małżeński w typowo konserwatywnym, afrykańskim świecie. Rodzina męża wywiera ogromną presję i po czterech latach wyczekiwania podstawi Akinowi drugą kobietę, kandydatkę na żonę, aby ta urodziła mu dziecko. Yeijde przeżywa ogromne rozczarowanie, strach przed odstawieniem na boczny tor. Dziewczyna wszystkie rozterki tłumi w sobie, nie dzieląc się problemami nawet z przyjaciółkami. Próbuje rozładować emocje poprzez całkowite zaangażowanie we własny salon fryzjerski... „Zostań ze mną” to wzruszająca opowieść o walce o spełnienie marzeń, zażegnanie problemów rodzinnych, bólu, zdradzie i bezdusznym, patriarchalnym społeczeństwie, w którym kobieta sprowadzana jest do roli rodzicielki i służącej dla męża i jego rodziny.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Zostań ze mną**Autor:** Ayòbámi Adébáyò**Wydawnictwo:** Marginesy**Oprawa:** miękka ze skrzydełkami**Liczba stron:** 304**Cena:** 37,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-66140-25-7

LITERATURA POPULARNONAUKOWA

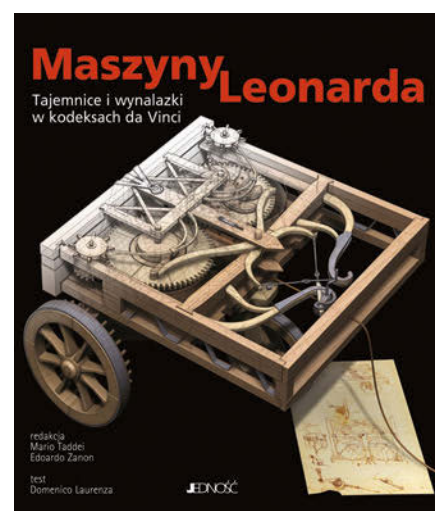
Maszyny Leonarda

Z początkiem maja obchodziliśmy pięćsetną rocznicę śmierci Leonarda da Vinci. Z tej okazji wydawnictwo Jedność przygotowało ciekawą publikację poświęconą wynalazkom tego genialnego konstruktora. Włoscy eksperci i zarazem autorzy „Maszyn Leonarda” zaprezentowali szkice innowatora z Vinci i jego odpowiedzi zrealizowane w trójwymiarowej odsłonie. W tym fascynującym zbiorze znalazły się projekty maszyn lotniczych, a wśród nich mechanizm skrzydeł czy śruba powietrzna będąca protoplastą helikoptera. Nie mogło zabraknąć licznych koncepcji urządzeń wojennych, którym geniusz z Vinci poświęcił sporą część swojego życia. Stworzył pomysł pierwszego czołgu czy działa przewoźnego. Ponadto mamy okazję zgłębić tajniki maszyn wodnych, roboczych, teatralnych oraz instrumentów mu-

zycznych. Mimo upływu pięciuset lat nadal zachwyca nas pomysłowość i wszechstronność Leonarda. „Maszyny Leonarda” to wartościowa lektura zarówno dla młodego konstruktora, jak i ciekawy prezent na Dzień Ojca.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Maszyny Leonarda.

Niezwykłe wynalazki i tajemnice rękopisów Leonarda da Vinci

Autorzy: Laurenza Domenico, Taddei Mario, Zanon Edoardo**Wydawnictwo:** Jedność**Oprawa:** miękka ze skrzydełkami**Liczba stron:** 240**Cena:** 63 zł**ISBN/EAN:** 9788379719082

PORADNIK

Winyłe

„Winyłe” to nie lada gratka dla miłośników muzyki odtwarzanej z płyt winylowych. Wydawnictwo Bellona idealnie wpisało się w obecną modę na słuchanie muzyki płynącej z gramofonu, wydając ciekawy podręcznik napisany przez dwóch fanatyków „decków”. Poradnik Annissa i Fullera to dobre kompendium wiedzy zarówno dla osób stawiających pierwsze kroki w nowym hobby, jak i znawców dziedziny, którzy chcieliby usystematyzować zdobyte dotychczas informacje bądź uzupełnić wiedzę o liczne ciekawostki. Podróż po świecie winyli rozpoczynamy od historii powstania gramofonu, w jaki sposób działają czarne płyty i samo urządzenie, a także jak dobrać odpowiedni sprzęt do swo-

ich potrzeb. Następnie poznajemy tajniki wzmacniaczy, głośników i mikserów, dzięki którym wyciągniemy maksimum z zakupionego gramofonu. Ponadto zdobywamy wiedzę jak należy dbać o płyty i sprzęt grający, jak kupować płyty winylowe oraz, co interesujące dla marzących o karierze muzycznej – podstawy i zaawansowane techniki didżejskie.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Winyłe. Podręcznik miłośnika winyli

Autorzy: Matt Annis, Patrick Fuller

Wydawnictwo: Bellona

Oprawa: twarda

Liczba stron: 184

Cena: 49,90 zł

ISBN/EAN: 9788311156234



LITERATURA DZIECIĘCA

Atlas przygód dinozaurów

Kolejne pokolenia chłopców niezmiennie fascynuje prehistoria, a w niej świat dinozaurów. „Atlas przygód dinozaurów” zaspokoi głód wiedzy każdego miłośnika tych gadów, dostarczy ważnych faktów w przystępny sposób, zabierając czytelnika w podróż przez kolejne okresy mezozoiku: trias, jurę i kredę. Interesująca mapa świata zobrazuje, w jakich rejonach żyły dane gatunki, a na kolejnych stronach przemierzmy każdy kontynent, poznając jego prehistoryczne dzieje i mieszkańców. Dowiemy się wielu cennych informacji o usposobieniu, zwyczajach żywieniowych, łowieckich, ciekawostkach na temat poszczególnych gatunków dinozaurów, a także miejscach ich odkrycia, okresie życia czy statycznych rozmiarach przedstawiciela. Warto wspomnieć, że ogromną zaletą jest samo wydanie – estetyczne, w dużym formacie i twardej oprawie, a do tego na każdej stronie fenomenalne ilustracje Lucy Letherland. Z „Atlasem przygód dinozaurów” młodzi łowcy dinozaurów otrzymają poprzez rozrywkę spory zastrzyk wiedzy.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Atlas przygód dinozaurów

Autor: Emily Hawkins

Ilustrator: Lucy Letherland

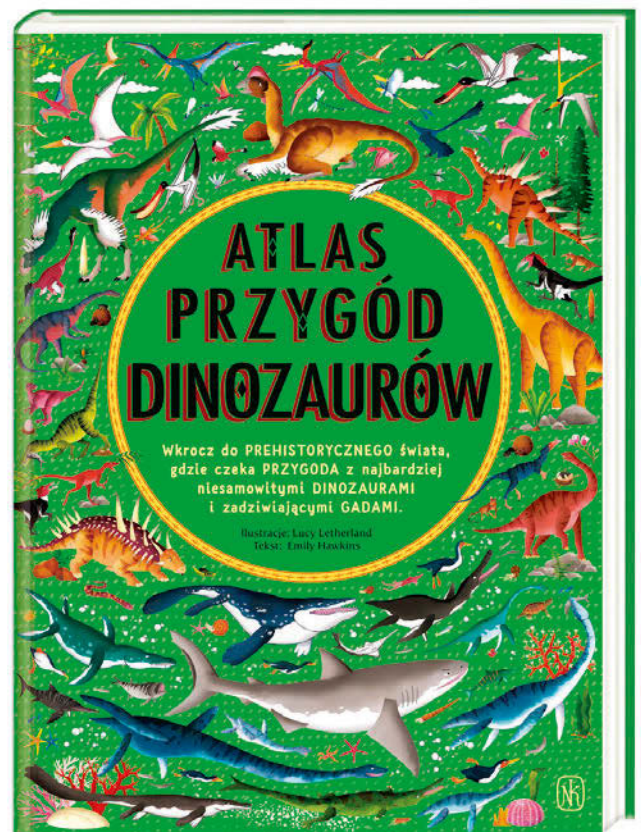
Wydawnictwo: Nasza Księgarnia

Oprawa: twarda

Liczba stron: 88

Cena: 59,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-10-13291-8



ARTYKUŁY KREATYWNE WCIAŻ MODNE

Zabawy kreatywne pobudzają umiejętności motoryczne i rozwijają wyobraźnię. Nadal obok gwarancji doskonałej zabawy, to atrakcyjna segment kategoria sprzedaży w handlu. Zachęcamy do odkrywania nowości i uzupełnienia o nie swojego asortymentu.

FLOSSY CLAY

To niezwykle puszysta, superlekką glinę, którą możesz dowolnie formować, tworząc z niej wymarzone kształty – własne lub na bazie foremek dołączonych do zestawu. Nie wysycha, ma bardzo gładką, jedwabistą teksturę, a przede wszystkim jest bardzo trwała.

Marka/ dystrybutor: Strigo/ WPC
www.mystrigo.pl



KREATYWNA PIANKA

Masa piankowa, z której możesz stworzyć dwie wersje kolorystyczne sowy, owieczkę lub pandę. Jeśli chcesz, możesz stworzyć z niej dowolne kształty. Tworzenie rozmaitych kształtów jest bardzo łatwe i gwarantuje świetną zabawę dla całej rodziny. Pianka kreatywna pobudza kreatywność, rozwija wyobraźnię i zdolności poznawcze. Nie wysycha – można ją do woli modelować i przekształcać a w dodatku nie brudzi rąk.

Marka/ dystrybutor: Strigo/ WPC
www.mystrigo.pl

FARBKI 3D

Zestaw farbek w tubkach, do malowania z efektem 3D. Możesz ozdabiać i dekorować cokolwiek chcesz. Farbki nadają się zarówno do papieru jak i drewna, kamienia czy tkanin. Wystarczy nanieść farbę na powierzchnię, którą chcemy dekorować i zostawić do całkowitego wyschnięcia (od 10 do 48 godzin). Farbki wysychają bez konieczności zapiekania czy używania suszarki. Tworzenie prac za pomocą farbek 3D rozwija wyobraźnię i zdolności manualne. Jest to świetna zabawa dla całej rodziny.

Marka/ dystrybutor: Strigo/ WPC
www.mystrigo.pl



strigo

www.mystrigo.pl



**Zapytaj nas o materiały
ekspozycyjne w Twojej
księgarni.**

marketing@wpc.com.pl

KLEJ Z BROKATEM FIORELLO

Dekoracyjny, bezbarwny klej w płynie zawierający drobinki brokatu. Wygodny: wystarczy namalować wzór za pomocą kleju i poczekać aż zaschnie. Nie wymaga dodatkowych akcesoriów, nie brudzi, nie rozsypuje się, po zaschnięciu drobinki brokatu nie wykuszają się. Idealny do dekoracji papieru, kartonu, drewna i innych powierzchni.

Producent: Fiorello

Dystrybutor: KW Trade



ZESTAW PUZZLE DO KOLOROWANIA CARIOCA

Duże, kartonowe puzzle z wzorami do kolorowania. Świetne na prezent, który pobudza wyobraźnię i rozwija kreatywność. Dwustronne – po ułożeniu i pokolorowaniu jednego wzoru rozsyp, odwróć, a zabawa zaczyna się od nowa. Rozmiar puzzli po złożeniu: 70x100 cm. W zestawie łatwo zmywalne pisaki. Zestaw zawiera: 24 pisaki Carioca Joy z cienką końcówką, 12 pisaków Carioca Jumbo z grubą końcówką, 35 puzzli.

Producent: Carioca

Dystrybutor: KW Trade

ZESTAW Z MOZAIKĄ DO PRZYGOTOWYWANIA ZABAWEK I OZDÓB

Zestaw Maped Creativ do tworzenia własnoręcznych akcesoriów do wspólnej rozrywki. Dzięki załączonym wzorom, gotowych do wycięcia przedmiotów i dużym pakiecie mozaikowych naklejek w 7 błyszczących kolorach dziecko może tworzyć nieograniczoną ilość wzorów i kompozycji. Stworzone i wycięte wzory można w łatwy sposób przykleić do patyczków i rozpoczynać zabawę. Uwalnia kreatywność, rozwija i pobudza wyobraźnię.

