

# L'édition en Pologne



Etude réalisée par Karen Politis  
Département Etudes du BIEF  
Janvier 2009



David Tursz, Attaché culturel à l'Ambassade de France en Pologne et Anna Walas, son assistante, m'ont apporté une aide précieuse pour la réalisation de cette étude. Qu'ils en soient ici sincèrement remerciés.

Je tiens également à remercier Agnieszka Rasinska-Bóbr de l'Institut du livre ainsi que tous les professionnels du livre rencontrés à Varsovie et Cracovie qui ont eu l'amabilité de me consacrer un peu de leur temps pour partager leur savoir et leur expérience au profit de cette étude.



## Table des matières

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
<b>PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIO-ECONOMIQUE ET POLITIQUE .....</b>	<b>8</b>
<b>PAYSAGE EDITORIAL POLONAIS ET DONNEES CHIFFREES DU SECTEUR .....</b>	<b>10</b>
A – PAYSAGE EDITORIAL.....	10
B – LES CHIFFRES-CLE DU SECTEUR .....	12
C – LE PHENOMENE DU COUPLAGE LIVRE-PRESSE .....	14
D – LES HABITUDES DE LECTURE .....	16
<b>LA PRODUCTION EDITORIALE POLONAISE .....</b>	<b>18</b>
A - FICTION .....	18
B – NON-FICTION .....	19
C – JEUNESSE : UN SECTEUR EN EXPANSION.....	20
D – LA BANDE DESSINEE .....	23
E – L’EDITION SCOLAIRE ET PARASCOLAIRE .....	25
F – L’EDITION UNIVERSITAIRE ET PROFESSIONNELLE .....	26
<b>LA DISTRIBUTION.....</b>	<b>29</b>
A – LA PROMOTION.....	29
B – LES DISTRIBUTEURS .....	29
C – LES VENTES PAR CANAL DE DISTRIBUTION.....	30
1) <i>La faiblesse des librairies indépendantes et la montée en puissance de la chaîne Empik</i>	31
2) <i>Les autres canaux de vente et de diffusion du livre.....</i>	32
<b>FRANCE – POLOGNE : PARTENARIATS, ECHANGES ET COOPERATIONS.....</b>	<b>35</b>
A – PRESENCE DU FRANÇAIS, FRANCOPHONIE ET EXPORTATIONS.....	35
1) <i>La situation du français en Pologne .....</i>	35
2) <i>Exportations et librairies françaises en Pologne.....</i>	37
B – QUELLES PERSPECTIVES POUR LES ECHANGES DE DROITS ? .....	39
1) <i>Les traductions dans la production polonaise.....</i>	39
2) <i>Le rôle du service culturel.....</i>	41
3) <i>La traduction d’ouvrages polonais en français.....</i>	42
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>43</b>
<b>ANNUAIRE .....</b>	<b>44</b>
1) <i>Maisons d’édition .....</i>	44
2) <i>Librairies.....</i>	51
3) <i>Organismes liés au secteur du livre .....</i>	51
4) <i>Présence française.....</i>	52



## Introduction

Active, dynamique et en croissance, c'est ainsi que l'on pourrait caractériser l'édition polonaise : son chiffre d'affaires a augmenté de 22% en cinq ans pour atteindre 680 millions d'euros en 2007. 21 810 titres ont été publiés cette même année, dont plus de 13 000 nouveautés.

L'édition polonaise est en voie de concentration. En 2007, 41 maisons d'édition (sur les 26 700 maisons que compte le pays) réalisent 78% du chiffre d'affaires du secteur. Les investissements étrangers y sont nombreux et plusieurs grands groupes internationaux ont créé des filiales en Pologne (Hachette, Bertelsmann) ou pris des participations au sein des maisons locales.

Avec 38 millions d'habitants et des taux de lecture équivalents à ceux d'Europe occidentale, la Pologne est un marché en devenir. Marché d'autant plus intéressant que sa production éditoriale s'enrichit continuellement de titres étrangers. La Pologne reste encore très dépendante des traductions : 21% des titres publiés en 2006 sont d'origine étrangère et ce pourcentage s'élève à 40% pour la littérature.

Malgré ces signes de bonne santé et les opportunités d'affaires qui en découlent, le secteur n'est pas encore parvenu à sa maturité. Les pratiques professionnelles restent encore très hétérogènes selon les maisons d'édition et surtout, la distribution demeure le maillon le plus fragile de la chaîne du livre. En effet, au grand dam des professionnels du livre, il n'y a pas de chaînes de librairies suffisamment robustes pour concurrencer Empik – la puissante enseigne de mégastores, capable d'imposer des conditions commerciales excessivement dures aux éditeurs. D'autre part, l'explosion des ventes en kiosque et du couplage presse/livre risque de porter préjudice, à terme, à l'équilibre du secteur.

Qu'il s'agisse d'investissements dans la distribution de livres, de la réouverture du débat sur la mise en place d'une loi sur la fixation du prix du livre, ou d'un cap à franchir pour certains éditeurs sur la voie de la professionnalisation, tels sont les grands défis que l'industrie éditoriale polonaise doit relever afin de prendre son véritable essor dans les prochaines années.

## Présentation du contexte socio-économique et politique

### Données démographiques<sup>1</sup>

En 2008, la Pologne compte 38,5 millions d'habitants. Avec un taux de croissance démographique négatif (-0,04%), la population est en voie de vieillissement. La Pologne est, depuis un siècle, un pays d'émigration. Environ 12 millions de personnes d'origine polonaise vivent dans les *Polonias* (communautés polonaises à l'étranger) : entre 6 et 7 millions aux États-Unis, entre 1 et 2 millions en Russie et dans les anciennes républiques soviétiques, 1,5 million en Allemagne, 1 million en France. La chute du régime communiste et l'ouverture des frontières ont provoqué une nouvelle vague d'émigration – qui s'est accélérée avec l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne en 2004 – à destination notamment de l'Irlande et du Royaume-Uni.

La Pologne est divisée en 16 régions ou voïvodies. En 2005, le taux d'urbanisation de la Pologne (62%) est nettement inférieur à celui des pays d'Europe occidentale. Cinq villes seulement ont plus de 500 000 habitants : Varsovie (1 687 600 habitants), seule ville de plus d'un million d'habitants du pays, Lodz, Cracovie, Wrocław et Poznan. Les autres villes importantes sont Gdansk et Szczecin. La langue officielle est le polonais, qui appartient au groupe des langues slaves occidentales.

Au niveau religieux, le catholicisme exerce une forte influence sur la société et 75% des Polonais sont pratiquants. Cette ferveur a été renforcée par l'élection du cardinal polonais Karol Wojtyła comme Pape en 1978. Près de 3,5 millions de Juifs vivaient en Pologne avant la Seconde Guerre mondiale. Plus de 90% d'entre eux ont été exterminés durant l'occupation allemande.

La Pologne possède une longue tradition en matière d'éducation. En 2005, la quasi-totalité de la population est alphabétisée (99,8%). L'enseignement est gratuit et obligatoire de 7 à 15 ans.

### Politique intérieure<sup>2</sup>

L'automne 2005 est marqué par deux élections. En septembre, les élections législatives sont remportées par le parti conservateur et catholique *Droit et justice* (PiS). En octobre, le candidat du PiS (et maire de Varsovie) Lech Kaczyński, remporte de manière inattendue l'élection présidentielle. Dans un contexte marqué par les désillusions de la transition postcommuniste, le discours du nouveau président vantant un État fort et social a séduit l'électorat. Les libéraux refusant de soutenir le gouvernement, celui-ci est amené s'allier avec des partis d'extrême droite, ce qui provoque de vives réserves au sein de l'Union européenne et des tensions au sein même de l'exécutif. Ainsi, aux démissions des ministres des Finances et des Affaires étrangères succède celle du Premier ministre au mois de juillet 2006. Le président Lech Kaczyński appelle alors son frère jumeau Jarosław, leader du PiS, à la tête du gouvernement, ce qui crée une situation politique pour le moins inédite. Le nouveau gouvernement met en place un Bureau central anticorruption et adopte une loi de décommunisation afin de contraindre intellectuels et fonctionnaires à dévoiler leur éventuelle collaboration avec la police politique communiste de l'époque antérieure.

---

<sup>1</sup> Source : "Pologne" Encyclopédie Microsoft® Encarta® en ligne 2008.

<sup>2</sup> Idem.



Adoptant une ligne isolationniste en politique étrangère, la Pologne fait entendre une voix discordante au sein de l'Union européenne. La chute de la coalition en août 2007 conduit à des élections anticipées au mois d'octobre suivant, qui voient la victoire de la *Plateforme civique*, représentante de la droite libérale. Son leader, Donald Tusk, qui avait échoué au précédent scrutin présidentiel, devient Premier ministre et forme un gouvernement de coalition avec le Parti populaire polonais.

### Situation économique<sup>3</sup>

L'économie polonaise connaît depuis 2005 une forte croissance, caractéristique d'un pays encore en phase de rattrapage.

La croissance du PIB s'est élevée à 6,6% en 2007, les estimations pour 2008 sont de 5,3% (légère décélération due aux hausses des prix de l'énergie)

Cependant, les pressions inflationnistes restent fortes (4% en 2007) et obligent la Banque centrale à augmenter régulièrement son taux directeur. Cette hausse de l'inflation s'explique par deux séries de facteurs : d'une part, la forte hausse des prix alimentaires et de l'énergie et d'autre part, un renchérissement du coût du travail (+11% en un an). La pénurie de main d'œuvre qui se fait sentir dans de nombreux secteurs de l'économie, entraîne une forte pression salariale.

Dans cette conjoncture favorable, la décrue du chômage se poursuit. Alors qu'au moment de l'adhésion à l'Union européenne la Pologne comptait le taux de chômage le plus élevé parmi les 25 pays membres de l'époque – avec 19,6% de la population active – il est aujourd'hui d'environ 12,8%. Les principales villes sont en situation de plein emploi.

Le nouveau gouvernement dirigé par Donald Tusk est engagé dans une politique de libéralisation de l'économie et une relance des privatisations qui devraient rapporter des recettes supplémentaires importantes.

Le pouvoir d'achat est en constante progression ces dernières années.

#### Revenu moyen mensuel<sup>4</sup>

	2003	2004	2005	2006	2007
Zlotys	2 201	2 289	2 380	2 477	2 691
Euros	501	505	593	632	712

### Politique extérieure<sup>5</sup>

La Pologne a adhéré à l'OTAN en 1999. Elle avait initialement soutenu l'engagement américain en Irak avec un contingent de 2 500 hommes. Comme il l'avait promis lors de sa campagne, le nouveau Premier ministre, Donald Tusk, a effectué le retrait des troupes polonaises d'Irak à la fin de l'année 2008.

La Pologne est le deuxième partenaire économique et commercial de la Russie après l'Allemagne. Depuis le début de la crise géorgienne, la Pologne s'est fortement impliquée dans le débat. Le président Kaczynski s'est rendu aussitôt à Tbilissi en signe de solidarité. Il n'a pas proposé de sanctions contre la Russie au sommet extraordinaire du 1<sup>er</sup> septembre, souhaitant une discussion à froid, mais il a recommandé que l'UE montre dorénavant qu'elle n'était plus avec la Russie dans des relations de « business as usual ».

<sup>3</sup> Source : [www.diplomatie.gouv.fr](http://www.diplomatie.gouv.fr)

<sup>4</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

<sup>5</sup> Source : [www.diplomatie.gouv.fr](http://www.diplomatie.gouv.fr)

## **Paysage éditorial polonais et données chiffrées du secteur**

### **A – Paysage éditorial**

Après 1989, l'abolition de la censure, la dérèglementation du prix du papier, et la libéralisation de l'économie ont permis à l'édition polonaise de prendre son essor et de se développer. Au début des années 1990, des centaines de milliers d'ouvrages sont mis en circulation. Pour la première fois, de nombreux romans occidentaux sont disponibles en librairie, tout comme des essais politiques, autrefois exclus du système marchand officiel ou vendus sous le manteau.

Mais, dès 1992, le revers de la médaille apparaît : la surabondance de titres provoque une saturation du marché, et la faillite du principal grossiste Skladnica Ksiesgarska (qui avait autrefois le monopole d'Etat) engendre l'écroulement du système de distribution polonais.

D'autre part, beaucoup d'éditeurs ont fait faillite car ils n'étaient pas forcément préparés aux réalités économiques et commerciales d'un marché totalement libre et ouvert. Certains d'entre eux n'ont pas su faire face à l'apparition de la concurrence ni s'adapter aux changements des habitudes de consommation.

Ce n'est qu'à partir de 1994 que le secteur commence à se stabiliser. Il entre alors dans une phase de croissance. Au début des années 2000, cette dynamique de croissance ralentit, mais le marché polonais reste très attractif pour les investisseurs étrangers qui y réalisent un retour rapide sur investissement.

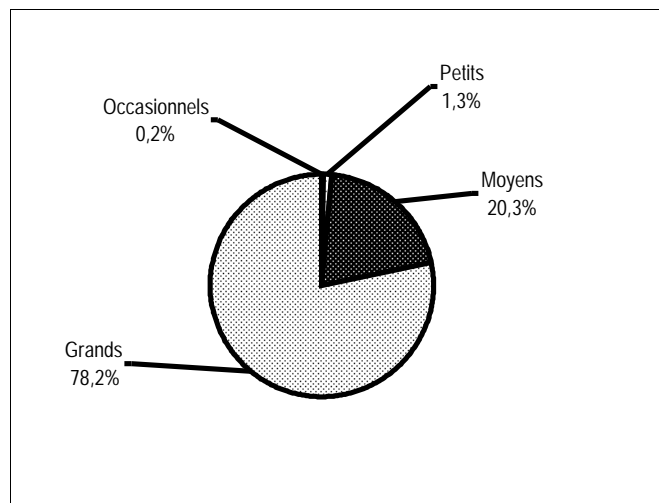
Aujourd'hui, on note une très grande hétérogénéité du secteur en termes de management. Certaines équipes se sont très bien adaptées à la fin du monopole étatique et n'aspirent qu'à innover ; d'autres résistent encore, demeurant plus bureaucratiques qu'entrepreneuriales.

Il y a plus de 26 700 éditeurs enregistrés en Pologne. Mais le marché est très concentré. Les 200 plus grandes maisons d'édition réalisent 98% du chiffre d'affaires de l'édition polonaise.

L'Institut polonais du livre classe les éditeurs en fonction de leur chiffre d'affaires. On dénombre :

- 41 « grands » éditeurs, qui ont un revenu annuel supérieur à 4 millions d'euros ;
- Environ 160 éditeurs de taille « moyenne » – dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 000 et 4 millions d'euros ;
- Environ 1 500 « petits » éditeurs, qui ont un revenu inférieur à 200 000 euros mais qui publient au moins deux titres par an ;
- Entre 6 000 à 8 000 éditeurs « occasionnels » qui produisent des titres de manière irrégulière.

### Part de chaque catégorie d'éditeurs dans le CA total (2007)



Parmi les dix premiers éditeurs polonais (classement par chiffre d'affaires), la moitié sont des éditeurs de livres scolaires, secteur qui représente 28% du marché polonais. La présence de groupes étrangers est importante en Pologne : quatre d'entre eux font partie du top dix. Sont aussi présents en Pologne : Egmont, MacMillan, Harlequin, Reed Elsevier, Klett, C.H. Beck, Folens, Hachette. Les presses de l'université d'Oxford et de Cambridge ont leurs représentants sur place.

#### Les 10 premiers éditeurs en 2007<sup>6</sup>

WSiP
Reader's Digest
Wolters Kluwer Polska
Grupa PWN
Nowa Era
Swiat Ksiazki / Bertelsmann Media
Wiedza i Praktyka
Grupa Edukacyjna MAC
Pearson Education
Publicat

#### Les organisations professionnelles

Plusieurs associations structurent la profession. La Chambre polonaise du livre (PIK), qui compte 240 membres, fédère toutes les branches de la profession : éditeurs, libraires, distributeurs, imprimeurs. L'association des éditeurs polonais (PTWK) est une prestigieuse institution, vieille de 85 ans : ses membres y adhèrent principalement pour cultiver leur réseau professionnel. Il existe également des associations de plus petite envergure comme celle des libraires (SKP), celles des imprimeurs et celles des bibliothécaires. La société Ars Polona est un importateur-exportateur de livres ainsi que l'organisateur de la Foire internationale du livre de Varsovie. On peut signaler aussi l'existence de la société

<sup>6</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

Biblioteka Analiz qui est un bureau d'études dédié au secteur du livre. C'est la seule entreprise privée ayant des données statistiques sur l'édition ainsi que des archives sur les acteurs clés du marché.

### L'implication de l'Etat

La politique du livre est mise en œuvre par l'Institut polonais du Livre, organisme sous tutelle du ministère de la Culture, créé à Cracovie en 2004. L'Institut est investi d'une double mission : la promotion du livre et de la lecture en Pologne et la promotion de la littérature polonaise à l'étranger.

Parmi ses actions en faveur de la promotion de la lecture, on peut citer : la création de clubs de lecture (460 dans tout le pays), l'organisation d'actions en direction des écoles et la mise en place d'un Festival des quatre saisons du livre : la poésie en février ; Poplit (la littérature « grand public ») en avril ; la prose en octobre et le roman policier en novembre.

Le volet international comporte un large faisceau d'activités qui vont de la participation aux foires et salons du livre à l'étranger à la gestion de programmes d'aide à la traduction, l'organisation de séminaires et l'invitation de professionnels étrangers, la publication de catalogues bilingues, d'annuaires d'éditeurs et d'éléments d'information sur le marché du livre polonais.

## **B – Les chiffres-clé du secteur**

La croissance du chiffre d'affaires de l'édition polonaise depuis le dégel est remarquable. Entre 1991 et 2007, les ventes de livres ont été multipliées par dix. Le chiffre d'affaires de l'édition était de 240 millions de zlotys en 1991. Il atteint 2,5 milliards de zlotys en 2007, soit environ 680 millions d'euros. Entre 2006 et 2007 l'augmentation a été de 9% (avec un taux d'inflation de 2%).

Cependant, la bonne santé du secteur du livre de ces dernières années (croissance moyenne de 5%) ne doit pas masquer un fait important : depuis 2004, la progression du chiffre d'affaires de l'édition n'est pas due uniquement à l'activité des maisons d'édition mais à celle des groupes de presse et à l'apparition d'un produit totalement nouveau en Pologne, les livres couplés à la presse.

### **Production éditoriale<sup>7</sup>**

	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre de titres	22 430	20 830	20 410	19 860	21 810
Dont nouveautés	12 390	11 650	12 040	11 990	13 260
Nombre d'exemplaires (en millions)	133,6	138,5	141,5	133,6	146,4
Tirage moyen	5956	6649	6933	6727	6713

Comparée à l'explosion de titres et de nouveautés des années 1990, la production éditoriale semble aujourd'hui se stabiliser. Les éditeurs préparent avec plus de

<sup>7</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

soin le lancement de leurs nouveautés – quitte à en publier un peu moins – et cherchent à mieux valoriser leur fonds.

Le tirage moyen, tous domaines confondus (scolaire compris) est de 6 713 exemplaires. En littérature générale adulte le tirage moyen est de 4 400 exemplaires et de 5 500 exemplaires pour la littérature jeunesse.

L'augmentation du tirage moyen, à partir de 2004, alors même que le nombre de titres était en baisse, est due notamment à l'apparition du couplage presse/livres : peu de titres mis en vente sur le marché mais des tirages de plusieurs centaines de milliers d'exemplaires.

En librairie, on trouve aussi bien des éditions cartonnées que brochées, qu'il s'agisse de littérature générale, livres pratiques ou de livres de jeunesse. Étant donné la taille du marché, il n'y a pas encore de place pour les éditions de poche.

Le livre bénéficie, pour le moment, d'un taux de TVA à 0%. Ce taux avait été accepté pour une période transitoire de cinq ans à compter de l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne. Il a été prorogé jusqu'à la fin de l'année 2010. Les éditeurs polonais souhaitent qu'en 2010, le livre ne soit pas soumis au taux normal de 22% mais bénéficie d'un taux préférentiel de 7% ou reste non taxé.

Le prix moyen du livre en Pologne a peu augmenté en cinq ans (en revanche le cours du zloty face à l'euro a nettement fluctué). Malgré cette stabilité, le livre continue à être perçu comme un produit onéreux par le public.

**Prix de vente moyen<sup>8</sup>**

	2003	2004	2005	2006	2007
Zlotys	29,10	29,20	29,30	30,20	30,50
Euros	6,60	6,50	7,30	7,70	8,06

Le prix du livre est libre en Pologne, il n'existe ni loi sur le prix du livre, ni accord interprofessionnel concernant une limitation des remises. Le prix du livre est, en général, indiqué sur la couverture des ouvrages mais ce n'est pas une obligation.

Il n'y a pas de volonté politique, pour le moment, de rouvrir un débat sur un éventuel système de fixation du prix. Il y a surtout, chez une majorité de professionnels du livre, une crainte de ce qui pourrait faire barrage aux lois du marché et rappeler la période communiste d'économie régulée. À titre d'exemple, lors de la sortie du cinquième tome d'*Harry Potter*, l'éditeur avait signé un agrément avec les distributeurs pour que le livre soit vendu partout au même prix : il s'est fait épingler par les autorités de la concurrence et a dû payer une lourde amende (environ 170 000 euros).

En librairie, les nouveautés sont généralement vendues au prix imprimé sur la couverture. Les canaux de vente qui pratiquent des remises systématiques sont Internet, les hypermarchés et les clubs de livres qui proposent 10 à 15% de remise sur les best-sellers.

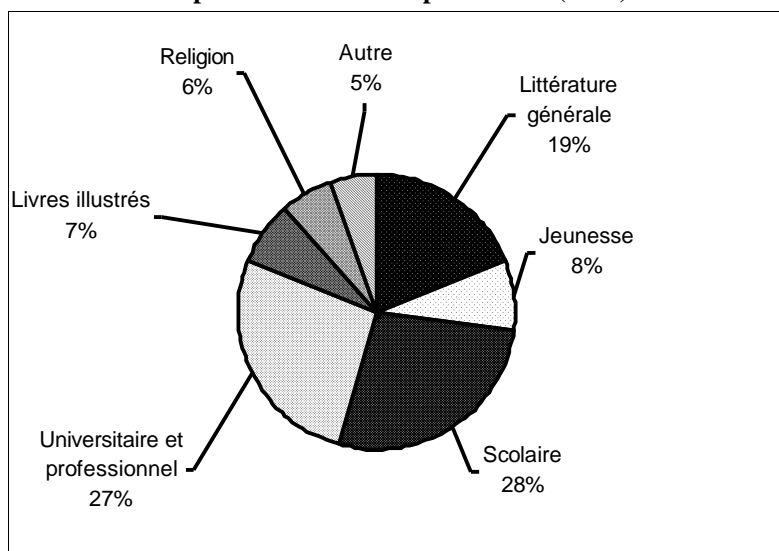
Il existe aussi en Pologne un immense marché de livres soldés.

---

<sup>8</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

Le marché polonais est dominé par les secteurs scolaires, universitaires et professionnels qui représentent plus de la moitié des ventes. Le secteur de la jeunesse est l'un des plus dynamiques et ses parts de marché augmentent d'année en année. Les ventes en littérature sont stables depuis plusieurs années et représentent environ 20% du chiffre d'affaires de l'édition.

Répartition des ventes par secteur (2007)<sup>9</sup>



### C – Le phénomène du couplage livre-presse

Les ventes de livres en kiosque ont toujours existé avec notamment les séries Harlequin ou les fascicules de De Agostini et Altaya. En revanche, ce qui est nouveau, c'est que ces ventes de livres ont augmenté de manière exponentielle ces quatre dernières années, non pas du fait des éditeurs mais de celui des groupes de presse.

Le premier projet test a été lancé en février 2004 par la branche polonaise du groupe espagnol Mediasat. Des romans pour la jeunesse (*20 000 lieues sous les mers*, *Robinson Crusoé*) étaient attachés à deux quotidiens régionaux vendus au prix de 9,90 zlotys.

C'est le groupe de presse Agora qui, quelques mois plus tard, a vraiment lancé l'activité. En juin 2004, une collection des romans-phares du XX<sup>e</sup> siècle a été mise en vente avec le quotidien *Gazeta Wyborcza*. Pendant 40 semaines, tous les mardis, les lecteurs pouvaient se procurer un roman au prix de 15 zlotys avec leur journal.

Le succès de l'opération fut tel, que plusieurs concurrents suivirent l'exemple d'Agora et de Mediasat, qu'il s'agisse de grands groupes de presse comme Axel Springer, G+J, ou de groupe de presse régionaux comme Orkla Press ou Polkapress. On estime qu'à eux seuls, Agora et Axel Springer Polska ont publié plus de 20 millions d'exemplaires en 2004.

<sup>9</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

Très rapidement aussi, ces groupes de presse ont collaboré avec des maisons d'édition pour lancer de nouvelles collections.

En mai 2005, par exemple, Agora et l'éditeur PWN – leader dans les encyclopédies – se sont alliés pour créer une collection d'encyclopédies (20 volumes) et une autre d'atlas géographiques (18 volumes). Le premier numéro est vendu avec le journal à un prix d'accroche (7,99 zlotys) puis les numéros suivants sont vendus au prix de 24, 99 zlotys (ce qui est à peu près le prix moyen du livre en Pologne).

Ce type de collaboration a encore de beaux jours devant lui en Pologne car il est éminemment profitable pour les deux parties.

Le groupe de presse bénéficie de l'image de marque et de la notoriété de la maison d'édition pour asseoir la légitimité du contenu de sa collection.

Pour l'éditeur, il s'agit d'une commande ferme et les volumes pléthoriques compensent la faiblesse des marges. D'autre part, un partenariat avec un groupe de presse permet de couvrir tous les frais marketing et de promotion et de bénéficier d'une couverture médiatique à moindre frais.

Cependant, ce type d'opération risque, à terme de déstabiliser le marché polonais.

En effet, il est vrai que la vente de ces livres en kiosque constitue une excellente opportunité de capter un public qui, autrement, n'aurait jamais acheté de livres ou n'aurait jamais poussé la porte d'une librairie. Mais les éditeurs sont pragmatiques et ils avouent qu'il n'est pas certain que ces nouveaux acheteurs se convertissent en nouveaux lecteurs. Il est plus probable que les livres achetés viennent décorer une étagère et ne soient jamais ouverts. Pour un public peu familier de la lecture, ces livres en couverture cartonnée, vendus sous forme de collections à un prix raisonnable, font office de beau cadeau à offrir ou de bel objet d'intérieur.

D'autre part, cela reste un marché de commande. Cela signifie qu'une maison d'édition qui a eu une commande une année (et dont le chiffre d'affaires a augmenté de façon spectaculaire sur l'exercice), doit être suffisamment solide pour ne pas être mise en difficulté s'il n'y a pas de commande l'année suivante.