Marka: Maped Creativ

Dystrybutor: CX Dystrybucja Sp. z o.o.

<https://creativ.maped.pl>



ZESTAW FARB DO TOWRZENIA NAKLEJEK ŻELOWYCH NA SZYBY

Zestaw Maped Creativ do tworzenia własnych naklejek na szyby to zaproszenie do zabawy, która angażuje dziecko, pobudza wyobraźnię i daje satysfakcję z samodzielnie wykonanej pracy. W opakowaniu znajduje się 6 żelowych pisaków w 6 kolorach oraz 2 plansze z propozycjami wzorów pierwszych naklejek. Dla bardziej kreatywnych plansze mogą służyć jako podkładka do komponowania własnych pomysłów. Naklejki sprawdzą się zarówno na szybach, jak i innych gładkich powierzchniach.

Marka: Maped Creativ

Dystrybutor: CX Dystrybucja Sp. z o.o.

<https://creativ.maped.pl>



ELMER'S GLITTER GLUE - SZKOLNY KLEJ - BROKATOWY

Elmer's to jedna z najlepiej sprzedawanych marek klejów szkolnych na świecie. Elmer's Clear Glue dostępny jest w kolorze brokatowym: złotym, srebrnym, różowym, fioletowym, niebieskim. Zmywalny, nietoksyczny, przyjazny dzieciom. Dostępny w różnych pojemnościach. Idealny do tworzenia Slime.

Premiera produktu – kwiecień 2019.

Marka: Elmer's

Producent: Newell Brands

Dystrybutor: Newell Brands Poland Sp. z o.o.

www.elmers.com



ELMER'S CLEAR GLUE - SZKOLNY KLEJ - PRZECZYSTY

Elmer's to jedna z najlepiej sprzedawanych marek klejów szkolnych na świecie. Elmer's Clear Glue to klej przezroczysty, zmywalny, nietoksyczny, przyjazny dzieciom. Dostępny w różnych pojemnościach. Idealny do tworzenia Slime. Premiera produktu – kwiecień 2019.

Marka: Elmer's

Producent: Newell Brands

Dystrybutor: Newell Brands Poland Sp. z o.o.

www.elmers.com



BEST
BUSINESS
MEETING

Kids
Trade Show



Targi B2B

17.10.2019 | PGE NARODOWY WARSZAWA

www.kidstradeshow.pl

NEW!



Artykuły
szkolne / kreatywne



PARTNER MEDIALNY:

świat
ZABAWEK
WARSZAWA

PATRONI MEDIALNI:

DZIECKO
W WARSZAWIE

papierniczy
ESKAY

RYNEK ZABAWEK

FASHION BIJOU – ZESTAW KORALIKÓW

Zestaw zawiera ponad 1000 koralików w kolorach: fioletowym, różowym, niebieskim, perłowym i złotym, dodatkowo sznurki oraz żyłki. Zawartość zestawu pozwala na stworzenie niezliczonej ilości oryginalnych bransoletek i naszyjników. Wyzwała w dzieciach pasję projektowania i kreatywność. Zestaw przeznaczony dla dzieci od 4 roku życia.

Producent/ dystrybutor: STnux
www.stnux.pl



FUTERKOWA KOSMETYCZKA Z MARKERAMI – ZESTAW DO KOLOROWANIA

Dzięki serii Coloring Craft szkolne akcesoria staną się unikalne i niepowtarzalne. W skład zestawu wchodzi futerkowa kosmetyczka o wymiarach 22x14,5cm i 4 wodoodporne markery dekoracyjne. Kosmetyczka zamykana jest na zamek błyskawiczny, a jej dodatkową ozdobą są duże ruchome oczy. Zestaw przeznaczony dla dzieci od 6 roku życia.

Producent/ dystrybutor: STnux
www.stnux.pl

FILCOWE ROBÓTKI – TOREBKA LAMA

Zestaw Torebka Lama pozwala na samodzielne stworzenie własnej, filcowej torebki, o wymiarach 25x15x10 cm. Zestaw rozwija motorykę dziecka, poprzez prace ręczne, a także uczy dokładności i cierpliwości. W skład zestawu wchodzi: filcowe elementy gotowe do zszycia, plastikowa igła, bawełniane nici oraz instrukcja. Zestaw jest odpowiedni dla dzieci od 5 roku życia.

Producent/ dystrybutor: STnux
www.stnux.pl



ZESTAW MEGA SLIME FUN

Mega Fun Slime to kreatywny zestaw do samodzielnego stworzenia Slime. W zestawie znajdziemy wiele elementów, które gwarantują Mega zabawę: proszek Slime w 6 kolorach, metaliczną farbę, farbę świecącą w ciemności, brokaty, piankowe kuleczki, koraliki i kryształki. Aby gotowe Slime nie wysychały do zestawu dołączonych jest 6 szczelnie zamykanych kubeczków. Zestaw przeznaczony dla dzieci od 6 roku życia.

Producent/ dystrybutor: STnux
www.stnux.pl



ELMER'S WHITE GLUE – SZKOLNY KLEJ – BIAŁY

Elmer's to jedna z najlepiej sprzedawanych marek klejów szkolnych na świecie. Elmer's White Glue to klej biały, zmywalny, nietoksyczny, przyjazny dzieciom. Dostępny w różnych pojemnościach. Idealny do tworzenia Slime. Premiera produktu – kwiecień 2019.

Marka: Elmer's

Producent: Newell Brands

Dystrybutor: Newell Brands Poland Sp. z o.o.

www.elmers.com



SHARPIE® FINE – ZESTAW 18 MARKERÓW + PLECAK GRATIS

SHARPIE® FINE to kreatywny marker permanentny, do pisania po różnych powierzchniach i materiałach. Marker dostępny jest w wielu kolorach. Doskonale nadaje się do oznaczania kartonu, papieru fotograficznego, tektury, drewna, metalu, folii, kamienia, tworzywa sztucznego, skóry. Szybkoschnący tusz, nie zawiera ksyłenu i toluenu. Nasadka z klipsem. Grubość linii pisania 0,9 mm. Data premiery – kwiecień 2019.

Producent: Newell Brands

Dystrybutor: Newell Brands Poland Sp. z o.o.

www.sharpiemarkery.com

Toys Inn

Coloring
– CRAFT –



Zestawy
do kreatywnego
kolorowania

Wywiad z autorem książki „Tajemnice Marszałka Śmigłego-Rydza” SŁAWOMIREM KOPREM

Napisali Panowie we wstępie do książki „Tajemnice marszałka Śmigłego-Rydza. Bohater, tchórz czy zdrajca?": „interesujemy się jego życiem i działalnością już od kilkunastu lat (...). Skąd to zainteresowanie?

Żaden z nas nigdy nie lubił przyjmować bezkrytycznie utrwalonych opinii. Biorąc natomiast pod uwagę fakt, że Śmigły był znakomitym i doświadczonym dowódcą, co udowodnił chociażby w 1920 roku i Piłsudski zdecydowanie go faworyzował, to dlaczego miał popełnić tak zaskakujące błędy w 1939 r.? To wszystko nie trzymało się logiki. Poza tym na swój sposób jest to najbardziej tajemnicza postać II Rzeczypospolitej, o której życiu tak naprawdę niewiele wiadomo. A to już wystarczyło, by pobudzić naszą ciekawość.

W grudniu 1922 r. Józef Piłsudski tak ocenił Śmigłego-Rydza: „, pod względem mocy charakteru i woli stoi najwyższej pośród generałów polskich” oraz, (...) nie jestem pewien jego zdolności operacyjnych w zakresie prac Naczelnego Wodza i umiejętności mierzenia sił nie czysto wojskowych, lecz całego państwa swego i nieprzyjaciela”. Czy taka opinia ma uzasadnienie?

Śmigły nie miał okazji wcześniej się wykazać tego rodzaju umiejętnościami, stąd niepewność Piłsudskiego. Wydaje się nam, że we wrześniu 1939 r. udowodnił, że Komendant nie miał racji. Dla wielu zabrzmiało to jak herezja, ale najwyraźniej wychowali się w kręgu propagandy londyńskiej i tej z czasów PRL. Już Józef Goebbels powiedział, że jeżeli kłamstwo powtórzy się sto razy, to staje się prawdą. Tak było w przypadku Śmigłego, tylko kłamstwa powtórzono tysiące razy.

Jak oceniają Panowie postawę Naczelnego Wodza Śmigłego-Rydza we wrześniu 1939 r.? Myślę tu zarówno o pierw-



SŁAWOMIR KOPER

szej fazie wojny, jak i o rozkazie „z bolszewikami nie walczyć, chyba w razie natarcia z ich strony albo próby rozbrojenia oddziałów” oraz decyzji o opuszczeniu granic Polski, podczas kiedy nadal trwała wojna obronna. Był to wyraz rozsądku politycznego, uległości wobec otoczenia czy paniki?

Niestety, podobne opinie są efektem wspomnianej wyżej propagandy. Sikorski i jego otoczenie, podobnie jak komuniści nie mieli powodów, by lubić Śmigłego. Naczelną Wódz od pierwszych dni wojny realizował podstawowe założenia taktyczne, czyli zbrojny odwrót na tzw. przedmoście rumuńskie, by doczekać ofensywy aliantów na zachodzie i samemu rozpocząć kontratak. Cel ten osiągnął, Wehrmacht nie miał sił na dalszą ofensywę, a zaraz musiało się zacząć przetrzymywanie niemieckich dywizji nad Ren, by bronić się przed Francuzami. Jak wiadomo, do tego nie doszło, gdyż Polskę zaatakowali Sowieci. Natomiast słynny rozkaz po ataku sowieckim, to kolejny przykład negatywnej propagandy. Z reguły publikuje się tylko fragmenty jego rozkazu, który nakazywał uniknąć niepotrzebnych strat i przedarcie się do państw neutralnych, by stamtąd udać się do sojuszników zachodnich. Podobną bzdurą jest zarzut, że Śmigły

nie wypowiedział wojny Sowiecom. Od kiedy to wojnę wypowiedział Naczelną Wódz, a nie rząd czy parlament? A tak na marginesie, czy Polska wypowiedziała Niemcom wojnę we wrześniu 1939 r.? Nie było takiej potrzeby, gdyż państwo zaatakowane nie musi tego robić. Podobnie było z Sowiecami, a cała późniejsza dyskusja jest tylko kolejną próbą zohydzenia sanacji i Śmigłego. Zarzut opuszczenia granic państwa to kolejny absurd. Zadaniem Naczelnego Wodza jest kontynuacja walki do zwycięstwa. Z przedmościa rumuńskiego nie dało rady tego zrobić, podchodzili Sowieci. Zatem należało ewakuować armię i przenieść ją na terytorium sojuszników, co gwarantowało porozumienie z rządem Rumunii. Podobnie uczynił głównodowodzący armią serbską w 1915 roku, który pod naporem Niemców, Austriaków i Bułgarów wycofał się z kraju wraz z podległymi oddziałami, by powrócić i wyzwolić go trzy lata później. Podobnie zachowały się władze Norwegii w 1940 roku. Tylko u nas panuje dziwaczne przekonanie, że Naczelną Wódz powinien polec w walce. A przecież od czasów Termopili i Leonidasza minęło już trochę lat. Głównodowodzący nie jest od strzelenia z karabinu, czy kłucia bagnietem, tylko od dowodzenia armią. I tylko pogorszy sprawę, gdy jak Żółkiewski, Henryk Pobożny czy Warneńczyk zginie na polu bitwy. Poświęci mu się kilka wierszy i piosenek, a to raczej mały zysk. Pod Grunwaldem Jagiełło dowodził bitwą z pewnego oddalenia, a Ulrich von Jungingen walczył w pierwszej linii i zginął. I jaki był wynik tej bitwy?

W 1941 r. Rydz-Śmigły przedostał się nielegalnie z Rumunii, przez Węgry i Słowację do Generalnego Gubernatorstwa. Dlaczego wrócił do Polski, zamiast udać się na Zachód?