Enfin, le marché des livres en kiosque déstabilise les prix et représente un manque-à-gagner pour les éditeurs. Cela peut même avoir des conséquences dramatiques. Ainsi par exemple, pour un auteur à succès comme l'écrivain-journaliste R. Kapuscinski, des droits différenciés pour chaque canal de ventes ont été négociés. Pour l'éditeur principal et historique de Kapuscinski (la maison d'édition Czytelnik) cela a été un désastre : au même moment, on pouvait trouver le même livre à deux prix différents, dans deux réseaux de vente différents – en librairie pour l'édition publiée par Czytelnik et en kiosque pour l'édition publiée par le journal *Polityka*.

## D – Les habitudes de lecture

Selon les statistiques de la Bibliothèque Nationale polonaise<sup>10</sup>, on observe une tendance à la baisse du nombre de lecteurs et d'acheteurs de livres. Comme le montre le tableau suivant, le pourcentage de la population ayant lu ou acheté au moins un livre dans l'année est en baisse depuis 2002.

	% de lecteurs	% d'acheteurs
2002	56	37
2004	58	40
2006	50	33

En 2006, la moitié des personnes interrogées déclaraient ne pas avoir lu de livres. 32% des personnes ont lu jusqu'à 6 livres dans l'année et 17% ont lu plus de 7 livres.

Le profil des plus gros lecteurs est constitué de femmes (53%), d'urbains (55%), de personnes ayant suivi un enseignement secondaire (61%) ou supérieur (77%) et de jeunes de moins de trente ans (81% chez les 15-19 ans et 60% chez les 20-29 ans).

En ce qui concerne les achats de livres, 33% des personnes de plus de 15 ans interrogées déclarent avoir acheté au moins un livre en 2006 (livres scolaires compris). Parmi elles, 20% ont acheté de 1 à 4 livres, 10% ont acheté entre 5 et 10 livres et 3% ont acheté plus de 12 livres.

Les plus gros acheteurs de livres se retrouvent, à l'évidence, parmi les classes les plus aisées et les plus éduquées de la société. Il est à noter que ce type d'acheteurs a largement accès aux nouvelles technologies, ce qui expliquerait peut-être un report des achats vers les nouveaux médias au détriment du livre.

La Pologne est-elle un marché à potentiel ? En termes de lectorat, la réponse à cette question est ambivalente. Il est vrai que les bonnes perspectives de croissance de l'économie polonaise, la baisse du taux de chômage et l'augmentation du niveau de vie d'une population qui a de plus en plus accès aux études supérieures laisse présager une augmentation du nombre de lecteurs.

Cependant, la baisse de la natalité et le non-renouvellement des générations fait baisser mécaniquement le nombre de lecteurs potentiels. À titre d'exemple, on a observé, pour la première fois en 2004, une stagnation du chiffre d'affaires de l'édition scolaire. Le secteur jeunesse semble pour le moment épargné car l'investissement des parents dans l'éducation de leurs enfants est de plus en plus fort.

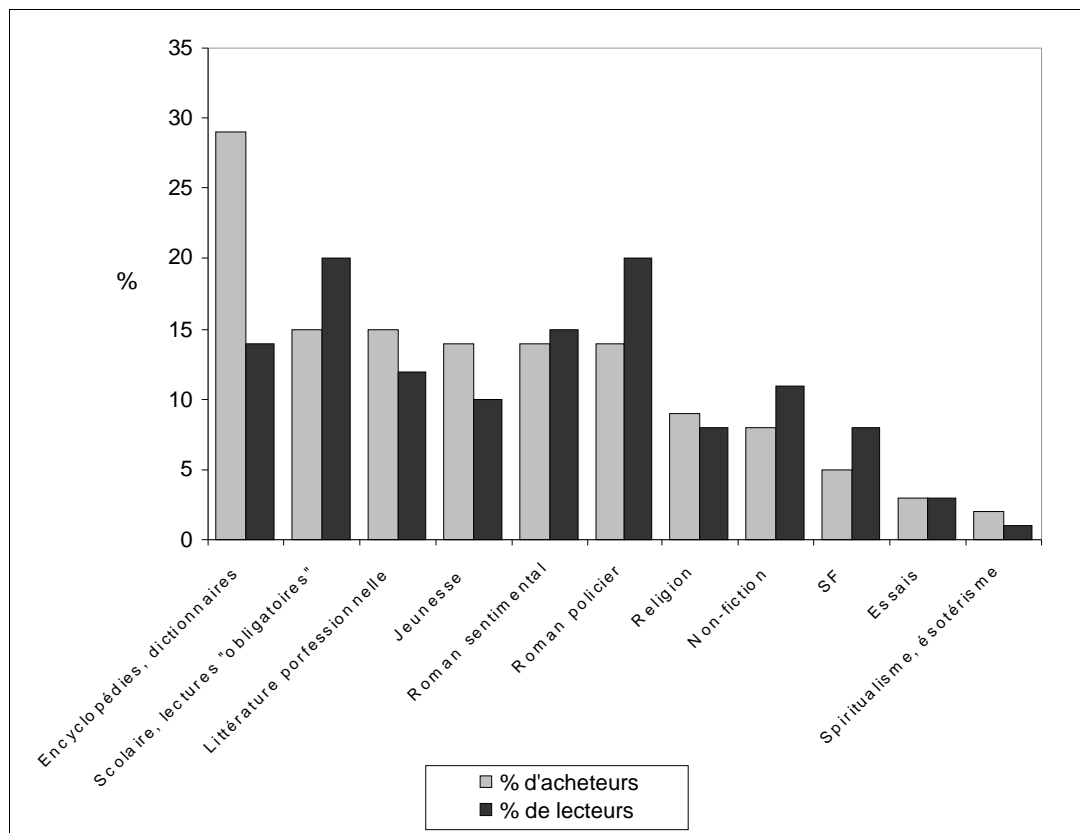
La Bibliothèque Nationale a également mené une enquête sur les préférences et les goûts des lecteurs. Les résultats sont reportés dans le tableau suivant :

---

<sup>10</sup> G.Straus, K.Wolff, S.Wiorny, *Czytanie, Kupowanie, Surfowanie*, Biblioteka Narodowa, Warszawa, 2008.



### Catégories de livres les plus achetées et les plus lues<sup>11</sup>



<sup>11</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

## La production éditoriale polonaise

### A - Fiction

La production éditoriale polonaise en littérature est riche et soutenue par une kyrielle d'auteurs polonais très appréciés du public. À titre d'exemple, l'auteur Katarzyna Grochola occupe, depuis plusieurs années, la première place dans les listes de best-sellers. Chacun de ses nouveaux titres est tiré à 500 000 exemplaires. Publiée chez WAB, elle a finalement créé sa propre maison d'édition en 2005.

Les maisons d'édition font également la part belle aux auteurs de best-sellers étrangers. Par exemple, début novembre 2008, on pouvait voir les titres suivants sur les tables d'Empik :

- *Urania* de Le Clézio, broché, 34,90 zlotys, PIW.
- *Millenium, Les hommes qui n'aimaient pas les femmes* de Stieg Larsson, broché, 24 zlotys, Jacek Santorski & Co.
- *Le labyrinthe de la rose* de Titania Hardie, couverture cartonnée, 49 zlotys, Sonia Draga.
- *L'Histoire de Pi* de Yann Martel, couverture cartonnée, 45 zlotys, Znak.

Les plus grandes maisons d'édition publiant de la littérature sont :

- **Albatros** : cette maison d'édition est connue en Pologne pour être une fabrique à best-sellers. La maison publie notamment des auteurs étrangers comme Harlan Coben, Dan Brown (en coopération avec la maison d'édition Sonia Draga), Stephen King, Ken Follet et beaucoup d'autres encore.

- **Muza** : est une maison généraliste prestigieuse créée en 1989, cotée à la bourse de Varsovie depuis 1998. Elle publie 300 titres par an dont plus de la moitié sont des nouveautés. Outre le secteur des livres pratiques où Muza se développe à grande vitesse, la maison est surtout reconnue pour ses titres de fiction et ses essais. Muza achète beaucoup de droits de traduction en littérature.

- **Proszynski i S-ka** : créée en 1990, cette maison d'édition a lancé avec succès un grand nombre de nouveaux auteurs de littérature polonaise. Elle publie également des titres de science-fiction et des auteurs de romans policiers de renom.

- **Swiat Ksiazki / Bertelsmann Media** : c'est le plus grand club de livres du pays. Le groupe a lancé son activité d'édition en 2003. La maison publie aujourd'hui 350 nouveaux titres – principalement des auteurs à succès, polonais et étrangers – et 5,5 millions d'exemplaires par an.

- **WAB** : c'est l'une des maisons les plus dynamiques de Pologne en littérature. Découvreuse de talents, créatrice de tendances, son catalogue s'enrichit constamment de titres d'auteurs polonais ou étrangers. C'est l'une des maisons qui achète le plus de droits de traduction et qui en vend également le plus (250 titres depuis 2000).

- **Widawnictwo Literackie** : WL est une maison d'édition de littérature installée à Cracovie depuis 1953. En 2003, le groupe Libella, dirigé par Vera Michalski, est entré dans son capital. La maison a assis sa réputation sur le sérieux de son catalogue en littérature mais elle publie aussi des romans noirs et des romans à l'eau de rose.

- **Znak** : créée en 1959 comme branche d'un journal catholique tenu par des laïques, îlot de libre-parole à l'époque communiste, la maison d'édition Znak est aujourd'hui l'une des plus grandes et prestigieuses maison polonaise. À ses débuts, les éditions Znak publiaient surtout des œuvres de philosophie et de théologie. La maison a élargi progressivement son catalogue à la littérature, à l'histoire et aux sciences politiques et publie aujourd'hui environ 250 titres par an. La maison s'est également ouverte à la littérature de gare mais a créé, pour cela, une nouvelle filiale, nommée *Otwarte* afin de ne pas brouiller son image de marque.

## **B – Non-fiction**

### Le livre d'art

Dans le domaine du livre d'art, les éditeurs polonais sont en concurrence avec les titres importés, notamment ceux de Taschen ou de Konemann. La majorité des ventes ont lieu durant la période de Noël. Le marché est loin d'être parvenu à maturité et, en raison du prix (53 zlotys en moyenne), les ventes restent encore très dépendantes du contexte économique et des périodes de récession.

Les éditeurs qui présentent l'offre la plus large sont **Arkady, Bialy Kruk, Bosz, Kluszczynski** et, dans une moindre mesure **Buffi** et **Rosikon Press**. Mais en raison des coûts de production et d'un retour sur investissement assez long (les ventes peuvent s'étaler sur 9 à 12 mois), ces éditeurs peuvent difficilement publier plus d'un à deux « gros » titres par mois. À noter que ce sont quand même les maisons d'édition spécialisées dans la vente à distance comme Reader's Digest, Klub dla Ciebie et Swiat Ksiazki qui vendent 56% des exemplaires de livres d'art et beaux-livres du marché et réalisent 82% du chiffre d'affaires du secteur.

Les ventes de livres d'art en porte à porte connaissent un certains succès dans les petites villes et les zones rurales, notamment pour les collections.

### Les livres pratiques et illustrés

C'est un secteur en constante augmentation même si les ouvrages de cette catégorie (albums, livres de cuisine) aux coûts de fabrication élevés, ont des tirages moyens qui dépassent rarement les 3 500 exemplaires. L'éditeur généraliste **Muza** est très présent sur ce secteur avec des ouvrages de cuisine, des livres sur la sexualité, la grossesse et le *parenting*, sur le jardinage, ainsi que dans le domaine des loisirs créatifs. En livres de cuisine, plusieurs éditeurs comme **Publicat, Larousse Polska, Bellona**, se livrent une concurrence sévère sur ce marché.

Les livres sur la santé et le bien-être connaissent de plus en plus de succès en Pologne. **PZWL**, la filiale spécialisée en édition médicale du groupe PWN est d'ailleurs entrée dans ce créneau en publiant des livres de vulgarisation médicale destinés aux patients. Surfant sur la vague du phénomène « Dr Google »<sup>12</sup>, l'éditeur a même créé un site Internet dédié à la santé qui a reçu plus de 200 000 visiteurs différents en un an (son modèle économique repose sur un financement

---

<sup>12</sup> De plus en plus de patients consultent le site Google quand un diagnostic est posé ou avant même d'aller voir un médecin.

par les annonceurs). Hormis PZWL, les deux autres leaders sur ce segment sont **Elsevier-Urban** et **Czelej**. Quant aux grands éditeurs généralistes, ils ont pratiquement tous lancé des collections de vulgarisation médicale.

Pour ce qui est des guides touristiques, la maison **Pascal** est leader sur le marché. Les autres éditeurs ne se positionnent que sur des niches. Les guides sur la Pologne et sur les pays de l'ex-URSS attirent de plus en plus l'intérêt du public.

#### Le livre religieux

Durant le premier semestre de l'année 2005, la maison d'édition Znak a vendu 1,2 millions d'exemplaires du dernier livre du pape Jean-Paul II (décédé le 2 avril 2005). Et l'on estime qu'au global, en 2005, ce sont 3 millions d'exemplaires de livres liés au pape qui ont été vendus.

Mis à part le phénomène « Jean-Paul II », l'édition religieuse est un secteur qui se porte très bien en Pologne : les tirages et la production sont en augmentation depuis 2004 et les réseaux de distribution s'élargissent (Internet et vente par correspondance en plus des librairies religieuses). Il y a environ 80 maisons d'édition actives ayant un profil catholique en Pologne. La majorité d'entre elles sont liées à des ordres ou à des diocèses, mais certaines sont privées comme **Znak, Bialy Kruk, Wam, Pax**.