Zapewne nie chciał trafić na Wyspę Węzy jako internowany, ludzie Sikorskiego mieli wprawę w unieszkodliwianiu wrogów politycznych. Czego miał tam zresztą szukać? Trybunału Stanu, by rzucono na niego wszystkie rzekome winy? Nikt go tam zresztą nie chciał, a nasi zachodni sojusznicy już wcześniej pokazali, że zależy im na wyeliminowaniu polityków i wojskowych sanacyjnych. Obalenie prezydentury Wieniawy – Długoszowskiego było dostatecznym przykładem.

Znamy plany polityczne czy wojskowe Śmigłego-Rydza w okupowanej Polsce?

Nie, skazani jesteśmy na domysły. Na pewno chciał przejąć kontrolę nad polską konspiracją, miał zresztą w tym duże doświadczenie jako szef POW z czasów I wojny światowej. Czy chciał dogadać się z Niemcami przeciwko Sowietom? Tego nie wiadomo, ale nie jest to wykluczone. W 1941 r. cała Europa była podbita przez Niemców, Wehrmacht stał na przedpolach Moskwy.

Według relacji świadków zmarł na atak serca 2 grudnia. Wielu publicystów pod-

waża jednak zarówno datę jego śmierci, jak i fakt, że była ona naturalna. Skąd te wątpliwości? Czy któraś z wersji o śmierci marszałka Panów przekonuje?

W tym przypadku różnimy się zdaniem. Jeden z nas uważa, że Śmigły faktycznie zmarł na serce 2 grudnia 1941 r., drugi uważa, że raczej został aresztowany na polecenie Grota – Roweckiego i Sikorskiego i zmarł (lub popełnił samobójstwo) nieco później. Ewentualnie go zamordowano. Ale prawdy nie dowiemy się, dopóki nie uda się przeprowadzić ekshumacji szczątków uważanych z zwłoki Śmigłego ze Starych Powązek. I dlatego uważamy, że jest to konieczne. Jeżeli to nie marszałek został tam pochowany, to podręczniki historii tych czasów należy napisać na nowo. I nie tylko by poprawić datę śmierci Śmigłego.

W książce poruszają Panowie również wątek prywatny w życiu marszałka.

Wspominają o jego wielkiej miłości – Marcie Zalewskiej z domu Thomas. Femme fatale przedwojennej Polski, której poćwiartowane ciało znaleziono w 1951 r. niedaleko Nicei.. Równocześnie

nie z jej mieszkania zginęły wszystkie dokumenty marszałka: listy, zdjęcia i pamiętnik.

To była raczej zła kobieta... Ale jedyna miłość Śmigłego. Śledztwo w sprawie jej śmierci właściwie nic nie wykazało, mogli ją porwać i zamordować znajomi, którym pożyczała znaczne sumy, handlarze bronią i narkotykami z którymi miała towarzyskie kontakty. I drobna uwaga, zwłoki zidentyfikowano na podstawie bielizny, wprowadzie dość rzadkiej, ale jednak, a głowy nigdy nie odnaleziono. Raczej kiepski rodzaj identyfikacji.

Jakim człowiekiem był ten największy pechowiec polskiej historii?

Największym pechowcem jeśli chodzi o opinię potomnych. Dobry, uczciwy człowiek, świetny wojskowy, który wbrew swojej woli znalazł się w samym środku zawirowań politycznych. Podczas wojny 1939 r. wszystko zrobił jak należało, a i tak uznano go za winnego klęski. A do tego był nieszczęśliwy w życiu prywatnym, Marta nie była najprzyjemniejszą towarzyszką życia, ale bardzo ją kochał. Poza tym bardzo chciał mieć dzieci, a partnerka nie mogła mu ich dać...

REKLAMA

NOWOŚĆ!



Burzliwa miłość Polki i Francuza. Co wybrać: karierę piłkarską ukochanego czy niezależność i własne marzenia? Ewolucja życiowych wartości, walka o ideały. A do tego magiczny Paryż i gorąca namiętność.

KUPISZ W DOBRYCH
KSIĘGARNIACH

h
HARDE
WYDAWNICTWO

GRA PLANSZOWA

Był sobie Kosmos

W grze poznasz osiem planet głównych oraz warunki w jakich odbywają się loty kosmiczne. Dowiesz się również wielu ciekawych rzeczy o miejscach, które odwiedzisz w Kosmosie. Jeżeli będziesz tym, kto jako pierwszy wróci na Ziemię z ładownią pełną próbek badawczych z 4 planet Układu Słonecznego, odniesiesz wielkie zwycięstwo. Oczywiście przez cały czas możesz liczyć na wsparcie Mistrza,

Metro oraz pozostałych bohaterów z filmu „Był sobie Kosmos”. Ale uważaj! Karzeł i Wredniak nie odpuszczają... Musisz wykazać się inteligencją i sprytem, by ich przechytryć.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Był sobie Kosmos**Autor:** Janusz Feliks**Wydawnictwo:** Hipokampus**Ilość graczy:** 2-4 osób**Wiek:** 7+**Cena:** 99,99 zł**EAN:** 5908259812342

PORADNIK

Czysty talerz: Jedz zdrowiej

Znana amerykańska aktorka, Gwyneth Paltrow wykorzystuje moc prostego, wysokiej jakości jedzenia. Dbą o wysmienity smak i zdrowe składniki. Tym razem proponuje nam zbiór ponad stu przepisów i tygodniowe plany posiłków, które gwarantują smak, prostotę i korzyści zdrowotne. Miłośnicy dobrego jedzenia znajdą tu wszystkie dania – od koktajli, przystawek i przekąsek po zupy, dania obiadowe i desery. Oprócz apetycznych przepisów autorka proponuje nam diety oczyszczające opracowane pod

kątem określonych potrzeb czytelników i pożądanymi przez nich rezultatów.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Czysty talerz: Jedz zdrowiej**Autor:** Gwyneth Paltrow**Wydawnictwo:** APN Promise**Oprawa:** twarda z obwolutą**Liczba stron:** 288**Cena:** 119,70 zł**ISBN/EAN:** 978-83-7541-393-9

LITERATURA DZIECIĘCA



PATRONAT MONITORA KULTURALNEGO

Spotkajmy się w Zasnem

Siedmioletni Gabryś nie jest ani najlepszym uczniem, ani doskonałym sportowcem, ani nawet największym łobuziakiem. Właśnie dlatego koledzy nie zauważają go i lekceważą, a Gabryś coraz bardziej traci wiarę w siebie. I nikt nie wie, że chłopiec nosi w sobie ogromny skarb – wyobraźnię. Dzięki niej trafia do Krainy Zasnem. Tam nuda ani smutek nie mają wstępu. Bawi się z przyjaciółmi, przeżywa różne przygody i zaczyna znów w siebie wierzyć. A kiedy dowiaduje się o dziewczynce, która trafiła do innej, bardzo smutnej Krainy, Gdzie Umierają

Wszystkie Marzenia, bez wahania rusza jej na ratunek.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Spotkajmy się w Zasnem**Autor:** Barbara Mikulska**Wydawnictwo:** Alegoria**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 88**Cena:** 32 zł**ISBN/EAN:** 978-83-62248-07-0

KLASYKA

Czytamy w oryginale. Przygody Sherlocka Holmesa

Seria „Czytamy w oryginale” to atrakcyjna pomoc dla uczących się języka angielskiego. Śledząc losy bohaterów, możemy na bieżąco porównywać tekst angielski i polski. Adaptacja powieści Arthura Conan Doyle’a „The Adventures of Sherlock Holmes. Przygody Sherlocka Holmesa” została przygotowana z myślą o czytelnikach na poziomie średnio zaawansowanym, jednak dzięki obecności polskiego tłumaczenia z książki korzystać mogą również początkujący w nauce języka angielskiego. W serii ukazało się kilkanaście adaptacji naj-

większych dzieł literatury, a w najbliższym czasie planowane są kolejne.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: The Adventures of Sherlock Holmes. Przygody Sherlocka Holmesa

Autor: Arthur Conan Doyle (adaptacja)

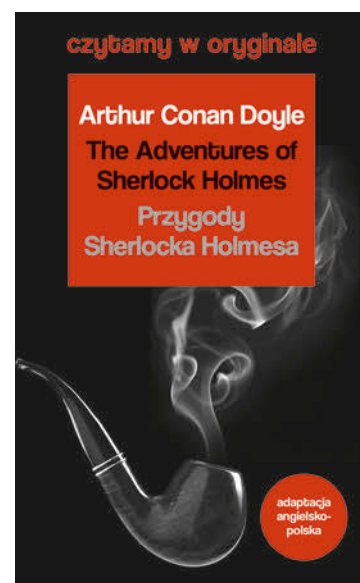
Wydawnictwo: 44.pl

Oprawa: miękka

Liczba stron: 104

Cena: 14,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-63035-85-3



PORADNIK

Roślinny browar

Jak zrobić domowe wino z jeżyn? Czy można fermentować igły sosny? Jak przygotować ocet jabłkowy? Szampan z kwiatów bzu, piwo imbirowe, kwas chlebowy i wino z owoców lasu – to tylko niewielki wycinek przepysznych napojów, które nauczysz się przyrządzać. Baudar nie tylko odkrywa tradycyjne metody warzenia piwa, wina, ale pokazuje również, jak łatwo można przygotować przepyszne napoje bezalkoholowe o wyjątkowych smakach i walorach zdrowotnych. Buza, cydr, szanta czy

manzanita to zaskakujące smakiem napoje, których przygotowywanie będzie prawdziwą kulinarną przygodą.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Roślinny browar. Przepisy na fermentowane napoje bezalkoholowe oraz miody pitne, wina, piwa i inne fermentowane trunki z mocą

Autor: Pascal Baudar

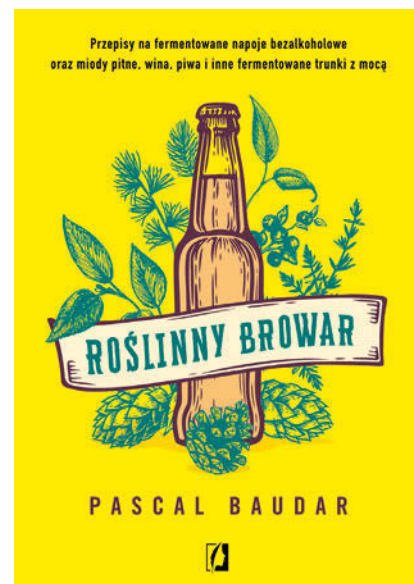
Wydawnictwo: Wydawnictwo Kobiece

Oprawa: twarda

Liczba stron: 320

Cena: 49,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-66234-79-6



LITERATURA MŁODZIEŻOWA

Wiśniowe serce

Cherry jest niepoprawną marzycielką. Chodzi do szkoły, miewa kłopoty z koleżankami, nauczyciele jej nie rozumieją. Klasyka. Ale w jej życiu zachodzi rewolucyjna zmiana: Cherry przeprowadza się z ojcem do jego dziewczyny i staje się częścią niesamowitej rodziny Tanberry, wielkiej, hałaśliwej i... trochę zwariowanej. Teraz Cherry mieszka we wspólnym domu na szczycie nadmorskiego klifu i wszystko idzie dobrze, dopóki nie zakochuje

się w chłopaku jednej z przybranych sióstr. Nie trzeba chyba dodawać, że ta ostatnia nie jest zachwycona i chce wyeliminować konkurencję...