### **C – Jeunesse : un secteur en expansion**

En 2006, 3 180 titres ont été publiés en jeunesse, dont la moitié de nouveautés à un prix moyen de 12,3 zlotys. Avec un chiffre d'affaires de 200 millions de zlotys (53 millions d'euros), le secteur jeunesse représente 8,5% du chiffre d'affaires total de l'édition<sup>13</sup>.

Comme dans le reste du monde, le succès d'*Harry Potter* a dynamisé la production éditoriale et les ventes. Même si les licences étrangères représentent toujours une part importante de la production, de plus en plus d'ouvrages sont désormais écrits et illustrés par des auteurs et des artistes polonais. En termes de qualité et d'innovation, ces livres peuvent rivaliser avec les standards internationaux.

Même si le marché est de petite taille, plusieurs facteurs laissent augurer des perspectives positives pour le développement de ce secteur :

- Un nombre stable de maisons d'édition jeunesse leaders sur le marché ;
- Un accroissement du nombre de nouveautés ;
- Une augmentation des ventes des titres dédiés au 9-15 ans (effet *Harry Potter*);
- Des taux de lecture proportionnellement plus élevés chez les enfants et adolescents que chez les autres classes d'âges.
- Un phénomène générationnel : les jeunes parents d'aujourd'hui sont nés pendant le dégel, ont grandi avec l'ouverture et ont acquis les habitudes de consommation occidentales (notamment en termes de choix).

---

<sup>13</sup> Source : Lukasz Golebiewski, *Rynek ksiazki w Polsce 2007*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2007.

Un peu d'histoire...

Après 1989, plusieurs maisons d'édition de jeunesse ont fermé, d'autres ont été privatisées, comme Nasza Ksiegaria, la plus ancienne maison d'édition de jeunesse de Pologne, fondée en 1921. De nouvelles maisons ont vu le jour un peu partout dans le pays comme par exemple Siedmiorog à Wroclaw, Debit à Bielsko-Biala, Literatura à Lodz. Des éditeurs étrangers ont également fait leur entrée sur le marché polonais, qu'ils soient d'envergure internationale comme Egmont, ou de taille beaucoup plus modeste comme par exemple Media Rodzina – une petite maison d'édition créée en 1992 par un pasteur américain, Robert Gamble, qui détient aujourd'hui les droits de traduction en polonais de la série *Harry Potter*.

Depuis les années 2000-2001, le marché du livre de jeunesse est en constante croissance. En 2001, *Harry Potter* a représenté 42% des ventes de publications destinées aux adolescents. L'année suivante, en dépit du fait qu'aucun volume de la saga n'a été publié, les ventes sont restées stables. Cela a été possible grâce à un accroissement de l'offre éditoriale pour la jeunesse. En effet, plusieurs maisons d'édition, auparavant spécialisées en littérature, ont ouvert leur catalogue à la jeunesse. Ainsi, Amber, Muza, WAB mais aussi Znak ou Wydawnictwo Literackie ont créé des collections pour enfants.

Les principales maisons d'édition publiant du livre de jeunesse sont :

- **Egmont Polska** : c'est le leader du marché des livres et magazines pour la jeunesse. La maison détient la licence exclusive de *Disney*. Cependant, elle cherche également à se diversifier et a entrepris de cibler le public des 9-14 ans avec des titres (traduits) de littérature « pour les filles ».
- **Publicat**, qui s'appelait auparavant Podsiedlik-Raniowski est une maison polonaise installée à Poznan dont le catalogue jeunesse est diversifié. La maison publie des contes, des livres audio, des livres cartonnés pour le premier âge, des livres éducatifs et de la littérature pour les adolescents (elle détient les droits pour la version polonaise des titres de L.M. Montgomery).
- **Wilga**, une maison spécialisée dans les livres pour les 0-6 ans et les dictionnaires est détenue à 50% par l'éditeur généraliste Muza. Wilga ne se concentre pas uniquement sur les licences mais publie également de nombreux auteurs polonais dont les titres sont vendus à l'étranger. Wilga est leader sur le marché des livres à pop-up. Ses ouvrages sont de belle facture et leur prix est souvent un peu plus élevé que la moyenne.
- **Nasza Ksiegaria** est la maison qui a le plus expérience en édition de jeunesse. Sous le régime communiste, c'était le plus grand éditeur de livres et de magazines de jeunesse. Aujourd'hui, la maison publie le magazine *Swierszyk* (très populaire), des livres pour enfants et adolescents, des livres éducatifs et les grands classiques de la littérature polonaise pour la jeunesse.
- La maison d'édition **Sara** (anciennement connue sous le nom de Kama) est spécialisée dans la production grand public de livres cartonnés pour les 0-3 ans. Ces livres très bon marché (moins d'un euro), sont souvent tirés à plusieurs milliers d'exemplaires. Sara propose aussi des contes et des livres inscrits sur les listes de lecture obligatoire des écoles. La maison a sa propre imprimerie et son réseau de distribution.
- La maison **Siedmiorog** à Wroclaw propose plusieurs centaines de titres et détient une place significative sur le marché. Son catalogue fait la part belle aux auteurs polonais et aux romans contemporains pour adolescents.

- **Zielona Sowa** à Cracovie est spécialisé dans les ouvrages recommandés en lecture obligatoire dans les écoles. Les livres publiés sont souvent de qualité moyenne et vendus à très bon marché.

On peut également citer des maisons de taille moyenne comme **Literatura et Akapit Press** qui modernisent leur catalogue (collections de polar pour enfants, etc.)

Particularité récente du marché polonais en jeunesse : les petits éditeurs ou éditeurs « lilliputiens ». Ces éditeurs publient des ouvrages de qualité, souvent primés par Iby et relativement chers. Installés sur un marché de niche, ils font revivre la tradition de l'école polonaise d'illustration et donnent leur chance aux jeunes auteurs polonais. Le pionnier de ces petits éditeurs fut **Ezop**, puis **Muchomor** (2002), **Kowalska/Stiasny** et **Hokus-Pokus** (2003), **FR09** (2004), **Wytwornia** (2005) et **Dwie Siostry** (2005).

La jeunesse fait aussi partie du catalogue de grandes maisons généralistes comme **Swiat Ksiazki**, **Bellona**, **Proszynski i S-ka**, **FKJO**. Cette dernière est un des acteurs majeurs du secteur qui, sans publicité particulière, publie et vend à des dizaines de milliers d'exemplaires plus de 400 petits livres à très bon marché (2 zlotys, l'équivalent d'une bouteille de bière).

Mis à part le phénomène *Harry Potter*, dont 2,5 millions d'exemplaires ont été vendus en Pologne (pour les quatre premiers tomes), les tirages moyens, pour le livre de jeunesse sont, en 2006, de 6 790 exemplaires (lectures scolaires incluses). À noter cependant des tirages de plus de 100 000 exemplaires pour des titres destinés aux jeunes adolescentes et dont les deux auteurs les plus populaires sont **Krystyna Siesicka** et **Malgorzata Musierowicz** (publiés par Akapit Press)

Les achats de livres pour enfants sont classiquement effectués par les parents ou par les écoles. Les grandes chaînes de librairies comme **Empik**, **Traffic** ou **Matras** disposent toutes d'un rayon enfant aménagé pour les jeunes lecteurs (petites tables et chaises, manèges, etc.)

On peut citer trois très belles librairies spécialisées en jeunesse à Varsovie :

- **Badet** : c'est une petite maison dans Varsovie dédiée uniquement au livre de jeunesse. Elle fait également librairie en ligne.
- **Numery Litery** : librairie à la décoration très design et moderne, avec un coin salon de thé. Organise des ateliers avec les enfants, des séances de lecture de contes. Vend également de la presse et de la papeterie de luxe.
- **Ksiegarnia Ksiazecka**, qui fait aussi de la vente en ligne.

On trouve des livres de jeunesse en kiosque. Il s'agit, en général, de petits formats peu onéreux, ou de livres offerts gratuitement avec un magazine pour parents.

Les supermarchés représentent un canal important pour la distribution de livres de jeunesse *mass market* (licences Disney, etc). Il arrive parfois qu'un best-seller jeunesse soit écoulé en quelques jours quand il faut plusieurs mois pour un best-seller pour adultes, ce qui n'est pas sans poser des problèmes logistiques de distribution.

Les bibliothèques publiques ne sont pas libres d'effectuer leur assortiment : elles doivent lancer un appel d'offres et choisir la proposition la moins onéreuse. Ce sont donc les distributeurs qui décident finalement des achats des bibliothèques.

Et les distributeurs vont nécessairement privilégier la production des grands éditeurs (dont les prix sont plus bas et les remises plus importantes) au détriment de la diversité éditoriale d'éditeurs plus petits.

En termes de saisonnalité, les plus fortes ventes ont lieu avant Noël, le 1<sup>er</sup> juin (qui est la journée de l'enfant) et durant le mois de mai pour la *Bible* ou les livres de catéchisme car c'est traditionnellement le mois de la communion.

## D – La bande dessinée

On compte aujourd'hui en Pologne une vingtaine d'éditeurs de bandes dessinées mais le secteur est très hétérogène. De grands éditeurs, publiant plus d'une dizaine d'albums par an tirés à des milliers d'exemplaires, côtoient de petits éditeurs qui publient un à deux albums par an à des tirages confidentiels. Pour la majorité des éditeurs, la bande dessinée ne représente qu'une partie de leur activité.

Les principaux éditeurs sont :

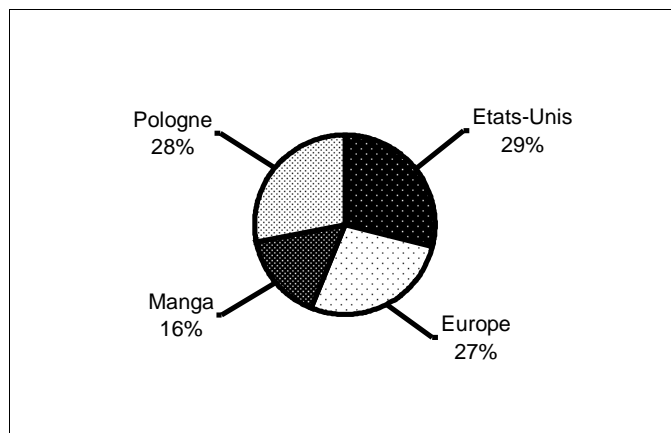
- **Egmont Polska** : c'est le leader du marché polonais, il édite environ 100 titres par an ainsi que des magazines pour enfants (*Donald Duck* et *Witch*). Egmont publie les grands classiques de la BD polonaise (*Kajko i Kokosz*) et étrangère (*Thorgal*, *Astérix*) et quelques éditions spéciales pour collectionneurs.
- **Kultura Gniewu** publie plus d'une dizaine d'albums par an de BD polonaise et européenne. La maison oriente son catalogue dans la bande dessinée de mœurs, d'aventures et underground.
- **Timof i Cisi Wspólnicy** est un éditeur indépendant de BD alternative d'auteurs polonais et étrangers.
- **Pro Arte** : ce petit éditeur est spécialisé dans la bande dessinée fantastique.
- **Taurus Media** publie les titres de Frank Miller (super héros) et des bandes dessinées d'auteurs polonais.
- La maison d'édition **Post** édite de la BD européenne : Manara, Pratt, Burns, Satrapi, Sfar, Spiegelman.
- **Mucha Comics** édite de la BD américaine populaire.

Selon les titres, les éditeurs de bandes dessinées peuvent vendre de quelques centaines jusqu'à plus d'une dizaine de milliers d'exemplaires. Mais en général, des ventes de 3 000 à 5 000 exemplaires sont considérées comme un succès en Pologne.

Les bandes dessinées étrangères les plus populaires en 2007 ont été le 30<sup>e</sup> album de *Thorgal* (15 272 exemplaires vendus en 3 mois) ainsi que les titres des séries *Astérix*, *Marzi*, *Dilbert*, *Blacksad*, *XIII*, *Corto Maltese* et *Persépolis*.

Quant aux best-sellers polonais, on peut citer les deux grands classiques : *Kajko i Kokosz* et les aventures de *Tytus, Romek i A'Tomek* (série créée en 1966 dont les 30 albums sont constamment réédités depuis leur parution).

### Origine de la production éditoriale de BD<sup>14</sup>



Il n'y a guère que cinq librairies spécialisées en bandes dessinées dans tous le pays. Quelques librairies généralistes ont bien un rayonnage BD, mais rares sont celles où un libraire qualifié peut conseiller les lecteurs.

Quant à la chaîne de librairies Empik, son rayon BD est assez mal organisé. Le secteur n'étant pas générateur de grosses ventes (hormis les best-sellers mis en avant sur des tables), il ne fait pas partie des priorités d'Empik.

Une grande partie des ventes se fait via le site d'achats en ligne Merlin ou via les sites des éditeurs. Le Festival international de la bande dessinée de Lodz ainsi que la Foire internationale du livre de Varsovie sont des moments importants pour les ventes (avec des rabais proposés au public). Les séries *Witch* et *Donald Duck* sont vendues en kiosque.

Le lectorat de bandes dessinées est estimé à environ 20 000 personnes (jeunes et adultes) et à 150 000 lecteurs chez les enfants. Bien que le marché de la BD soit encore restreint en Pologne, c'est un secteur dont le développement est stable et qui connaît un intérêt croissant de la part du public. Ses potentialités ne sont pas à négliger, d'autant qu'un nombre croissant d'événements se déroulent autour de la BD en Pologne, comme par exemple le Festival international de la bande dessinée de Lodz. Créé en 1991, ce festival est la plus grande manifestation de ce genre en Europe centrale et orientale et il attire chaque année quelques milliers de visiteurs. Depuis quelques années le festival collabore avec l'Ambassade de France et les Instituts français de Varsovie et de Cracovie.

<sup>14</sup> Source: [www.komiks.nast.pl](http://www.komiks.nast.pl), cité dans *Le marché polonais de la bande dessinée*, Adam Radon, mai 2008.



## E – L'édition scolaire et parascolaire

### La réforme du système scolaire<sup>15</sup>

Au cours des années 90, la Pologne a pris conscience de la nécessité de faire évoluer son école : la population adulte comptait à peine 7% de diplômés de l'enseignement supérieur et les disparités territoriales étaient fortes, notamment entre zones rurale et urbaine. Initiée au cours de l'année scolaire 1999/2000, la réforme du système scolaire polonais repose sur six modifications principales :

- prolonger la scolarité obligatoire jusqu'à 18 ans ;
- introduire un échelon éducatif nouveau entre l'école primaire et le lycée : le *gimnazjum*, équivalent du collège français mais qui ne comporte que trois niveaux. Ces établissements ont été créés de toute pièce, en dehors des écoles primaires ancienne formule, notamment dans les campagnes démunies en infrastructures scolaires.
- abaisser de 40% à 20% le pourcentage des jeunes orientés vers les écoles professionnelles à l'issue du *gimnazjum* ;
- créer de véritables lycées professionnels qui dispensent des enseignements techniques et généraux et donnent accès à l'enseignement supérieur par l'intermédiaire d'un « bac professionnel » ;
- supprimer les examens d'entrée au lycée et à l'université, et mettre en place une nouvelle *matura* (équivalent du baccalauréat) gérée par l'échelon régional et non plus par chaque lycée ;
- accroître l'autonomie des établissements et des enseignants dans les choix pédagogiques, dans la sélection des manuels et celle des options.

En 2008, l'enseignement primaire compte 2 983 000 élèves et on dénombre 3 502 314 élèves dans l'enseignement secondaire.

Le secteur de l'édition scolaire a bénéficié, plusieurs années de suite, de la réforme du système scolaire et de la nécessité de créer des manuels pour s'adapter aux nouveaux programmes. Aujourd'hui il est en stagnation, d'une part à cause du déclin démographique – 1,5 millions d'élèves en moins en 2006 par rapport à 2000 – et d'autre part, en raison du développement d'un gigantesque marché de l'occasion.

Les « cahiers d'été » n'étant pas une pratique courante en Pologne, les éditeurs de scolaire se voient de plus en plus obligés de diversifier leur production et de l'élargir aux livres d'intérêt général.

Aujourd'hui, l'édition scolaire représente encore 30% du chiffre d'affaires total de l'édition. Le secteur est très concentré et dix acteurs se partagent 90% des ventes. À eux cinq, les éditeurs **WSiP**, **Nowa Era**, **MAC**, **Wydawnictwo Szkolne PWN** et **Pearson Education** contrôlent les deux tiers du marché.

Bien qu'elles se livrent une concurrence importante, les grandes maisons de scolaire forment un lobby puissant et soudé qui sait parler d'une seule voix lorsqu'il s'agit de défendre les intérêts de la profession. À noter d'ailleurs que le président de la section des éditeurs scolaires de la PIK (la chambre polonaise du livre) est également le président de la PIK.

<sup>15</sup> Source : Ambassade de France en Pologne (mis à jour 08/05/2007).

Il existe en Pologne des lectures scolaires obligatoires. Deux listes de livres sont établies chaque année par le ministère de l'Éducation nationale. L'une est obligatoire (6-10 titres par niveau scolaire), l'autre, plus large, est simplement conseillée. Ces listes représentent une manne pour les éditeurs puisque les titres sélectionnés sont assurés de ventes à l'échelle nationale.

Ces listes représentent également de forts enjeux politiques ; ainsi, lorsque les frères jumeaux étaient au pouvoir, le ministre de l'Éducation (également dirigeant de la Ligue polonaise des familles, proche de l'extrême droite), a provoqué une vague de protestations en faisant retirer des listes des grands noms comme Gombrowicz, Dostoïevski ou Kafka.

Aujourd'hui, quatre maisons principales se partagent ce marché des lectures obligatoires : Zielona Sowa, Greg, Sara et Siedmiogrod.

## F – L'édition universitaire et professionnelle

### Bref aperçu de l'organisation du système universitaire en Pologne

La Pologne compte près de deux millions d'étudiants et plus de 400 établissements d'enseignement supérieur. Elle dispose d'un réseau universitaire décentralisé.

**Les universités** : 18 universités pluridisciplinaires, de taille importante, sont réparties sur tout le territoire, avec parfois des antennes délocalisées. Certaines sont de création récente (Zielona Gora, Rzeszow), résultat de la fusion de divers établissements. D'autres ont une ancienneté prestigieuse, comme l'université Jagellonne de Cracovie : créée en 1364, elle fut, après Prague, la seconde université d'Europe centrale.

**Les universités techniques et polytechniques** : les ingénieurs polonais ne sont pas formés dans des écoles, mais dans ces universités techniques. Au nombre d'une vingtaine, de statut public, elles proposent un éventail de formations très ouvert. Ces établissements sont souvent considérés, par les étudiants, comme plus exigeants que les universités généralistes : l'enseignement y est à la fois théorique et pratique.

**Les académies** : il s'agit d'établissements publics spécialisés en agriculture, économie, médecine, etc. mais leur registre des spécialités est souvent très large.

**Les autres établissements** : il s'agit des collèges de formation des maîtres ainsi que des très nombreuses écoles supérieures professionnelles, généralement privées. Un système de passerelles permet une poursuite d'études au niveau supérieur, dans un autre établissement, moyennant paiement.

#### **Chiffres 2005 / 2006**

Secteur public :	1 333 000 étudiants	132 établissements
Secteur privé :	620 000 étudiants	311 établissements
Total :	1 952 000 étudiants	443 établissements

**L'accès à l'enseignement supérieur** : l'élève entrant dans l'enseignement supérieur est titulaire de la *matura*. Le taux de réussite à ce nouvel examen (depuis sa réforme de 2005) est de 87%.

Les élèves se portent candidats dans des établissements d'enseignement supérieur, en commençant logiquement par le secteur public. Selon la législation, les notes à la *matura* servent de référence à ce concours, mais dans les faits, de nombreuses universités complètent ou remplacent cette évaluation sur notes par des épreuves spécifiques, ce qui leur permet de conserver la maîtrise de la sélection de leurs

étudiants. S'ils sont reçus au concours d'entrée, ils accèdent aux « cours du jour » : cinq années d'études gratuites (absence de droits d'inscription).

En cas d'échec au concours, l'étudiant peut poursuivre ses études dans le secteur public en « cours du soir ». Les cours sont alors payants et peuvent se dérouler le soir ou le week-end. De l'avis unanime des universitaires, ces cours du soir sont d'une qualité inférieure aux enseignements « normaux ».

Dernière possibilité, l'étudiant peut intégrer un établissement privé. La barrière à l'entrée dépendra de la renommée de l'école.

**L'évolution de la demande :** entre 1990 et 2002, la demande des étudiants a beaucoup évolué. La place occupée par les sciences sociales / droit / gestion a doublé. À l'inverse, le nombre d'étudiants désirant poursuivre des études scientifiques est en diminution, alors que le marché est fortement demandeur de diplômés dans ces disciplines.

**Les grades universitaires :** la Pologne est intégrée au processus de Sorbonne-Bologne. Les diplômes obéissent (ou vont obéir) au LMD, depuis la loi de 2005. La licence est une création récente (1992). Elle se développe à partir de 1997, avec les écoles supérieures professionnelles. Mais elle s'impose difficilement dans les universités. Car le standard polonais est le magistère obtenu à Bac+5 : c'est le diplôme de référence des étudiants. Le doctorat n'est pas le titre universitaire le plus élevé : suivant la tradition germanique, la Pologne a conservé le titre de « docteur habilité », généralement exigé pour prétendre au poste de professeur.

Source : [www.diplomatie.gouv.fr](http://www.diplomatie.gouv.fr), base Curie, fiche enseignement supérieur Pologne 2007 (mis à jour 22/08/2007)

Les maisons spécialisées en publications universitaires et professionnelles sont une soixantaine en Pologne. Parmi les plus grandes, on peut citer **PWN** (tous domaines, offre la plus large), **Wydawnictwa Naukowo Techniczne** (livres techniques, livres d'informatique), **Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne** (économie, marketing management), **Universitas** (méthode d'apprentissage du polonais, référence), **Ossolineum**, **SiG**, **Scholar** (sociologie, sciences sociales).

Dans le domaine du droit, le secteur est très concentré : trois entreprises contrôlent 80% du marché (**Polskie Wydawnictwa Profesjonalne**, **CH Beck** et **Lexis Nexis**). Elles ont connu une belle progression de leur chiffre d'affaires ces dernières années, notamment grâce au développement de l'édition électronique et des publications liées à l'entrée de la Pologne dans l'Union européenne.

La maison d'édition **Helion** détient un quasi monopole des publications concernant l'informatique.

Les livres de STM sont chers : alors que le prix moyen d'un livre en Pologne est de 29,20 zlotys, les livres de STM coûtent, en moyenne, 40 zlotys. C'est l'une des raisons pour lesquelles le problème du piratage en Pologne se pose principalement dans le domaine des livres universitaires. Il s'agit de reprographie illégale sur papier ou au format numérique.

Il existe un centre d'exploitation du droit de copie, la Kopipol Association<sup>16</sup>, dont les pouvoirs ont été étendus par décret en 2003. Il est financé, pour une petite

<sup>16</sup> KOPIPOL, Association of Copyright Collective Administration for Authors of Scientific and Technical Works.

partie, par la redevance versée par les magasins de photocopie, et majoritairement par celle des importateurs de photocopieurs.

Mais le véritable fléau pour les éditeurs de STM est celui de la reprographie numérique. À tel point qu'il est fréquent maintenant de trouver des livres en PDF sur des sites de *peer to peer*, ou des CD-Rom piratés en vente sur le site [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (l'ebay polonais).

Lorsqu'on sait que les tirages moyens sont de 1 500 exemplaires pour un titre de STM, il est facile d'évaluer le préjudice causé aux presses universitaires par ce type de piratage.

Afin d'essayer de lutter contre le piratage, l'éditeur PWN a lancé une « salle de lecture sur Internet » disponible sur le site [www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl). Le principe est de donner un accès en ligne au titre choisi pour un prix de 3,66 zlotys pour une journée de consultation (6,88 zlotys pour une semaine et 13,47 zlotys pour un mois). Il est possible, pour un zloty de plus, d'imprimer 10 pages du livre. Le paiement se fait en ligne ou par téléphone portable.

Depuis, son ouverture, le nombre des consultations payantes est en constante augmentation avec des pics lors des semaines qui précèdent les périodes d'examens. D'autres éditeurs, attirés par ce modèle, se sont associés à PWN et proposent également leurs titres. Le système marche aussi très bien auprès des bibliothèques – qui ne diminuent pas, pour autant, leurs achats de manuels papier.

Concernant les ventes, les éditeurs de publications universitaires ou professionnelles ont généralement leurs propres équipes de représentants et de commerciaux qui vont démarcher la centaine de librairies spécialisées du pays. La grande chaîne de librairies Empik vend assez peu de livres universitaires. Les librairies de la chaîne Matras et les librairies indépendantes ont une offre plus large mais de manière globale, la Pologne manque de librairies spécialisées en STM. Un éditeur comme PWN, par exemple, a 14 librairies et essaye d'en ouvrir dans chaque ville universitaire du pays.

Les ventes par Internet sont un canal important de diffusion de livres de STM. Elles peuvent représenter jusqu'à 10% des ventes de l'éditeur.

La foire du livre universitaire, *Atena*, qui a lieu à l'université de Varsovie, la première semaine de novembre est également un moment fort pour les ventes. À cette occasion, les éditeurs présents ont conclu un accord afin de ne pas proposer de remises supérieures à 10%.

## **La distribution**

### **A – La promotion**

Même si les spots publicitaires à la télévision restent encore inabordables financièrement, toutes les grandes maisons d'édition consacrent aujourd'hui une part importante de leur budget à la promotion. Celle-ci passe par des achats de grands panneaux publicitaires dans les centres urbains ou de publicité à la radio et dans les journaux.

Le livre bénéficie d'une place plus ou moins dense dans les grands quotidiens et hebdomadaires nationaux. La presse féminine a aussi un rôle prescripteur. Les interviews de l'auteur, les articles, les critiques qui paraissent dans la presse magazine sont, la plupart du temps, des garanties de succès pour le titre concerné. Les listes des meilleures ventes qui paraissent dans les journaux ou qui sont publiées par les librairies Empik et Matras ou encore par les hypermarchés jouent un rôle déterminant dans la création de la demande.

Plusieurs revues professionnelles sont consacrées au marché du livre comme *Ksiaski Magazyn Literacki* et *Biblioteka Analiz* publiés par la société d'études Biblioteka Analiz. Il existe aussi des revues littéraires de haut niveau, dont l'audience reste plus confidentielle.

Le prix littéraire *Nike* est le prix le plus prestigieux de Pologne. Il récompense, chaque année depuis 1997, un auteur qui se voit remettre un chèque de 100 000 zlotys et qui bénéficie également d'une publicité massive dans le journal *Gazeta Wyborcza* qui coorganise l'événement. Au regard des ventes des titres primés, on peut considérer que le prix *Nike* est plus apprécié des lecteurs polonais que le prix *Nobel* de littérature.