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Wiśniowe serce

Seria: BOMBOnierki, tom I

Autor: Cathy Cassidy

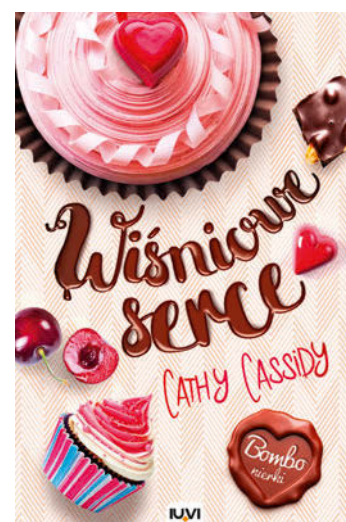
Wydawnictwo: IUVI

Oprawa: miękka ze skrzydełkami

Liczba stron: 278

Cena: 29,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7966-048-3



LITERATURA DZIECIĘCA



Okienko

Ada tęskni za tatą, który wyjechał na Dalekie Wyspy, aby ciężką pracą podnieść standard

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Okienko
Autor: Zuzanna Malinowska
Wydawnictwo: Alegoria
Oprawa: twarda
Liczba stron: 56
Cena: 29,90 zł
ISBN/EAN: 978-83-62248-11-7

życia rodziny. Dla dziewczynki nie liczy się stan konta, lecz to, że tata zawsze opowiadał najfajniejsze historie i przytulał. Ada nie wie, gdzie jest tata, ale i tak postanawia sprowadzić go do domu.

Dzięki magii wyobraźni, tajemniczego okienka w pewnej książce i z pomocą misia o czarodziejskim złotym nosie przenosi się do krainy, w której gdzieś tam leżą Dalekie



Wyspy. Ada wyrusza na wędrowkę, która nauczy ją wiary, wytrwałości i odwagi oraz tego, co naprawdę jest potrzebne do spełnienia marzenia.

GRA PLANSZOWA

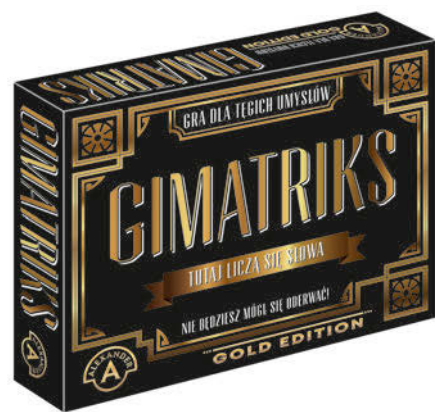
Gimatriks

Tutaj liczą się słowa. Gimatriks to wyjątkowa gra słowna, w której wygrywa ten, kto... najlepiej liczy! Literom nadano wartości liczbowe, zatem układaj słowa tak, aby ich wartość odpowiadała wylosowanym liczbom. Bądź kreatywny i szukaj takich słów, za które zgarniesz jak najwięcej punktów. Oto prawdziwa gimnastyka dla mózgu zmuszająca do aktywności obie jego półkule! Jesteś gotowy podjąć to

wyzwanie? Jeśli tak, to szykuj się na tęgie główkowanie! Gra wydana została w pudełku z solidnej, litej tektury, a sama okładka posiada elegancką fakturę płótna.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Gimatriks
Autor: Michael Herman
Wydawnictwo: Alexander
Ilość graczy: 1-6 osób
Wiek: 12+
Cena: 106 zł
EAN: 5906018021080



LITERATURA OBYCZAJOWA



Gra o miłość

Licealistka z Polski, zwiedzając Francję, poznaje młodego utalentowanego piłkarza. Rodzi się między nimi napięta miłość. Wraz z rozkwitem piłkarskiej kariery Léo, ich codzienność zostaje podporządkowana futbolowi. Rolą Martynty staje się towarzyszenie słynnemu piłkarzowi. Ona ma zapewnić mu jedynie wsparcie w każdej sytuacji i wybaczenie bez względu na wszystko. Jej

praca, pragnienia przestają mieć znaczenie. Musi wybrać: albo on i tylko on, albo ona. Czy miłość, która połączyła Martynę i Léo przetrwa oddalenie, niewłaściwe wybory i upływający czas?

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Gra o miłość
Autor: Marta Orzeszyna
Wydawnictwo: Harde
Oprawa: miękka
Liczba stron: 450
Cena: 39,90 zł
ISBN/EAN: 9788366252158



BIOGRAFIA

Umrzeć za Gdańsk

Tomasz Lis o swojej książce: *Zamordowanie Pawła Adamowicza wstrząsnęło Polską. Dlaczego doszło do takiej tragedii, kim naprawdę był zamordowany prezydent, czy z tego dramatu wyniknie coś pozytywnego. Postanowieniem poszukać odpowiedzi na te pytania, ale rozmowy z 12 osobami, które znały Pawła Adamowicza, pozwoliły mi zobaczyć szerszą historię. Gdańska – niezwykłego miasta, z jego*

barwną, a często dramatyczną historią, metafizyką i magiczną siłą, tyle razy promieniującą na cały kraj. Ale też gdańskiej opozycji, środowiska, które zmieniło to miasto i całą Polskę.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Umrzeć za Gdańsk.

12 rozmów o Pawle Adamowiczu, wolności i magii Gdańska

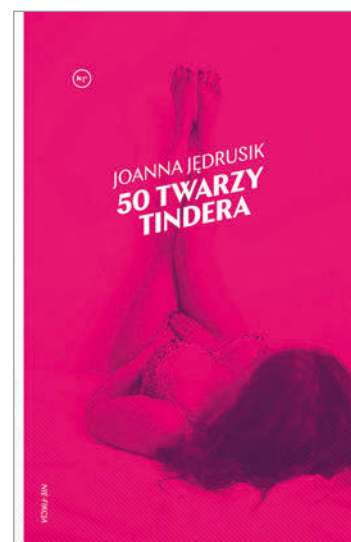
Autor: Tomasz Lis**Wydawnictwo:** Ringier Axel Springer**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 304**Cena:** 43,99 zł**ISBN/EAN:** 978-83-809-1710-1

LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

50 twarzy Tindera

Asia Jędrusik korzystała z Tindera tak intensywnie, że momentami aż bolała ją kciuk od przewijania potencjalnych partnerów. I tylko raz umówiła się na randkę z fanem Breivika. Czytając jej przygody na przemian chce się płakać i wybucha się śmiechem. Nie zdziwi się jednak, gdy w prze-zabawnie opisywanych przez nią randkach, odnajdziesz portrety osób przypominające twoich znajomych. „50 twarzy Tindera” to fascynujący autobiograficzny reportaż o poszukiwaniu bliskości, seksu

i sensu, praktyczny poradnik randkowania i obsługi relacji damsko-męskich.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** 50 twarzy Tindera**Autor:** Joanna Jędrusik**Wydawnictwo:** Wydawnictwo Krytyki Politycznej**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 288**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-66232-16-7

HORROR

Smętarz dla zwierzaków

Dom rodziny Creedów w Ludlow był niewątpliwie dobrym miejscem – przytulną, przyjazną większą przystanią po zgiełku i chaosie Chicago. Cudowne otoczenie Nowej Anglii, łąki, las to idealna siedziba dla młodego lekarza, jego żony, dwójki dzieci i kota. Wspaniała praca, mili sąsiedzi i droga, po której nieustannie przetaczają się ciężarówki. Droga i miejsce za domem, w lesie, pełne wzniesionych dziecięcymi rękami nagrobków – to tam dzieci z miasteczka zakopują swe martwe zwierzaki.

Ci, którzy nie znają przeszłości, zwykle ją potwarzają... i nie chcą słuchać ostrzeżeń.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Smętarz dla zwierzaków**Autor:** Stephen King**Wydawnictwo:** Prószyński i S-ka**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 416**Cena:** 42 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8169-058-4

LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

Café Macondo

Café Macondo nie jest magiczną wsią na końcu świata – jak w powieści Marqueza, ale kawiarnią, w której – jak w całym tym kraju – można się spodziewać wszystkiego. Do Café Macondo trafia, podróżując po Kolumbii, Maciej Wesołowski. Reporter próbuje zrozumieć, dlaczego Kolumbijczycy nie lubią filmu „Narcos”, ale wielu uważa Pablo Escobara za bohatera narodowego. Opowiada o odbudowie kraju, przez którą przetoczyła się najdłuższa wojna domowa współczesnego świata. I o tym, jak próbują się ze sobą do-

gadać ci, którzy przez długie lata byli po różnych stronach barykady.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Café Macondo. Reportaże z Kolumbii

Autor: Maciej Wesołowski

Wydawnictwo: Agora

Oprawa: twarda

Liczba stron: 352

Cena: 39,99 zł

ISBN/EAN: 978-83-268-2806-5



FANTASTYKA

Serce Lodu

Na dalekim południu starożytnego, Świętego Kontynentu dzięki plemiona pierwszy raz w historii zjednoczyły się, by wspólnie wystąpić przeciw osadnikom i Kościołowi. Kolejne miasta znikają pod naporem armii złożonej z barbarzyńców, szamanów i nadprzyrodzonych istot. W świecie, w którym magia wypaliła się przed tysiącami lat ludzie są całkowicie bezbronni wobec obudzonej na nowo Mocy. Książd Seth i Erin Barinor –

morderca, oszust i żołnierz, wyruszają w samo serce hekatombi. Obaj wiedzą, że gra nie toczy się o życie osadników, ale o przetrwanie całego Cesarstwa.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Serce Lodu

Autor: Arkady Saulski

Wydawnictwo: Fabryka Słów

Oprawa: twarda

Liczba stron: 341

Cena: 39,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-7964-401-8



LITERATURA PIĘKNA

Zimowy żołnierz

Lucjusz Krzelewski z zamożnej polskiej rodziny mieszkającej w Wiedniu studiuje medycynę, gdy nadchodzi rok 1914, wybucha wojna i błyskawicznie rozlewa się po całej Europie. Zafascynowany tym, że z dnia na dzień może zostać lekarzem, zaciąga się do wojska, licząc na przydział do znakomicie zorganizowanego lazaretu. Niestety trafia do szpitala polowego urządzonego w zrujnowanym kościele w Lemnowicach, skąd uciekli wszyscy lekarze. Je-

dyną osobą, która może pokazać Lucjuszowi, jak ratować ciężko rannych zwożonych z pół bitewnych frontu wschodniego, jest tajemnicza siostra Margareta.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Zimowy żołnierz

Autor: Daniel Mason

Wydawnictwo: Rebis

Oprawa: miękka ze skrzydełkami

Liczba stron: 384

Cena: 34,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-8062-473-3



BIOGRAFIA

Nierozłączni

American dream oczami najsympatyczniejszych syjamskich bliźniąt. Chang i Eng mieli po 17 lat, gdy opuścili rodzinny Syjam. Zrosnięci na klatce piersiowej pasem tkanki chrzęstnej i dzielący wspólną wątrobę bracia ruszyli w podróż po Stanach Zjednoczonych. W ciągu dekady zdobyli sławę, majątek i amerykańskie obywatelstwo. Kupili ziemię i niewolników, postawili dom na południu i poślubili dwie białe siostry, z którymi wychowali sporą gromadkę dzieci. Jednak jak to czasem

bywa z amerykańskim snem – legł w gruzach równie szybko, jak na początku się zziścił...

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Nierozłączni. Słynni syjamscy bracia i ich spotkanie z amerykańską historią

Autor: Yunte Huang

Wydawnictwo: Wydawnictwo Poznańskie

Oprawa: twarda

Liczba stron: 430

Cena: 59,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-66278-23-3



BIOGRAFIA

Inny Świat. Zapiski sowieckie

Nowe wydanie z okazji Roku Gustawa Herlinga-Grudzińskiego. „Inny Świat. Zapiski sowieckie” to jedno z najważniejszych świadectw więźnia łagru i zarazem jeden z najistotniejszych utworów w historii polskiej – i światowej – literatury XX wieku. Wstrząsająca wiwisekcja mechanizmów sowieckiego totalitaryzmu i obraz ludzkiej natury wystawionej na najcięższą z prób. Herling-Grudziński zrelacjonował ogrom cierpień

i katuszy, których doświadczył wraz z innymi współwięźniami. Słowem: książka, którą – jak stwierdził Albert Camus – „powinno się wydać i czytać we wszystkich krajach świata”.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Inny Świat. Zapiski sowieckie

Autor: Gustaw Herling-Grudziński

Wydawnictwo: Wydawnictwo Literackie

Oprawa: miękka

Liczba stron: 360

Cena: 34,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-08-06856-4



LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

Sodoma. Hipokryzja i władza w Watykanie

Kilkudziesięciu kardynałów oraz setki biskupów i księży zgodziło się rozmawiać z Frédéricem Martelem. Wśród nich znaleźli się zadeklarowani homoseksualiści, którzy odsłoniли przed nim świat wielkiej szafy, w której ukrywają się księża geje, i dzięki którym poznał pilnie strzeżone tajemnice Watykanu. Dlaczego homoseksualni duchowni są największymi homofobami? Dla-

czego zawsze zależało im i zależy nadal na zachowaniu w Kościele konserwatywnego status quo? Na te i wiele innych pytań Martel szuka odpowiedzi w książce, która jest efektem śledztwa w trzydziestu krajach.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Sodoma. Hipokryzja i władza w Watykanie

Autor: Frédéric Martel

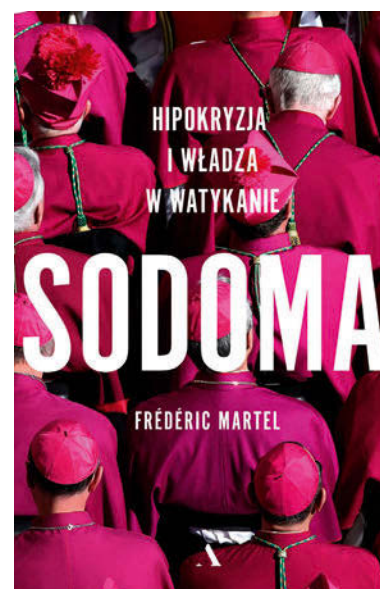
Wydawnictwo: Agora

Oprawa: miękka

Liczba stron: 640

Cena: 49,99 zł

ISBN/EAN: 978-83-268-2789-1



BIOGRAFIA

Pusty las

Żyjąc, zajmujemy miejsce tych, którzy byli przed nami, taka jest oczywista kolej rzeczy. Jak jednak żyć w miejscu, w którym garstka ludzi zajmuje miejsce po ośmiuset, jak wypełnić taką przestronną pustkę? Szczególnie gdy tych ośmiuset nie odeszło tak, jak nakazuje czas, lecz zmiotła ich historia? Pusty las to opowieść autorki o życiu w Wołowcu, beśkidzkiej wsi, z której kolejno znikali szukający

szczęścia za oceanem biedacy, wizjonerscy nacierze, Żydzi, Cyganie, Łemkowie. To także jej hołd dla tego miejsca na ziemi, jego historii, przyrody i jego mieszkańców.

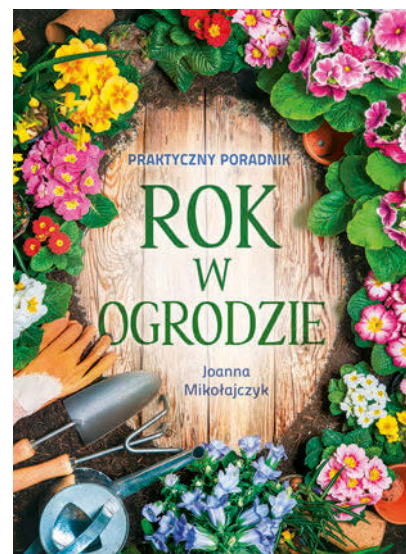
DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Pusty las**Autor:** Monika Sznajderman**Wydawnictwo:** Czarne**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 240**Cena:** 44,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8049-823-5

PORADNIK

Rok w ogrodzie

Ogród to zaciszny kąt, w którym można czytać książkę, znaleźć wytchnienie od uporczywych upałów, napawać się pięknem rozkwitających pąków lub przyprószonych śniegiem gałązek. O każdej porze roku trzeba jednak dbać, by rośliny miały odpowiednie warunki do rozwoju. Tylko wtedy ogród będzie piękny i ucieszy gospodarza. Książka „Rok w ogrodzie” Joanny Mikołajczyk zawiera cenne porady dotyczące prac w ogrodzie i pielęgnacji roślin, a także plan prac podzielony na pory roku i miesiące. Ta

pozycja to niezbędna pomoc dla każdego, kto chce zadbać o ogród.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Rok w ogrodzie**Autor:** Joanna Mikołajczyk**Wydawnictwo:** SBM**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 240**Cena:** 49,95 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8059-720-4

FANTASTYKA

Harda Horda

Dwanaście niesamowitych historii pełnych nostalgii i grozy. Wyrusz w niezwykłą podróż po zdumiewających światach, w których ludzkość próbuje radzić sobie ze skutkami katastrof spowodowanych przez naturę lub własną ignorancję, gdzie czasem pojawiają się chmury będące portalem do innego uniwersum, a w słowach niewinnej piosenki dla dzieci „Jaworowi ludzie” ukrywa się mroźna krew w żyłach tajemnica. Pierwsze wspólne dzieło stowarzyszenia Harda Horda. Grupy dwunastu

znakomitych polskich pisarek. Poznaj ich zjawiskową antologię o przekraczaniu granic.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Harda Horda. Antologia opowiadań**Autorzy:** Ewa Białołęcka, Anna Kańtoch, Aneta Jadowska i inni**Wydawnictwo:** SQN**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 400**Cena:** 36,99 zł**ISBN/EAN:** 9788381294133

LITERATURA DZIECIĘCA

Niesamowity Wszechświat

Od najdawniejszych czasów ludzie chcieli dowiedzieć się jak najwięcej o naszej planecie. Wiele zjawisk na niebie obserwowali za pomocą lunet i teleskopów, jednak to było za mało i zapragnęli polecieć w przestrzeń kosmiczną. Przez stulecia podejmowali próby budowy maszyn pozwalających unieść się ponad Ziemię. Jeśli chcecie wiedzieć, czy spadające gwiazdy spełniają życzenia i czy komety sprowadzają nieszczęścia, to jak najszybciej wybierzcie się w kosmiczną podróż razem z „Niesamowitym Wszechświatem”.

Pozycja, która przyciągnie uwagę każdego młodego miłośnika kosmosu.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Niesamowity Wszechświat**Autor:** Karolina Bąkowska**Wydawnictwo:** Nasza Księgarnia**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 144**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-10-13369-4

BIOGRAFIA

Niepokorne. Silne kobiety w Imperium Romanowów

Kobiety władzy. Niewolnice miłości. Wolnomyślicielki i terrorystki. Jedenaście kobiet wyposażonych w silną wolę, inteligencję, własny pogląd na świat. Były praktyczne, wykorzystywały swoje cechy w walce z powszechnie obowiązującymi zasadami, a przy tym nie zaniedbywały uroków życia, kochały, uwodziły.

W swoich dążeniach wykraczały poza granice, które wyznaczała tradycja, religia, normy obyczajowe. Dumne ze swej urody i pochodzenia, buntowały się, przełamywały stereotypy, zmieniały całą gradację wartości, zajmowały w nich miejsce jedyne i główne.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Niepokorne. Silne kobiety w Imperium Romanowów**Autor:** Andrzej Andrusiewicz**Wydawnictwo:** Bellona**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 376**Cena:** 36,90 zł**ISBN/EAN:** 9788311156418

LITERATURA POPULARNONAUKOWA

Psi geniusz

Miłośnicy psów mogliby bez końca rozprawiać o tym, jak sprytni są ich podopieczni, jak wiele rozumieją i jak dalece są im oddani. Brian Hare i Vanessa Woods przedstawiają przełomowe odkrycia pozwalające nam lepiej zrozumieć, w jaki sposób psy myślą. Dzięki nim możemy raz na zawsze rozstrzygnąć, która rasa jest najinteligentniejsza, czy rzeczywiście należy obawiać się pitbuli oraz, czy prawdą

jest, że „udomowiony” oznacza „głupszy”. Jesteś przekonany, że wiesz, co twój pies chce ci powiedzieć? Dzięki tej książce przekonasz się, czy masz rację.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Psi geniusz. Dlaczego psy są mądrzejsze niż nam się wydaje?**Autorzy:** Brian Hare, Vanessa Woods**Wydawnictwo:** Copernicus

Center Press

Oprawa: miękka**Liczba stron:** 418**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-7886-415-8

HISTORIA

Koh-i-Noor

Pierwsza pełna historia najszlachetniejszego diamentu świata, Koh-i-Noora, czyli Góry Światła. Do tej pory znane były przede wszystkim plotki, dopiero teraz kamień został odmitologizowany. W rezultacie świat może nareszcie poznać jego prawdziwe dzieje, pełne chciwości, zbrodni, tortur i morderstw, kolonializmu i grabieży – autorom udało się bowiem dotrzeć do wielu, nieznanych wcześniej źródeł. Historia kończy się na opisie budzącego kontrowersje obecnego miejsca przechowy-

wania drogiego kamienia: londyńskiej Tower, gdzie w muzeum klejnotów królewskich zdobi koronę królowej matki.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Koh-i-Noor. Historia najszlachetniejszego diamentu świata

Autorzy: William Dalrymple, Anita Anand

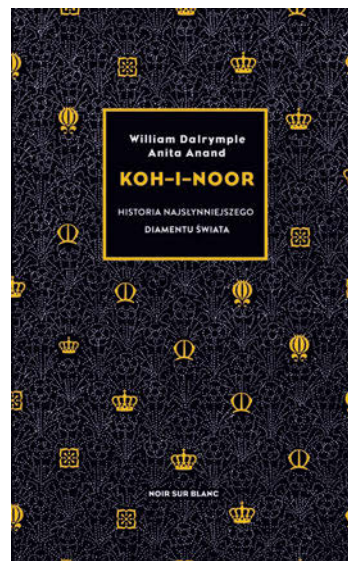
Wydawnictwo: Noir sur Blanc

Oprawa: twarda

Liczba stron: 288

Cena: 35 zł

ISBN/EAN: 978-83-65613-96-7



LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

Shitshow!

Nowa książka laureata Pulitzera, autora książki „Detroit. Sekcja zwłok Ameryki”. Charlie LeDuff, ekscentryczny amerykański dziennikarz, wraz z ekipą telewizyjną rusza w podróż po Stanach Zjednoczonych, oddając głos tym, których na co dzień nikt nie chce słuchać. Biali mężczyźni ciężko pracujący przy wydobywaniu ropy, meksykańscy imigranci docierający do USA wpław przez Rio Grande, czarnoskórzy mieszkańcy Baltimore i Detroit żyjący na

marginesie społeczeństwa, samotne matki płacące krocie za wodę niezdatną do picia i wielu innych, których poza LeDuffem wysłuchała tylko urna wyborcza.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Shitshow! Ameryka się sypie, a oglądalność szybuje

Autor: Charlie LeDuff

Wydawnictwo: Czarne

Oprawa: twarda

Liczba stron: 272

Cena: 44,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-8049-842-6



THRILLER

Kto mieszka za ścianą?

Ledwo żywe kobieta i dziecko zostają znalezione zamknięte w piwnicy. Nikt nie wie, kim są i skąd się tam wzięły. Kobieta nic nie mówi i nie ma żadnego raportu o zaginięciu, który pasowałby do ich profilu. Starszy człowiek, który jest właścicielem również twierdzy, że nigdy ich wcześniej nie widział. Mieszkańcy spokojnej dzielnicy Oksfordu są zszokowani tym, że coś takiego mogło się wydarzyć tuż pod ich nosem. Do śledztwa

przystępuje detektyw Adam Fawley. Z czasem okazuje się, że każdy skrywa jakąś tajemnicę i nie ma niewinnych.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Kto mieszka za ścianą?

Seria: Detektyw Adam Fawley, tom II

Autor: Cara Hunter

Wydawnictwo: Filia

Oprawa: miękka

Liczba stron: 448

Cena: 39,90 zł

ISBN/EAN: 978-83-8075-637-3



POWIEŚĆ HISTORYCZNA

Krwawy las

W 9 r. n.e. w Lesie Teutoburskim rzymskie orły zostały rozniesione na germańskich wólczeniach. To była jedna z największych militarnych klęsk w dziejach. Nazywają go Feliksem, „szczęśliwym”, bo jako jedyny ocalał z krwawej jatki w lasach Germanii. Stracił pamięć, nie wie, kim jest, ale na pewno jest żołnierzem. Wcielony do legionu stawia czoło brutalnym germańskim wojownikom. W leśnej gęstwinie zwycięski

marsz dumnych legionistów Warusa przegradza się w desperacki odwrót zdziesiątkowanych żołnierzy. Czy Feliks przypomni sobie, skąd się wziął w tamtym krwawym lesie?