D'autres prix sont également importants comme le prix littéraire *Gdynia*, le prix *Angelus* d'Europe centrale, le prix de la fondation Koscielski (connu sous le nom du Nobel des jeunes écrivains), le *Polityka Passport* de l'hebdomadaire éponyme. Le nouveau prix *Cogito*, créé en 2008 par la radio et la télévision polonaise offre une récompense de 200 000 zlotys au meilleur auteur de fiction littéraire de l'année. La section polonaise d'IBBY, quant à elle, prime chaque année un livre de jeunesse. Au total ce sont plus d'une centaine de prix qui récompensent chaque année des écrivains, des traducteurs, des illustrateurs et des éditeurs.

### **B – Les distributeurs**

La distribution était très fragmentée au début des années 1990 où l'on comptait plusieurs centaines d'entreprises de distribution. Après toute une série de faillites, le secteur s'est aujourd'hui rationalisé et il est beaucoup plus concentré : 300 sociétés sont aujourd'hui actives contre plus de 550 en 1999. La distribution détient 43% du marché en Pologne.

Quatre acteurs majeurs dominent le secteur et proposent leur service au niveau national : Azymut (spécialisé en livres scientifiques, fiction, jeunesse, livres illustrés), Matras (qui a également un réseau de librairies), Wkra (livres scolaires) et FKJO (le plus grand fournisseur des hypermarchés).

Des investissements importants ont lieu, ces dernières années, dans la distribution pour sauver certaines entreprises de la faillite, qu'il s'agisse de l'entrée de l'éditeur WSiP<sup>17</sup> au capital de Wkra ou de celle de PWN au capital d'Azymut. Azymut est d'ailleurs le seul distributeur qui s'adresse également aux librairies en ligne en leur permettant d'avoir accès à une base de données virtuelles de 40 000 titres et en prenant en charge les aspects logistiques de la distribution.

Parmi les autres acteurs du marché, on peut citer Platon qui fournit Empik et le réseau des hypermarchés Tesco.

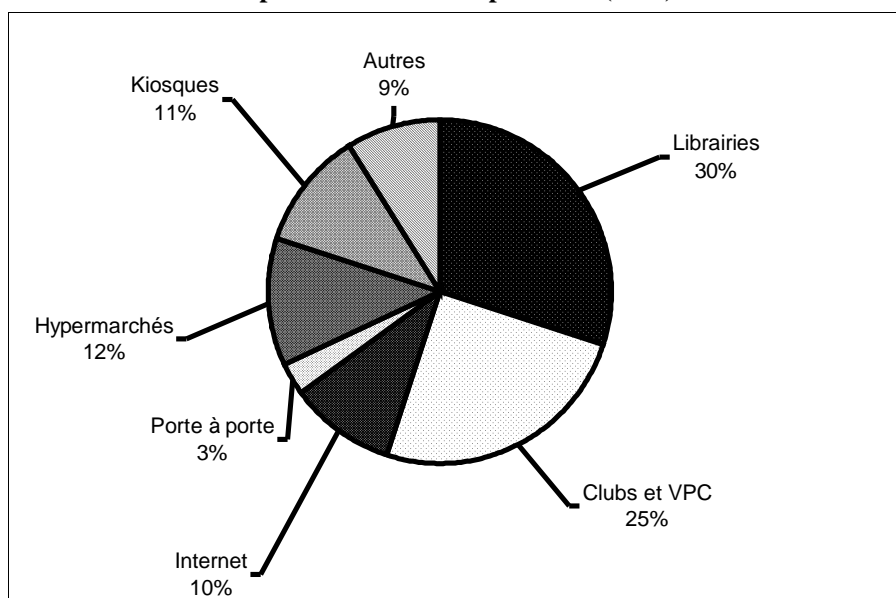
Les retours sont possibles pour les libraires. Selon les accords ils peuvent s'échelonner de 20% pour les petites librairies à 100% pour les grandes chaînes. Les délais de paiement sont de 90 jours pour les petites librairies et de 120 pour les grands réseaux.

Il est souvent difficile pour les petits éditeurs de se faire distribuer car les distributeurs imposent un minimum de 3 000 à 5 000 exemplaires avant de conclure un partenariat commercial.

La remise libraire s'échelonne de 35% à 45% pour les très grandes librairies, voire 50% pour les libraires de la chaîne Empik.

### C – Les ventes par canal de distribution

Répartition des ventes par canal (2007)<sup>18</sup>



<sup>17</sup> WSiP est également propriétaire de 90% des actions de la chaîne de librairies Dom Książki.

<sup>18</sup> Institut polonais du livre, *The Polish Book Market in 2007*, octobre 2008.

Le fait le plus remarquable de ce schéma est que les ventes en librairie ne représentent plus que 30% des ventes alors que ce taux était de 90% au début des années 1990.

### **1) La faiblesse des librairies indépendantes et la montée en puissance de la chaîne Empik**

#### Les librairies indépendantes

Durant la période communiste, Dom Ksiaski était l'unique réseau de librairies du pays. Entre 1989 et 1990, la majorité des 2 140 librairies du réseau ont été privatisées et rachetées par des anciens employés ou par de nouveaux repreneurs. On compte aujourd'hui environ 2 500 librairies en Pologne. La majorité de ces librairies sont de petite taille (3 000 à 8 000 titres), sous-capitalisées et restent des structures familiales sans ambition. Elles sont parfois aidées par la mairie qui leur loue un local à prix réduit. Parmi elles, seules 500 librairies sont de taille moyenne (assortiment de 15 000 titres présentés sur 100 m<sup>2</sup> au minimum) ce qui reste un nombre peu élevé à l'échelle du pays.

On trouve en Pologne (notamment à Varsovie et dans les grandes villes) de plus en plus de librairies spécialisées en jeunesse, ou de librairies-café ou encore de librairies spécialisées en économie et en droit.

#### La chaîne Empik

La chaîne de mégastores Empik (158 magasins) est aujourd'hui bien installée en Pologne, elle est devenue leader sur le marché de la vente de livres et de disques. Le modèle qu'elle revendique est celui de la Fnac. Empik a pour objectif d'avoir 300 magasins au total dans le pays : soit en rachetant des librairies indépendantes, soit en ouvrant de nouveaux magasins dans les « malls » qui représentent, aujourd'hui, les meilleurs emplacements commerciaux.

La majorité des magasins ont une surface comprise entre 200 et 1 000m<sup>2</sup> ; quinze magasins ont une surface de 1 200m<sup>2</sup> et il existe un magasin de 4 000m<sup>2</sup> dans le centre de Varsovie.

Empik réalise 40% de son chiffre d'affaires avec le livre, le reste de son revenu étant réparti entre la presse (14%), la musique (18%), les jeux vidéo (12%), la papeterie (9%) et les DVD (7%).

En raison de sa position d'acteur le plus solide du marché, Empik est en mesure d'imposer ses conditions commerciales à tous les éditeurs. En effet, même si depuis octobre 2008, la chaîne connaît des difficultés de trésorerie (elle ne paye que 50% de la facture à 120 jours), elle reste le partenaire le plus fiable pour les éditeurs. Tous les éditeurs assurent d'ailleurs effectuer la majorité de leurs ventes dans le réseau Empik, sauf les éditeurs de STM et les éditeurs de livres religieux. Cette position dominante ouvre un boulevard à Empik dans sa négociation avec les éditeurs.

Comme pour les têtes de gondole en supermarché, les éditeurs doivent payer pour obtenir une bonne visibilité de leurs ouvrages. La mise en avant d'un ouvrage exposé sur une table revient à 12 500 zlotys pour deux semaines.

Le fort taux de remise (50%) négocié par la chaîne n'est pas répercuté sur le prix de vente public. En effet, Empik étant en position de leader sur le marché, la chaîne n'éprouve pas la nécessité, pour le moment, d'accorder des remises à ses

lecteurs. À ce titre, elle ne propose pas non plus de carte de fidélité à ses clients puisque ceux-ci reviennent spontanément.

#### Les autres chaînes de librairies

Il existe d'autres chaînes de librairies en Pologne mais, mis à part Matras – qui est à la fois un distributeur et une chaîne de 111 librairies – elles sont de beaucoup plus petite envergure qu'Empik. L'ancien réseau Dom Ksiaski est aujourd'hui scindé en plusieurs sociétés qui détiennent 130 librairies et réalisent un chiffre d'affaires comparable à celui de Matras. Il existe aussi Ksiaznica Polska qui est une chaîne de 25 librairies située dans le nord-est du pays, dans la voïvodie de Varmie-Mazurie. Propriétaire de pratiquement tous ses locaux, ses librairies sont ouvertes six jours sur sept et un *Book Centre* d'une surface de 1 200m<sup>2</sup> est installé à Olsztyn, la capitale régionale.

Grandes ou petites, Empik ou chaînes indépendantes, les libraires polonaises semblent toutes souffrir actuellement de difficultés identiques : le manque de formation des libraires et la difficulté à vendre les titres du fonds (tout en restant rentables).

## **2) Les autres canaux de vente et de diffusion du livre**

#### Les supermarchés et hypermarchés

Les hypermarchés comme Tesco (39 points de vente), Real (27), Auchan (19), Géant (17), Carrefour (15) et Leclerc (14) représentent un réseau de taille pour les éditeurs. En effet, 12% des ventes de livres en Pologne passent par les hypermarchés. À tel point que – hormis Empik et Matras – Auchan, Tesco et Carrefour sont aujourd'hui les plus grandes librairies polonaises en termes de ventes. Ces hypers proposent un assortiment moyen de 2 500 titres (généralement à rotation rapide) et leur offre se concentre sur les livres de jeunesse, les livres pratiques et illustrés et les guides touristiques en saison. On y trouve aussi, de plus en plus de fiction et de dictionnaires.

Si la grande distribution est un partenaire attractif pour les éditeurs, c'est aussi un partenaire exigeant, capable d'imposer ses conditions commerciales.

En effet, comme pour les autres produits vendus dans le supermarché, les éditeurs doivent payer pour avoir leurs livres exposés sur une étagère ou mis en avant dans un catalogue.

Les remises ou opérations promotionnelles sur certains best-sellers se font aussi parfois sans l'accord de l'éditeur. Cela met l'éditeur en porte-à-faux avec le libraire lorsqu'un livre est vendu en même temps en hyper et en librairie mais avec 10 à 15% d'écart de prix.

#### Les foires du livre

La foire internationale du livre de Varsovie, organisée par Ars Polona, a lieu chaque année en mai. En 2008, l'événement a attiré plus de 600 exposants venus de 30 pays. À l'inverse de la précédente, la foire de Cracovie est une foire nationale. C'est le rendez-vous majeur de l'automne pour les éditeurs polonais qui y ont tous un stand.



Plusieurs autres foires, de moindre importance se déroulent en Pologne comme la foire du livre universitaire ou la foire du livre religieux à Varsovie.

Ces foires du livre sont des moments privilégiés pour les ventes (avec des rabais de 10 à 15%), et le public s'y rend en masse.

#### Les clubs de livre

La faiblesse du réseau des librairies, au lendemain du changement de régime, avait ouvert de belles opportunités aux clubs de livres. Le plus grand club de livres, Bertelsmann est installé en Pologne depuis 1994. Le club avait 1 million d'adhérents à ses débuts. Il n'en compte plus que 500 000 aujourd'hui. Ses membres sont en majorité des femmes de 30 à 45 ans habitant en zone urbaine (c'est une nette évolution de ces dernières années car, précédemment, le lectorat était plutôt issu des zones rurales). Les membres achètent 11 livres par an pour un prix moyen de 25 zlotys. La section jeunesse n'a pas connu le succès escompté car les parents souhaitent feuilleter le contenu du livre avant de l'acheter. Ils aiment également emmener leurs enfants en librairie.

A l'automne 2008, le club de livres a été mis en vente. La profession était persuadée qu'Empik serait sur les rangs pour le racheter mais la direction de la chaîne a démenti cette information. D'autant que, pour le moment, c'est toute la holding qui est en vente (le club de livres et la maison d'édition) sans qu'il ne soit possible de la diviser en « morceaux ».

#### Les bibliothèques polonaises

Il existe 8 489 bibliothèques publiques en Pologne en 2007.

Depuis 2004, un budget spécifique de 28,5 millions de zlotys est alloué aux bibliothèques publiques pour l'achat de nouveautés. Cet effort financier a permis aux bibliothèques de se réoxygéner. En effet, la politique de décentralisation qui avait fait passer les bibliothèques sous la tutelle des collectivités territoriales, avait porté un coup aux acquisitions de livres dans les années 1990. À noter simplement que ce budget spécifique n'a pas été augmenté depuis quatre ans.

Le prêt est gratuit dans les bibliothèques publiques, sauf pour les documents multimédias. Selon l'enquête sur les habitudes de lecture menée par l'Institut de recherche de la Bibliothèque nationale, 30% des Polonais se sont rendus dans une bibliothèque en 2006. Parmi eux, 50% ont moins de 19 ans. Il est vrai que de nombreux programmes sont organisés à destination des enfants comme : « les livres qui voyagent » ou la « nuit d'Andersen » où les enfants passent toute une nuit à la bibliothèque avec des conteurs.

#### Les ventes par Internet

Aujourd'hui, plus de 38% des ménages polonais ont un accès à Internet et les ventes de livres par Internet sont en constante augmentation.