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Krwawy las
Autor: Geraint Jones
Wydawnictwo: Rebis
Oprawa: miękka ze skrzydełkami
Liczba stron: 408
Cena: 34,90 zł
ISBN/EAN: 978-83-8062-327-9



BIOGRAFIA

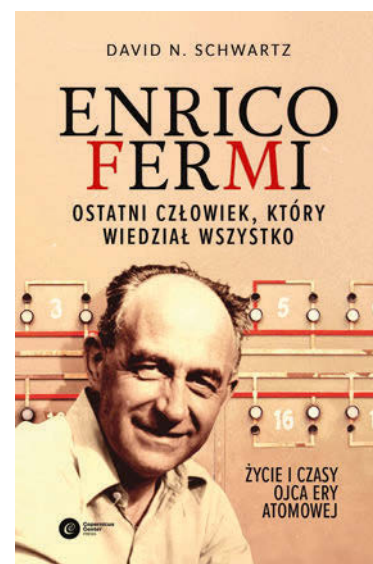
Enrico Fermi. Ostatni człowiek, który wiedział wszystko

Kompletna biografia genialnego i charyzmatycznego fizyka i wynalazcy, Enrica Fermiego. W 1942 roku zespół z Uniwersytetu Chicagowskiego dokonał, czegoś, czego nie udało się osiągnąć nikomu wcześniej: doprowadził do zainicjowania jądrowej reakcji łańcuchowej. Jednym z głównych autorów tego przełomu był Enrico Fermi. Z biografii wyłania się portret złożonej osobowości i nietuzinkowego czło-

wieka, który należał do włoskiej partii faszystowskiej oraz brał udział w Projekcie Manhattan, a w annałach historii zapisał się jako jeden z największych naukowych mentorów.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Enrico Fermi. Ostatni człowiek, który wiedział wszystko. Życie i czasy ojca ery atomowej
Autor: David N. Schwartz
Wydawnictwo: Copernicus Center Press
Oprawa: miękka
Liczba stron: 719
Cena: 99,90 zł
ISBN/EAN: 978-83-7886-425-7



BIOGRAFIA

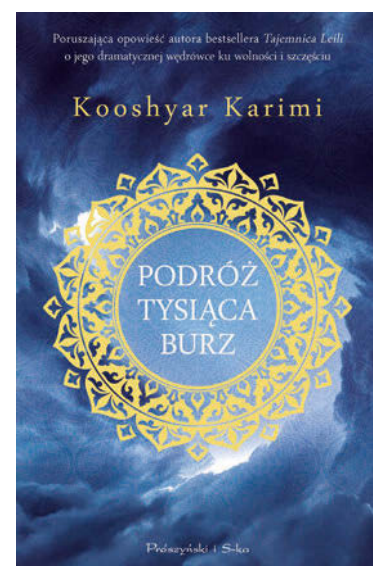
Podróż tysiąca burz

Urodzony w Iranie lekarz i uznany tłumacz Kooshyar Karimi zostaje pewnego dnia uwięziony przez służbę bezpieczeństwa swojego kraju, podejrzewającą go o działalność wyrotową. Porwany wprost z ulicy przez agentów wywiadu, trafia do więzienia, gdzie jest torturowany, a następnie zmuszony do szpiegowania przeciwników reżimu. Udaje mu się uciec do Turcji, gdzie w oczekiwaniu na przyznanie statusu uchodźcy przez ONZ musi stoczyć kolejną

walkę, tym razem o zapewnienie bytu i bezpieczeństwa swojej rodzinie – bez prawa do pracy, zdany na łaskę skorumpowanej policji, oszustów i biurokracji.

DANE WYDAWNICZE:

Tytuł: Podróż tysiąca burz
Autor: Kooshyar Karimi
Wydawnictwo: Prószyński i S-ka
Oprawa: miękka
Liczba stron: 368
Cena: 39,99 zł
ISBN/EAN: 978-83-8123-301-9

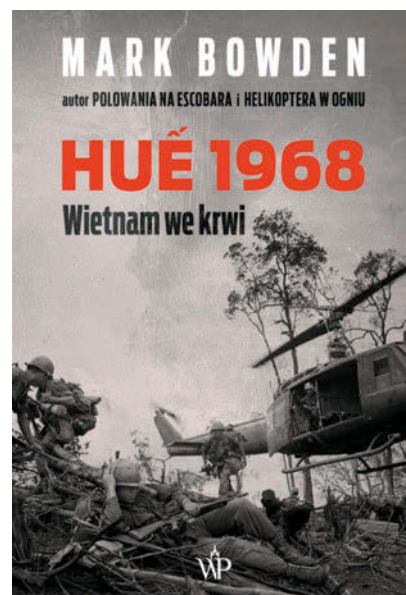


LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

Hue 1968. Wietnam we krwi

Najkrwawsza bitwa wojny wietnamskiej. Obok książek Marka Bowdena trudno przejść obojętnie. Na podstawie „Hue 1968” zapowiedziany jest serial, a udział reżysera Michaela Manna gwarantuje produkcję najwyższej jakości. Książka jest niezwykle plastycznym opisem zmagania bojowych w największej z bitew stoczonej przez Amerykanów od czasów zakończenia

II wojny światowej. Dzięki bezprecedensowemu dostępowi do archiwów wojennych w USA i Wietnamie oraz wywiadów z uczestnikami obu stron, Bowden opowiada o każdym etapie bitwy z różnych punktów widzenia.

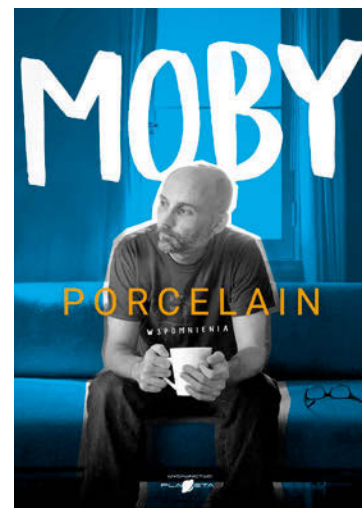
DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Hue 1968. Wietnam we krwi**Autor:** Mark Bowden**Wydawnictwo:** Wydawnictwo Poznańskie**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 639**Cena:** 69,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-7976-198-2

BIOGRAFIA

Porcelain. Wspomnienia

Uderzająco urokliwa, zabawna i poruszająca opowieść o drodze z biednych przedmieść i wyobcowania do życia pełnego piękna, marność i niespodziewanego sukcesu na klubowej scenie Nowego Jorku lat 80. i 90., autorstwa jednego z najciekawszych, kultowych muzyków naszych czasów – Moby'ego. „Porcelain. Wspomnienia” to opowieść o sukcesie, porażce, miłości i nienawiści. Opowieść o znajdowaniu swoich ludzi, swojego miejsca, o poczuciu, że tracimy jedno i drugie, gdy nagle, gdy już myślimy, że to koniec,

z głęboko zasłużonej desperacji rodzi się arcydzieło.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Porcelain. Wspomnienia**Autor:** Moby**Wydawnictwo:** Planeta**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 456**Cena:** 54,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-65830-40-1

SZTUKA I DIZAJN

Wystrzegaj się Futury

Ilustrowana historia jednego z najbardziej popularnych fontów – używanego przez globalne korporacje, firmy przygotowujące kampanie, ale mającego też wiele całkiem banalnych zastosowań. Autor opowiada o korzeniach Futury, pokazuje ją jako element systemów, narzędzie ideologiczne i instrument reklamy. Badając przykłady wykorzystania fontu, pokazuje rolę, jaką król pisma odgrywa w społeczeństwie. Rzecz nie tylko dla pro-

jektantów graficznych i pracowników agencji reklamowych, także dla tych, których interesuje szeroko rozumiana kultura materialna.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Wystrzegaj się Futury**Autor:** Douglas Thomas**Wydawnictwo:** Karakter**Oprawa:** miękka ze skrzydełkami**Liczba stron:** 208**Cena:** 42 zł**ISBN/EAN:** 978-83-66147-02-7

LITERATURA POPULARNONAUKOWA

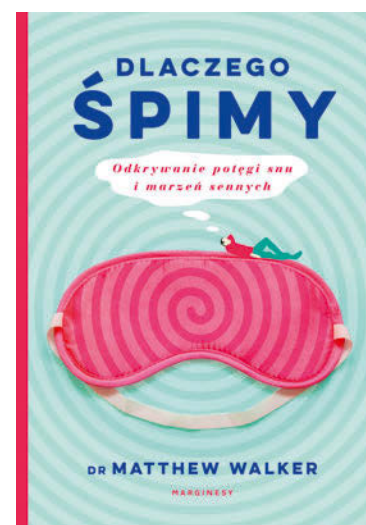
Dlaczego śpimy

Sen jest jednym z najważniejszych aspektów odpowiadających za nasze dobre samopoczucie i długowieczność. Odkrycia naukowe, jakich dokonano w ciągu ostatnich dwudziestu lat pozwoliły spojrzeć na sen z zupełnie nowej perspektywy. Matthew Walker pokazuje, jak sen wpływa na naszą zdolność uczenia się, zapamiętywania i podejmowania logicznych decyzji. Sen także reguluje emocje, wzmacnia system odpornościowy, poprawia metabolizm

i reguluje apetyt. Sen łagodzi bolesne wspomnienia i tworzą wirtualną rzeczywistość, w której mózg łączy nową i nabytą wcześniej wiedzę, by pobudzać kreatywność.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Dlaczego śpimy. Odkrywanie

potęgi snu i marzeń sennych

Autor: Matthew Walker**Wydawnictwo:** Marginesy**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 328**Cena:** 44,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-65973-84-9

LITERATURA FAKTU, REPORTAŻ

Takie układy

Pierwszy od 40 lat zbiór reportaży Teresy Torańskiej. „Takie układy” to obraz PRL-u lat 70. i 80. z perspektywy zwykłych ludzi, którzy chcą godnie żyć, ludzi zależnych od odgórných decyzji i niemających znikąd pomocy. Ze wstępu Małgorzaty Szejnert: *Torańska przede wszystkim słucha. Bardzo uważnie. Schowana w szafie dyrektora PGR-u Mileszewy nie może się wtrącać do akcji,*

ale w innych sytuacjach robi to gorliwie. Domaga się od swych informatorów kolejnych wyjaśnień. Jest niestrudzona w wędrówkach po różnych szczeblach, zwłaszcza gdy prosty człowiek doznaje krzywdy.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Takie układy**Autor:** Teresa Torańska**Wydawnictwo:** Wielka Litera**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 320**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 9788380323322

BIOGRAFIA

Ostatni proces Kafki

Gdy Franz Kafka zmarł, jego przyjaciel Maks Brod sprzeniewierzył się ostatniej woli pisarza i nie spalił jego manuskryptów. Zamiast tego w 1939 roku uciekł z nimi do Palestyny. Zdradzając przyjaciela, Brod dwukrotnie uratował jego spuściznę – najpierw od zniszczenia, a potem od zapomnienia. Ta książka to portret dwóch nietypowych przyjaciół: geniusza, któremu się nie wiodło, i wziętego wyrobnika literatury. To także historia ucieczki przed nazistami, barwny obraz początków izraelskiego państwa oraz relacja z procesu

między dwoma krajami, które mają obsesję na punkcie traum z przeszłości.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Ostatni proces Kafki**Autor:** Benjamin Balint**Wydawnictwo:** Agora**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 352**Cena:** 44,99 zł**ISBN/EAN:** 978-83-268-2701-3

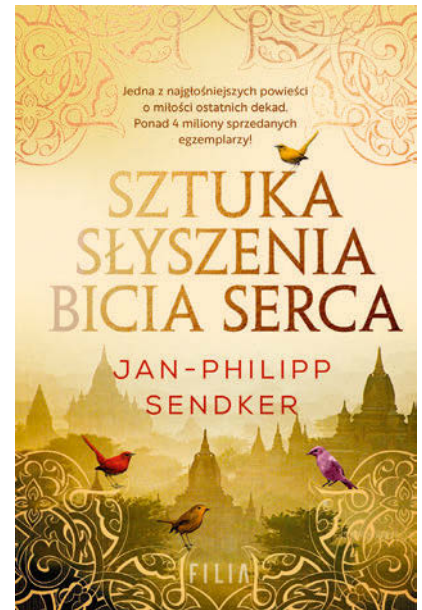
LITERATURA OBYCZAJOWA

Sztuka słyszenia bicia serca

Dwa kontynenty, dwie kultury, dwie filozofie życia, dwa systemy wartości. Prawdziwa miłość istnieje, a ta książka to najlepszy na to dowód. Najważniejsza książka o bezwarunkowej miłości ostatnich dziesięcioleci. Jedna z najgłośniejszych powieści o miłości ostatnich dekad. Ta książka

to najwspanialszy literacki hołd na cześć miłości.