Merlin.pl est la plus grande librairie en ligne polonaise. Le site marchand vend des livres mais aussi des CD, des DVD, des jouets et de l'équipement électronique. Durant les périodes de grosse activité, sa plate-forme est capable de livrer 10 000 commandes par jour. En 2006, le site a augmenté son chiffre d'affaires de 57,5% pour atteindre 63 millions de zlotys (16,5 millions d'euros).

Le site propose souvent des remises sur les nouveautés (de l'ordre de 10 à 15%) et la gratuité des frais de port.

Empik a aussi sa propre librairie en ligne qui représente de 3 à 5% de son chiffre d'affaires. L'objectif d'Empik est de concurrencer Merlin, notamment en améliorant son système de référencement bibliographique. D'autre part, Empik propose depuis quelques mois de commander en ligne et d'aller chercher le livre en magasin pour ne pas payer les frais de port. Cette possibilité a séduit près de 80% des acheteurs du site. Empik voit son avenir dans l'Internet en développant, par exemple, la possibilité de télécharger un ou deux chapitres avant d'acheter le livre, etc.

#### Les ventes en porte à porte

Elles sont encore d'actualité en Pologne notamment pour les encyclopédies et les collections de beaux-livres.

#### Les ventes en kiosque

La société HDS Polska (filiale de Lagardère) est une société de distribution de presse en gros qui gère un réseau de 350 kiosques sous les marques Relay (110 points de vente), Inmedio (230) et Voyage Café (10).

## France – Pologne : partenariats, échanges et coopérations

### A – Présence du français, francophonie et exportations

#### 1) La situation du français en Pologne<sup>19</sup>

##### L'enseignement du français dans le primaire et le secondaire

- L'enseignement des langues dans le système éducatif polonais  
Selon les termes de la réforme de 1999, l'enseignement d'une langue étrangère est obligatoire dès le second cycle de l'école primaire (classes IV, V et VI), au *gimnazjum* (ou collège) et dans les lycées techniques ou professionnels. Deux langues sont obligatoires dans les lycées d'enseignement général. Le choix des langues enseignées revient au directeur et aux élus locaux. Les chefs d'établissement disposent par ailleurs d'un contingent d'heures ouvertes et peuvent proposer à tous les niveaux, l'étude d'une langue étrangère supplémentaire à titre facultatif. Une langue étrangère, voire deux, peuvent également être proposées sans caractère obligatoire par le directeur et avec le soutien des parents dès les classes maternelles ou en classes I, II et III du primaire. La notion de première ou de seconde langue vivante étrangère n'est donc pas pertinente pour les autorités éducatives polonaises. La distinction s'opère entre enseignement obligatoire et enseignement facultatif.

- La place du français dans l'enseignement des langues  
Avec 199 000 élèves en 2007-2008, soit 3,5% des apprenants, le français conserve le quatrième rang qu'il occupe depuis les années 1990 dans le système scolaire public polonais parmi les autres langues vivantes.  
Le français est globalement peu présent en primaire (0,8%) et au collège (3,2%). Au niveau du lycée, il est la quatrième langue enseignée dans les établissements professionnels (6%), mais très nettement la troisième dans les lycées d'enseignement général (12,8%), où il est favorisé par l'obligation d'enseigner deux langues vivantes : les lycéens constituent ainsi près de la moitié des apprenants de français.  
Quant à la répartition géographique, le français est traditionnellement bien implanté en Silésie et en Petite Pologne, ainsi qu'en Mazovie, principalement à Varsovie.

- Les établissements  
Les établissements scolaires français : l'école de Sadyba à Varsovie et le lycée français René Goscinny scolarisent plus de 700 élèves (dont 25% de Polonais), de la maternelle à la terminale selon les programmes français.  
Deux établissements polonais, l'un privé, l'autre associatif appliquent les programmes français : l'école Antoine de Saint-Exupéry à Varsovie, et l'école maternelle franco-polonaise à Gdansk.  
Les établissements scolaires polonais : il existe en Pologne un réseau d'établissements bilingues francophones. À la rentrée 2008, 29 filières bilingues

---

<sup>19</sup> Extrait de la synthèse réalisée par Paul Romanovitch, Attaché de coopération pour le français à l'Ambassade de France en Pologne sur *L'Enseignement du français en Pologne*. Mis à jour le 15/10/2008.

francophones (11 lycées d'enseignement général et 18 *gimnazja*) scolarisent 3 400 élèves, encadrés par 170 enseignants.

#### L'enseignement du français dans le supérieur

16 Instituts de Philologie Romane (départements de lettres et civilisation françaises des universités) accueillent environ 3 000 étudiants sur les cinq années du cursus. 9 000 étudiants suivent des cours de français de spécialité, notamment en médecine et en droit, dispensés dans une centaine de « studium » (département de langues étrangères auprès des universités).

Les Instituts français de Varsovie et Cracovie proposent une large gamme de cours de français permettant de passer les examens du DELF et du DALF ou de se spécialiser grâce à des cours spécifiques. Quant au réseau des Alliances françaises en Pologne, il regroupe 15 centres couvrant l'ensemble du pays et dispense des cours tous publics.

Nombreuses sont les universités polonaises qui ont développé des coopérations avec des établissements d'enseignement supérieur français.

Une vingtaine de formations supérieures francophones existent actuellement. Ce sont des formations dont une partie des cours est assurée en français et qui sont dispensées dans des établissements polonais, en partenariat avec un (ou plusieurs) établissement français. La part du français est très variable ; elle peut aller d'un simple module de cours jusqu'à l'intégralité de la formation.

Suite à un appel d'offre lancé en juillet 2005 par les gouvernements français et polonais auprès des établissements d'enseignement supérieur des deux pays, 13 masters en partenariat franco-polonais ont vu le jour. Ils ont pour objectif de permettre la délivrance de diplômes conjoints.

#### Les professeurs de français

21 sections de français dans les Collèges de formation des maîtres de langues étrangères délivrent un diplôme d'études supérieures professionnelles donnant accès à la profession d'enseignant. Actuellement, elles accueillent environ 1 300 étudiants sur les trois années du cursus.

La Pologne compte aujourd'hui environ 3 000 professeurs de français.

#### Francophonie

Il est important de garder à l'esprit que, contrairement à une perception fautive, la Pologne n'est pas un pays francophone.

Si on se réfère à l'ensemble des Polonais, 6% d'entre eux pratiquent le français. Globalement, la pratique du français est avant tout urbaine, elle attire notamment les jeunes et les femmes.

La Pologne est membre observateur de la Francophonie depuis 1997. Les journées de la Francophonie connaissent, quant à elles un succès certain avec 150 événements majeurs et 10 000 spectateurs (2008). Mais le concept de francophonie demeure peu connu en Pologne.

## 2) Exportations et librairies françaises en Pologne

En 2007, les exportations de livres français ont représenté 1,84 millions d'euros<sup>20</sup>. Les exportations vers la Pologne ont diminué de 2,9% en moyenne sur les trois dernières années. La balance commerciale entre la France et la Pologne est déficitaire pour la Pologne : en 2007, les importations de livres polonais en France ont représenté 652 000 euros.

Il existe trois librairies françaises en Pologne.

La librairie Marjanna, créée en 1991, est installée dans les locaux de l'Institut français de Varsovie. Son fonds est constitué d'environ 7 000 titres. Elle réalise 60% de son chiffre d'affaires avec les méthodes de FLE. Elle a également développé une librairie en ligne.

La librairie passe ses commandes soit directement auprès des éditeurs, soit via le Celf. Pour les méthodes de FLE elle commande désormais directement en Pologne auprès d'Hachette Polska ou auprès d'éditeurs scolaires comme Nowa Era par exemple. La librairie, Johanna Jackowska, regrette de ne recevoir la visite d'un représentant qu'une seule fois par an. Celui-ci est chargé d'une valise pleine de catalogues, quand elle souhaiterait avoir un véritable échange sur les nouveautés et les tendances de la production éditoriale française. Elle regrette également l'affaiblissement des contacts personnels avec les éditeurs français et le fait de ne plus recevoir d'exemplaires en service de presse.

Les acheteurs principaux sont l'Ambassade de France (et notamment la Médiathèque de l'Institut français) et les écoles françaises ou les collèges et lycées bilingues. Les expatriés achètent peu car ils préfèrent se fournir en livres français lors de leurs déplacements en France. C'est finalement un public de Polonais qui constitue la clientèle régulière de la librairie. Le public averti vient chercher des romans contemporains ou des classiques. Aux lecteurs qui commencent leur apprentissage de la langue française et souhaitent se familiariser avec sa littérature, la librairie propose en général le trio suivant : un titre de Pennac, un de Nicole de Buron et un roman policier.

La librairie propose les livres au prix français mais des variations ont lieu en fonction du cours du zloty. Les méthodes de FLE sont moins chères car elles ne sont pas importées. Les délais de livraison varient de 15 jours à un mois.

Johanna Jackowska essaie d'animer sa librairie pour en faire un véritable espace culturel et un lieu de vie. Elle organise *Lire en fête*, participe à la journée du livre le 23 avril, organise des jeux-concours, propose une carte de fidélité à ses meilleurs clients et apporte son soutien à l'Institut français lorsque des auteurs français sont invités afin d'organiser des signatures.

La librairie nourrit quelques inquiétudes quant à son avenir, notamment dans l'éventualité d'un déménagement de l'Institut français dont le bail se termine au 31 décembre 2008.

Deux autres librairies en Pologne proposent des livres français : la librairie Edukator à Cracovie et la librairie Nowela à Poznan. Tout comme la librairie Marjanna, elles bénéficient de l'aide à la librairie du CNL ce qui leur permet de proposer un choix diversifié à leurs lecteurs à un prix raisonnable. Leur chiffre

---

<sup>20</sup> *Repères statistiques, International 2008*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2008.

d'affaires repose essentiellement sur la vente de méthodes de FLE et elles ont également un système de vente en ligne.

Les autres librairies généralistes importent relativement peu de livres français. Il est vrai que la petite taille du marché n'incite pas les libraires à consacrer du temps à l'acquisition de livres français. Ils se tournent donc vers des intermédiaires comme les importateurs locaux dont les marges sont importantes. Les livres français présentés dans les librairies généralistes ou dans les librairies Empik sont donc très chers (comparés, notamment, aux autres livres importés, d'Allemagne ou du Royaume-Uni) et il s'agit souvent uniquement des classiques de la littérature française.

La Médiathèque de l'Institut français de Varsovie dispose d'un fonds documentaires de 33 000 exemplaires (y compris la presse archivée) dont 22 000 livres, 14 500 CD et DVD, 900 cassettes vidéo et 80 titres de presse. Elle compte 2 600 lecteurs actifs (qui empruntent au moins un document par an). Il s'agit à 90% de Polonais et 65% de ces lecteurs ont moins de 25 ans.

La section FLE est celle qui fonctionne le mieux. Les lecteurs polonais sont aussi très demandeurs de livres sur les thématiques qui posent question en Pologne comme les sujets sur les minorités sexuelles, le féminisme etc. À titre d'exemple, le *Dictionnaire de l'homophobie* publié aux PUF est constamment emprunté.

Il n'y a pas ou très peu d'achats de livres français dans les bibliothèques publiques polonaises. En revanche, les bibliothèques universitaires ont un fonds de livres français beaucoup plus riche grâce aux achats ou aux dons.

Quant à la Bibliothèque Nationale, elle a pour vocation de rassembler tous les livres sur la Pologne publiés à l'étranger. Les acquisitions de livres en français se concentrent donc sur tout ce qui concerne la Pologne : les auteurs polonais traduits en français ou les essais sur la Pologne. Par manque de budget, les autres achats de livres français sont rares.

## B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?

### 1) Les traductions dans la production polonaise

La production éditoriale polonaise a, de tout temps, été très dépendante de l'étranger et des traductions. En 2006, sur les 24 640 titres publiés en Pologne, 5 197 étaient issus d'une traduction, soit 21% de la production totale.

Les domaines éditoriaux les plus dépendants de l'étranger sont le livre de jeunesse (50% de titres traduits), la littérature générale (40%) et les livres pratiques (un tiers de traductions).

**Part des traductions dans la production totale (2006)<sup>21</sup>**

	Nombre de titres traduits	% de la production totale
Livres scientifiques	8 66	9%
Manuels universitaires	91	5%
Livres professionnels	131	11%
Manuels scolaires	8	1%
Livres pratiques	2 076	33%
Littérature générale pour adultes	1 478	40%
Littérature générale jeunesse	547	50%

Selon les statistiques de la Bibliothèque Nationale, le livre en langue française (France, Belgique et autres pays francophones) occupe le troisième rang au palmarès des traductions, derrière l'anglais et l'allemand.