Bez względu na to, czego bym nie powiedziała, wydaje się niemożliwym ująć absolutną magię tej książki. Nawiedza jak zakłęcie i przetrwa wszystko – jak miłość. – Caroline Leavitt, bestsellerowa autorka „New York Timesa”.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Sztuka słyszenia bicia serca**Seria:** Sztuka słyszenia bicia serca, tom I**Autor:** Jan-Philipp Sendker**Wydawnictwo:** Filia**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 312**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8075-601-4

KRYMINAŁ I SENSACJA

Glatz

Kłodzko, wiosna 1920 roku. Profesor miejscowego liceum znajduje na moście okaleczone zwłoki. Kilka dni wcześniej na ruchliwej ulicy zostaje zastrzelony wysoki rangą oficer. Czy morderstwa coś łączy? Dlaczego do rozwiązania obu spraw sprowadzono z Berlina kapitana Wilhelma Kleina, wojskowego śledczego, którego przeszłość wydaje się równie zagadkowa jak popełnione zbrodnie? Szczególnym bohaterem jest Glatz – dolnośląskie mia-

steczko, w którym wciąż pobrzmiwają echa niedawno minionej wojny. W cieniu kłodzkiej twierdzy skrywa się wiele ponurych tajemnic.

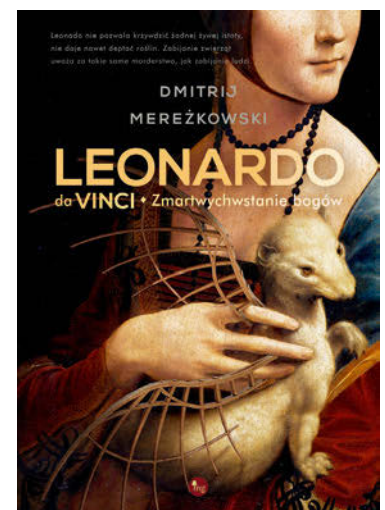
DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Glatz**Autor:** Tomasz Duszyński**Wydawnictwo:** SQN**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 408**Cena:** 36,99 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8129-190-3

BIOGRAFIA

Leonardo da Vinci. Zmartwychwstanie bogów

Powieść biograficzna, przywołująca fascynującą osobowość Leonarda da Vinci – wszechstronnego artysty i badacza, wyprzedzającego śmiało odkryciami i wynalazkami kilka epok; malarza, rzeźbiarza, twórcy machin wojennych, systemów melioracyjnych, map oraz instrumentów muzycznych, a także wielkiego marzyciela, który chce przypiąć człowiekowi skrzydła. Mereżkowski pokazuje dramat geniusza, olbrzyma wśród ludzi, którego każdy człowiek prywatnie podziwia, a jako część społeczeństwa pogardza nim. W tle dwory

Sforzów i Borgiów, procesy czarownic, wojny i bale dworskie.

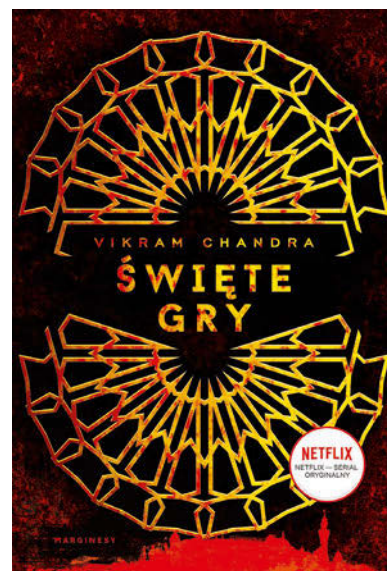
DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Leonardo da Vinci. Zmartwychwstanie bogów**Autor:** Dmitrij Mereżkowski**Wydawnictwo:** MG**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 308**Cena:** 44,90 zł**ISBN/EAN:** 9788377795224

THRILLER

Święte gry

Detektyw Sartadź Singh jest rozwiedzionym policjantem, cynicznym, bez perspektyw zawodowego rozwoju. Jednak gdy dowiadyje się, że w mieście przebywa jeden z najbardziej nieuchwytnych przywódców mafijnego półświatka, Ganeś Gaitonde, a kryjówka, w której się zabarykadował, jest szczelnie otoczona przez policję, zaczyna wierzyć w odmianę losu. Ale Gaitonde popełnia samobójstwo, zostawiając

masę brudnych pieniędzy i więcej pytań niż odpowiedzi. Choć oficjalnie sprawa zostaje zamknięta, na polecenie służb wywiadowczych Sartadź zaczyna dociekać przyczyn owego samobójstwa.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Święte gry**Autor:** Vikram Chandra**Wydawnictwo:** Marginesy**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 968**Cena:** 59,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-66140-45-5

LITERATURA DZIECIĘCA

Książ Twardowski dzieciom. Opowiadania

Czy może dziecko pocieszyć psa? Pewna dziewczynka siedziała w ogrodzie i zobaczyła smutnego psa w kagańcu. Kaganiec to taki okropny przyrząd, w którym można tylko poszczekać, ale nie można się w nim uśmiechać. Kiedy pies spostrzegł dziewczynkę, przybiegł, pomachał ogonem, chciał pysk wsadzić do jej kapelusza. Pogłaskała go – pocieszył się.

W tym wyborze utworów prozą dla małych czytelników – z pełnymi liryzmu i ciepła ilustracjami Marty Kurczewskiej – Nasza Księgarnia przypomina najpiękniejsze i najbardziej

poruszające opowiadania Jana Twardowskiego skierowane do najmłodszych.

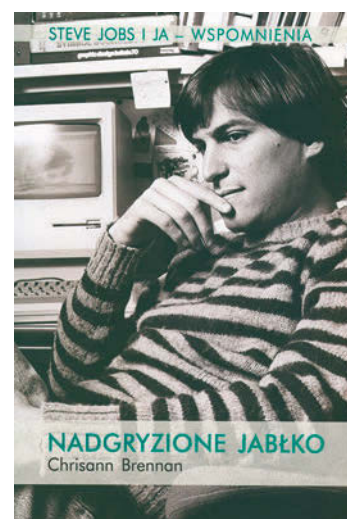
DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Książ Twardowski dzieciom. Opowiadania**Autor:** Książ Jan Twardowski**Wydawnictwo:** Nasza Księgarnia**Oprawa:** twarda**Liczba stron:** 288**Cena:** 54,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-10-13461-5

BIOGRAFIA

Nadgryzione jabłko

Chrisann poznała Steve'a Jobsa jeszcze w szkole średniej, pod szorstką powierzchownością dostrzegając wartości niezauważane przez innych: otwarty umysł, błyskotliwość, wizjonerstwo. Pociągały ją w Jobsie przede wszystkim uduchowanie, młodzińczość zapału i idealizm. Te cechy wywołały zauroczenie, które z czasem przerodziło się w miłość. Ale geniusz miał też swoje ciemne strony, o których Brennan nie boi się wspo-

minać. Chłód, nieobecność i zamykanie się w sobie także stanowiły część osobowości Jobsa. Intymne i szczere wspomnienia towarzyszyki życia i przyjaciółki.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Nadgryzione jabłko.**Steve Jobs i ja. Wspomnienia****Autor:** Chrisann Brennan**Wydawnictwo:** Kompania Mediowa**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 328**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-951569-5-3

BIOGRAFIA

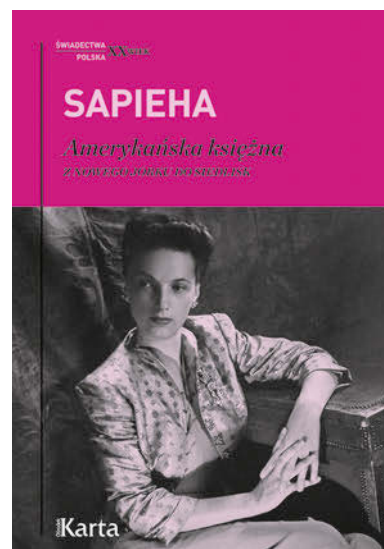
Amerykańska księżna

W 1933 roku młoda Amerykanka przyjeżdża do Polski jako żona księcia Sapiehy. Trafia do świata polskiej arystokracji, w którym nowojorskie wychowanie musi skonfrontować z zastaną tu rzeczywistością. Z tej perspektywy spogląda na stosunki społeczne panujące w II Rzeczypospolitej, poznaje życie warszawskiej elity, górnośląskich przemysłowców i ziemian na Kresach Wschodnich. Z wrodzonym talentem pisarskim, niepozabawionym ostrza krytyki, odmalowuje fascynujący obraz epoki. Po wybuchu wojny wraca do Stanów Zjedno-

zonych, gdzie zostaje cenioną postacią życia literackiego.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Amerykańska księżna.

Z Nowego Jorku do Siedlisz

Seria: Świadectwa XX wiek**Autor:** Virgilia Sapieha**Wydawnictwo:** Ośrodek Karta**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 299**Cena:** 38 zł**ISBN/EAN:** 978-83-65979-31-5

LITERATURA PIĘKNA

Dziewczyna z konbini

Keiko mimo swoich 36 lat wciąż pracuje dorywczo w konbini, jednym z sieciowych sklepów wielobranżowych, gdzie ekspedientami są zazwyczaj studenci lub imigranci. Od dzieciństwa ma problemy z dopasowaniem się do otoczenia oraz zrozumieniem i odczuwaniem emocji. Ścisłe określone korporacyjne zasady panujące w konbini zapewniają aspołecznej Keiko poczucie bezpieczeństwa, a uniform, który nosi w pracy, staje się częścią jej tożsamości. Do bólu poukładane życie bohaterki wywraca się do góry nogami, gdy

w sklepie pojawia się Shiraha, chłopak z podobnymi problemami.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Dziewczyna z konbini**Seria:** Seria z Żurawiem**Autor:** Sayaka Murata**Wydawnictwo:** Wydawnictwo

Uniwersytetu Jagiellońskiego

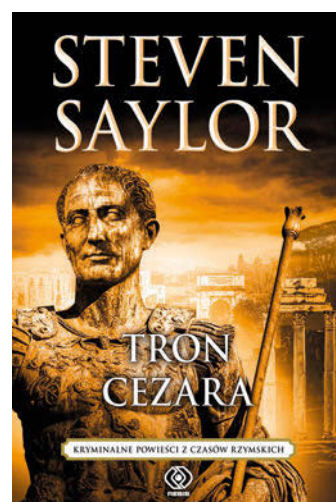
Oprawa: miękka**Liczba stron:** 144**Cena:** 29,99 zł**ISBN/EAN:** 978-83-233-4624-1

KRYMINAŁ I SENSACJA

Tron Cezara

Spisek niejedno ma imię. Rzym po wojnie domowej, rok 44 p.n.e. Zwycięski Juliusz Cezar ułaskawił pozostałych przy życiu wrogów i wynagrodził przyjaciół. Teraz zamierza wyruszyć na podbój królestwa Partów – przedtem jednak musi załatwić parę spraw. Gordianus Poszukiwacz, który życie strawił na pracy detektywa, doczekał się awansu do warstwy ekwitów i podjął ostateczną decyzję: czas na emeryturę. Jednakże rankiem 10 marca najpierw wzywa go Cyncero, a po-

tem sam Cezar. Obaj proszą o to samo – by się dowiedział, czy ktoś nie knuje zamachu na dyktatora.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Tron Cezara**Seria:** Roma sub rosa, tom XIII**Autor:** Steven Saylor**Wydawnictwo:** Rebis**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 384**Cena:** 39,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8062-480-1

KRYMINAŁ I SENSACJA

Sprawa Floriana Kniotka

PRL. Lata osiemdziesiąte. Poznański pallo-
tyn ksiądz Florian Kniotek jeździ do Francji
z paszportem konsularnym w kieszeni, spo-
tyka się z Czesławem Miłoszem, przewozi
pieniądze dla Adama Michnika. Częste wy-
jazdy duchownego wzbudzają zaintereso-
wanie SB. Rozpoczyna się sprawa opera-

cyjnego rozpracowania „Redaktor”. Wśród
agentów są zakonni współbracia księdza.
Jakich metod używa SB, by złamać pallo-
tyna? Jak werbuje współpracowników? Po
latach do sprawy wracają poznański nau-
czyciel historii i jego przyjaciel z lat dzieciń-
stwa, syn oficera SB.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Sprawa Floriana Kniotka**Autor:** Piotr Świątkowski**Wydawnictwo:** Vesper**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 368**Cena:** 29,90 zł**ISBN/EAN:** 9788377313022

PORADNIK

Moc na talerzu

„Moc na talerzu” to prosty sposób na wy-
korzystanie siły tkwiącej w żywności, opra-
cowany dzięki szczegółowym badaniom
i doświadczeniom pracy z pacjentami. Znaj-
dziesz tu czytelne informacje i plan posiłków
uwzględniający różne superskładniki. Doktor
Mehmet Oz wyjaśnia, co zrobić, aby tylko
za pomocą jedzenia pozbyć się zbędnych
kilogramów, podnieść poziom energii
i zmniejszyć nasilenie stanów zapalnych, za-

pobiec występowaniu wielu typowych do-
legliwości, takich jak zmęczenie czy ból, bądź
jak je łagodzić i zupełnie bez użycia leków.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Moc na talerzu. Przestań jeść,
zaczynij się odżywiać**Autor:** Dr. Mehmet Oz**Wydawnictwo:** Laurum**Oprawa:** miękka ze skrzydełkami**Liczba stron:** 416**Cena:** 59,90 zł**ISBN/EAN:** 978-83-8087-531-9

LITERATURA OBYCZAJOWA

Po dobrej stronie

Hogan była doświadczonym żołnierzem
i wraca z Afganistanu okaleczona – zarówno
fizycznie, jak i psychicznie. Straciła oko, po-
łowę jej twarzy pokrywają głębokie blizny,
z trudem przypomina sobie szczegóły pe-
chowej operacji wojskowej, w której niemal
straciła życie. Załamana kolejnym tragicz-
nym wydarzeniem – nagłą śmiercią Marci,
przyjaciółki, z którą dzieliła szpitalny pokój
– wyrusza w podróż po kraju. Wspomina

przeszłość i czuje, że dla niej nie ma już żad-
nej przyszłości. Świat, widziany dziś jed-
nym tylko okiem, wydaje się miejscem ob-
cym i groźnym.

DANE WYDAWNICZE:**Tytuł:** Po dobrej stronie**Autor:** Spencer Quinn**Wydawnictwo:** Insignis**Oprawa:** miękka**Liczba stron:** 410**Cena:** 39,99 zł**ISBN/EAN:** 978-83-66071-12-4

Książki, płyty i bilety na wydarzenia kulturalne hitem zakupowym w internecie. Polityka ich zwrotu jest inna niż w przypadku reszty produktów

54 proc. internautów robiących zakupy online w ubiegłym roku sięgnęło po towar z kategorii książki, płyty, filmy – wynika z badania Gemius „E-commerce w Polsce 2018”. Tylko nieco mniej badanych kupiło przez internet bilet do kina czy teatru. Obie kategorie są też bardzo często wskazywane przez internautów, którzy dopiero zamierzają robić zakupy online. Zaletą są wygoda, atrakcyjne ceny i duży wybór, ale eksperci przypominają, że w tych kategoriach są inne zasady zwrotu zakupów. 14-dniowy termin dotyczy tylko książek i nierozpakowanych płyt, ale jest bardzo ograniczony w przypadku treści cyfrowych.

– W przypadku zakupu książki przez internet przysługuje nam 14-dniowe prawo do odstąpienia od umowy, co oznacza, że w ciągu 14 dni od daty otrzymania towaru możemy poinformować sprzedawcę, że tego towaru nie chcemy. Mamy wówczas kolejne 14 dni na odesłanie towaru. Musimy być przygotowani, że prawdopodobnie to my zapłacimy za koszty przesyłki zwrotnej, czasami oczywiście sprzedawcy pokrywają te koszty, ale nie jest to nasze ustawowe prawo – mówi Anna Rak, country manager Trusted Shops. Do odstąpienia od umowy wystarczy przesłanie sprzedawcy oświadczenia o chęci zwrócenia produktu, bez konieczności wskazywania przyczyny. Zwracając uszkodzoną książkę, należy liczyć się z tym, że sprzedawca zwróci nam niepełną kwotę.

Nieco inaczej sytuacja wygląda w przypadku nagrań wizualnych i dźwiękowych, choćby coraz bardziej popularnych wśród Polaków audiobooków, a także gier i programów komputerowych. Jeśli zostaną one dostarczone w zabezpieczonym opakowaniu, kupujący ma prawo 14-dniowego odstąpienia od umowy, jednak tylko w sytuacji, gdy nie otworzy opakowania po otrzymaniu przesyłki. Możliwość zwrotu ograniczona jest także w przypadku nabywania treści cyfrowych pobieranych bezpośrednio ze strony internetowej sklepu.



– Mamy 14 dni, pod warunkiem że nie pobierzemy tej treści, nie zaczniemy słuchać muzyki, oglądać filmu czy nie wpisujemy klucza aktywującego, np. do programów komputerowych. Kiedy wpisujemy klucz, pobierzemy audiobooka, to tracimy prawo do odstąpienia od umowy, ale w tym momencie sprzedawca powinien nas o tym poinformować. Gdybyśmy jednak nie pobrali treści, to wciąż mamy prawo do odstąpienia od umowy – mówi Anna Rak.

Sprzedawca nie tylko musi poinformować klienta o okolicznościach utraty prawa do odstąpienia od umowy, lecz także uzyskać od niego wyraźną zgodę na rozpoczęcie realizacji świadczenia. Jeśli tak się nie stanie, kupujący zachowa prawo do zwrotu zakupionych treści nawet, gdy zaczął z nich korzystać.

14-dniowa możliwość zwrotu nie przysługuje natomiast w ogóle w przypadku zakupu biletów na wydarzenia kulturalne i sportowe. Sprzedawca może oferować możliwość całościowego lub częściowego zwrotu zapłaconej kwoty, co najczęściej zależy od liczby dni pozostałych do wydarzenia. Nie jest to jednak jego obowiązkiem.

– Moglibyśmy sprzedać taki bilet za pomocą mediów społecznościowych czy też na specjalnych forach, natomiast musimy uważać, żeby nie wrzucać tam zdjęcia kodu kreskowego, żeby bilet nie został sfalszowany – mówi Anna Rak.

Kupujący ma się prawo domagać zwrotu kosztów zakupu biletu wyłącznie w przypadku, gdy wydarzenie zostało odwołane lub przeniesione na inny termin.

W ostatnim czasie głośno było o przypadkach oferowania sprzedaży biletów na wydarzenia kulturalne przez nieuczciwych pośredników. Przy takich zakupach eksperci doradzają szczególną ostrożność. Podstawą jest dokładne czytanie regulaminów, warto też zweryfikować sprzedawcę, sprawdzając dane jego sklepu w systemie KRS, oraz zwrócić uwagę na opinie wystawione przez innych internautów. Szczególnie wartościowe są oceny na stronach innych niż prowadzone przez sprzedawcę, nie ma on bowiem wówczas wpływu na ich treść.

– Warto również skorzystać z dodatkowych gwarancji, np. Trusted Shops. Jeżeli mamy później problem ze sprzedawcą, to można się do gwaranta zwrócić i on zwróci nam pieniądze – mówi Anna Rak.

LISTA HURTOWNI

Drodzy Czytelnicy, LISTA HURTOWNI to pomoc w poszukiwaniu najlepszego dostawcy książek (i nie tylko) do Waszych księgarń i bibliotek. Będzie ona systematycznie uzupełniana i aktualizowana. Jeśli brakuje tu Waszej hurtowni, bądź dane teleadresowe uległy zmianie, skontaktujcie się z nami: ekowalska@unit.com.pl

ABC Hurtownia Książek

ul. Marcelińska 18, 60-801 Poznań
tel. +61 855 25 40, +61 855 25 41

Przedsiębiorstwo Handlowe Marko Hurt-detal s.c

J.Kowalczyk , M.Kowalczyk
ul.Lubelska 89/95, 26-600 Radom
tel./faks.: 48 365 04 36

ATENEUM

ul. Nad Drwiną 10,
30-741 Kraków
tel. 12 263 82 98



MOTYLE KSIĄŻKOWE

ul. Zwrotnicza 6, 01-219 Warszawa
tel. 22 632 83 74

AZYMUT OSDW Sp. z o.o.

ul. Gottlieba Daimlera 2,
02-460 Warszawa
tel. 22 695 42 06



NOTUS Hurtownia Książek Katolickich

25-324 Kielce, ul. Legnicka 28
tel./faks.: 41 369 17 60

BONITO.PL SP. Z O.O.

ul. Komandosów 1/3,
32-085 Modlniczka

OLESIEJUK

ul. Poznańska 91, 05-850 Ożarów Mazowiecki
tel. 22 733 50 00

DICTUM

ul. Kabaretowa 21, 01-942 Warszawa
tel/faks.: 22 663 98 12, 663 98 13

PLATON SP. Z O.O.

ul. Sławęcińska 16, Macierzysz,
05-850 Ożarów Mazowiecki
tel. 22 329 50 00

EDYP Hurtownia Książek

ul. Lubiejewska 79, 07-300 Ostrów Mazowiecka
tel.: 29 679 99 49,
tel.kom. 519 141 914

Hurtownia Książek POWER

Włodzimierz Kalbarczyk
ul. Szajnochy 14A, 85-738 Bydgoszcz
tel. 52 346 6040

EXPANS SP. Z O.O.

ul. Piękna 43 lok. 9, 00-672 Warszawa
tel. 515 117 270

REMA Paweł Kietliński i Wspólnicy Sp. j.

Aleja Piłsudskiego 135,
92-318 Łódź
tel. 42 292 01 00

GLOSEL Sp. z.o.o Sp.k.

ul. Kolejowa 12E, 15-701 Białystok
tel. 85 651 86 99, 85 651 24 04

SUPER SIÓDEMKA

ul. Opłotki 23,
60-012 Poznań
tel. 61 639 79 52



Hurtownia Książek KODEKS Bogdan Pułtyn

ul. Długa 63, 85-034 Bydgoszcz
tel. 52 34 94 384

WOLUMEN

I. Jabłoński, K. Salamoński, A. Śliwowski Sp. j.

ul. Kolejowa 15/17, 01-217 Warszawa
tel. 22 631 94 36



**HURTOWNIA
ATENEUM**

PONAD

150 000

POZYCJI

WŚRÓD KSIĄŻEK, GIER,
ZABAWEK I ARTYKUŁÓW
PAPIERNICZYCH

WYSOKI

STANDARD
ZABEZPIECZEŃ

PRZESYŁEK

ATRAKCYJNE

RABATY I

PROMOCJE

24H

REALIZACJA
ZAMÓWIEŃ

KONTAKT:

ul. Nad Drwiną 10,
30-741 Kraków
12 263-73-73

www.ateneum.net.pl