**Principales langues de traduction (2006)<sup>22</sup>**

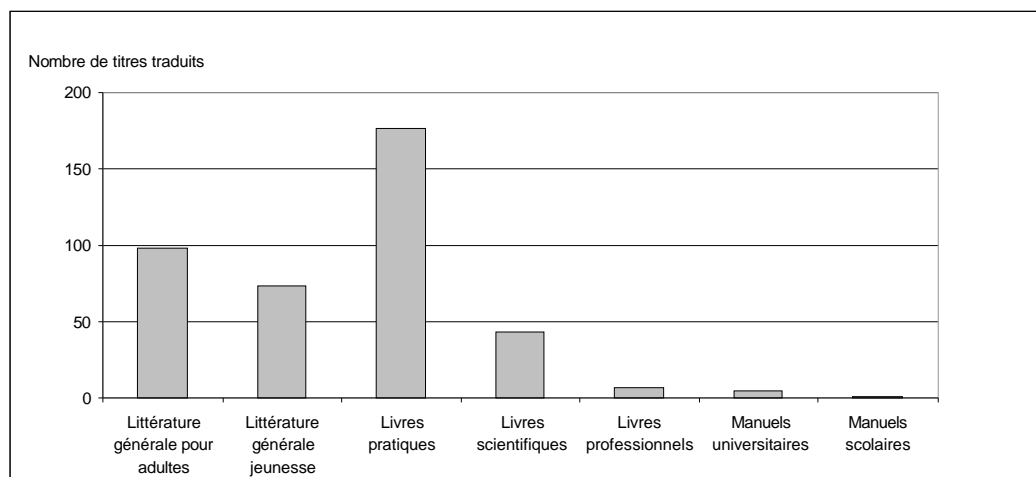
	Nombre de titres	% des titres traduits
Anglais	3 002	58%
Allemand	632	12%
Français	404	8%
Italien	296	6%
Espagnol	132	3%
Russe	124	2%
Suédois	64	1%
Latin	59	1%
Tchèque	33	1%
Grec ancien	27	1%
Autres langues	424	8%

<sup>21</sup> *Ruch wydawniczy w liczbach LII :2006*, Biblioteka Narodowa, Warszawa, 2007.

<sup>22</sup> Idem.

En ce qui concerne les thématiques, c'est le livre pratique, avec 176 titres, qui est en tête des traductions depuis la langue française. Viennent ensuite la littérature générale pour adultes (98 titres) et la littérature de jeunesse avec 74 titres.

**Traductions en langue française par domaine (2006)<sup>23</sup>**



### Les échanges avec la France

Côté français, les statistiques réalisées par la SNE et la Centrale de l'édition indiquent un chiffre de 242 titres cédés en 2007 par les éditeurs français à leurs homologues polonais. Bien sûr, ce chiffre diffère des 404 titres recensés par la BN polonaise pour deux raisons : les chiffres de la BN comptabilisent tous les titres traduits depuis la langue française (qu'il s'agisse d'éditeurs français, belges ou d'autres pays francophones) ; les chiffres du SNE et de la Centrale de l'édition sont basés sur le déclaratif des éditeurs (et donc parfois sous-évalués si certains éditeurs manquent à l'appel).

Ceci étant dit, en tendance, on note une nette progression du nombre de titres traduits en polonais ces dernières années.

**Nombre de titres français traduits en polonais<sup>24</sup>**

2003	2004	2005	2006	2007
181	207	189	213	242

En ce qui concerne les grandes tendances, la littérature arrive en tête des domaines les plus traduits en polonais, suivie par les sciences humaines et l'érudition au sens large. Viennent ensuite les livres pratiques et les documents d'actualité. La belle progression du nombre de bandes dessinées traduites en polonais tient, sans doute, à l'aide active du service culturel de l'Ambassade de France en Pologne dans son attribution d'aides à la publication (cf. infra).

<sup>23</sup> Idem.

<sup>24</sup> Séries statistiques, SNE / La Centrale de l'Édition.



### Nombre de titres cédés par matière<sup>25</sup>

	2006	2007
Littérature	76	78
Religion / Spiritualisme	24	41
Sciences humaines	54	32
Livres pratiques / Tourisme / Guides	12	27
Bandes dessinées	5	25
Actualités / Documents	17	23
Scolaires/ Universitaires	-	7
STM	14	4
Livres de jeunesse	7	3
Art / Photo	2	2
Encyclopédies / dictionnaires	2	-
Total	213	242

De manière générale, les éditeurs polonais travaillent en direct avec leurs homologues français. Certains d'entre eux travaillent régulièrement avec l'Agence de l'Est (Patricia Pasqualini) ou avec Sylvain Coissard.

Les tirages moyens pour un titre de fiction traduit en polonais sont de 1 500 à 2 000 exemplaires.

## 2) Le rôle du service culturel

Par l'intermédiaire du plan d'aide à la publication (PAP) Boy Zelenski, le service culturel de l'Ambassade de France en Pologne peut accorder une aide financière aux éditeurs qui traduisent des titres français. Depuis quelques années, la politique du service culturel est de privilégier la traduction de titres de littérature ou de sciences humaines contemporaines. Dans une volonté de diversification des titres traduits, ce sont également des ouvrages de BD et de jeunesse qui sont soutenus.

Le service culturel aide une trentaine de titres par an mais reçoit jusqu'à 70 demandes par an. Ce soutien est de l'ordre de 1 500 à 2 000 euros. Il couvre, en général, la moitié des frais de traduction. Il arrive aussi que cette aide consiste uniquement en une participation à la campagne de promotion du titre traduit – notamment par l'invitation des auteurs pour une tournée promotionnelle. Le budget du PAP était de 45 000 euros en 2008. À noter que cette enveloppe est en constante augmentation depuis cinq ans.

Le service culturel estime que de 10 à 15% du total des titres français traduits en polonais l'ont été grâce à l'aide du PAP Boy Zelenski.

Un marqueur positif de l'action du service culturel en faveur de la diffusion de la pensée française est que les bibliographies des professeurs des universités dans les disciplines des sciences humaines font apparaître de plus en plus d'ouvrages d'auteurs français. C'est une évolution récente qui peut être considérée comme un acquis du PAP.

<sup>25</sup> *Repères statistiques, International 2008*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2008.

L'action du service culturel se déploie également au travers de crédits délégués aux Instituts français pour l'invitation d'auteurs. La majorité des auteurs invités le sont à l'occasion de la parution de leur titre. Si leur venue en Pologne est l'occasion de conférences publiques dans les Instituts français de Varsovie et de Cracovie, dans les universités et au siège de *Gazeta Wyborcza* (premier quotidien national du pays), elle est surtout conçue, en partenariat avec l'éditeur polonais, comme une occasion de promouvoir le titre auprès des médias locaux.

Le service culturel finance chaque année une ou deux invitations d'éditeurs polonais au Salon du livre de Paris. Il travaille aussi régulièrement avec le Bief à l'organisation de rencontres professionnelles comme ce fut le cas à la foire de Varsovie en 2007 (éditeurs généralistes) et en 2008 (éditeurs de jeunesse et de BD)<sup>26</sup>.

Le service culturel relaie aussi auprès des professionnels polonais les aides à la traduction du Centre National du livre français (environ 40 titres aidés par an, dont 20 en commun avec les titres aidés par le PAP). Il est à noter, d'ailleurs, que les éditeurs polonais ont très bien compris les systèmes d'aide français et savent s'en servir à bon escient. Quant aux bourses de traducteur, la Pologne fait une demande à chaque commission.

L'Institut de Cracovie, quant à lui, organise chaque année le « Prix Goncourt – le choix polonais »<sup>27</sup>. Le jury de cette année, composé d'étudiants polonais en lettres françaises, a élu Atiq Rahimi, l'auteur de *Syngué sabour : pierre de patience* avant même la sélection officielle du jury parisien. Le titre est automatiquement inscrit au PAP si un éditeur professionnel souhaite le publier.

### 3) La traduction d'ouvrages polonais en français

Les échanges entre la France et la Pologne restent encore très déséquilibrés. En effet, si en 2007, 242 titres ont été cédés par les éditeurs français pour être traduits en polonais, seuls 7 titres polonais ont été acquis par des maisons françaises.

L'Institut du livre polonais joue un rôle actif dans l'aide à la traduction d'auteurs polonais en langues étrangères avec notamment deux programmes :

- **©Poland Translation Program** : ce programme de traduction a pour but de développer la traduction de la littérature polonaise en aidant financièrement les éditeurs étrangers à couvrir leurs frais de traduction. Depuis sa création jusqu'au milieu de l'année 2007, le programme a subventionné 604 projets pour un budget d'environ 1 million d'euros et des traductions dans 36 langues. La subvention moyenne est de 2 000 euros. Une préférence est donnée aux titres appartenant à la catégorie des humanités (fiction ou non-fiction). Le programme peut couvrir jusqu'à 100% des coûts de traduction ou des coûts d'achat de droits.

- **Sample Translations ©Poland** : ce programme est destiné aux traducteurs. Il permet de financer la traduction de 20 pages d'un ouvrage, le but étant d'encourager les traducteurs à présenter à des éditeurs étrangers des livres de littérature polonaise.

---

<sup>26</sup> Anne Riottot, « L'édition pour la jeunesse et la BD au centre de la présence française à la Foire internationale du livre de Varsovie », in *La Lettre* n°76, BIEF, juillet-août 2008

<sup>27</sup>Le « Prix Goncourt – le choix polonais » est la seule manifestation de ce type ayant lieu à l'étranger qui a reçu le label de l'Académie Goncourt.

## Conclusion

Trois grands pôles structurent l'édition polonaise aujourd'hui : le scolaire et ses 30% de parts de marché, les grands groupes internationaux à la production imposante, et la montée en puissance des livres couplés à la presse.

Si ces trois pivots ont permis de poser les bases d'une croissance soutenue de l'édition polonaise, d'autres axes de développement sont aujourd'hui à mettre à l'actif du marché du livre polonais.

Certaines grandes maisons d'édition polonaises comme Znak ou Muza profitent de leur renommée et de leur bonne santé financière pour racheter des maisons ou créer de nouvelles filiales. D'autres, de taille plus modeste, rationalisent leur production et d'adaptent de mieux en mieux aux contraintes marketing du marché. Les éditeurs universitaires affrontent de plein pied les nouveaux défis du numérique. Le secteur jeunesse est en plein essor, comme vient de le montrer le succès des rencontres professionnelles organisées par le Bief avec l'aide de l'Ambassade de France à la foire de Varsovie en 2008.

Tous ces éléments laissent donc présager d'un avenir prometteur de l'édition polonaise, en espérant, toutefois, que la crise actuelle ne vienne pas assombrir ce tableau, notamment dans le secteur de la distribution.

# Annuaire

## 1) Maisons d'édition

Ce carnet d'adresses est un extrait de l'annuaire des maisons d'édition publié par l'Institut polonais du livre. Une base de données complète est également disponible en ligne sur le site de l'Institut : [www.bookinstitute.pl](http://www.bookinstitute.pl)

### Fiction polonaise et étrangère

#### A5

Stawarza 16/3  
PL 30-540 Kraków  
phone/fax: +48 12 656 01 43  
[wydawnictwoa5@beep.pl](mailto:wydawnictwoa5@beep.pl)  
[www.wydawnictwoa5.pl](http://www.wydawnictwoa5.pl)

#### AGAWA

Ul. Niepodległości 15/8  
PL 02-635 Warszawa  
phone/fax: +48 22 847 36 54  
[agawaow@polbox.com](mailto:agawaow@polbox.com)  
[www.agawa-wydawnictwo.pl](http://www.agawa-wydawnictwo.pl)

#### ALBATROS-ANDRZEJ

KURYLOWICZ  
Ul. Wiktorii Wiedenskiej 7/24  
PL 02-954 Warszawa  
phone/fax: +48 22 842 98 67  
[walbatros@op.pl](mailto:walbatros@op.pl)

#### AMBER

Ul. Królewska 27  
PL 00-060 Warszawa  
phone: +48 22 620 40 13  
fax: +48 22 620 13 93  
[media@amber.sm.pl](mailto:media@amber.sm.pl)  
[www.amber.sm.pl](http://www.amber.sm.pl)

#### ANABASIS

Ul. Sereno Fenn'a 5  
PL 31-143 Kraków  
phone/fax: +48 12 632 89 45,  
+48 12 422 58 38  
[anabasis@anabasis.com.pl](mailto:anabasis@anabasis.com.pl)  
[www.anabasis.com.pl](http://www.anabasis.com.pl)

#### BELLONA

Ul. Grzybowska 77  
PL 00-844 Warszawa  
phone: +48 22 620 20 44  
fax: +48 22 652 26 95  
[biuro@bellona.pl](mailto:biuro@bellona.pl)  
[www.bellona.pl](http://www.bellona.pl)

#### Bis

Ul. Ledzka 44a  
PL 01-446 Warszawa  
phone: +48 22 877 27 05  
fax: +48 22 837 10 84  
[bisbis@wydawnictwobis.com.pl](mailto:bisbis@wydawnictwobis.com.pl)  
[www.wydawnictwobis.com.pl](http://www.wydawnictwobis.com.pl)

#### BIURO LITERACKIE

Ul. Teczowa 50a/9  
PL 53-602 Wrocław  
phone: +48 71 346 08 23,  
+48 71 783 90 01  
[wydawnictwo@biuroliterackie.pl](mailto:wydawnictwo@biuroliterackie.pl)  
[www.biuroliterackie.pl](http://www.biuroliterackie.pl)

#### CYKLADY

skr. poczt. 36  
PL 04-026 Warszawa 50  
phone/fax:  
+48 22 810 71 87  
[info@cyklady.com.pl](mailto:info@cyklady.com.pl)  
[www.cyklady.com.pl](http://www.cyklady.com.pl)

#### CZARNE

Wolowiec 11  
PL 38-307 Sekowa  
phone: +48 18 351 00 70  
fax: +48 18 353 58 93  
[redakcja@czarne.com.pl](mailto:redakcja@czarne.com.pl)  
[www.czarne.com.pl](http://www.czarne.com.pl)

#### CZYTELNIK

Ul. Wiejska 12a  
PL 00-490 Warszawa  
phone: +48 22 58 31 400,  
+48 22 628 14 41  
fax: +48 22 628 31 78  
[sekretariat@czytelnik.pl](mailto:sekretariat@czytelnik.pl)  
[www.czytelnik.pl](http://www.czytelnik.pl)

#### DOM WYDAWNICZY TCHU

Ul. Freta 3 m.3  
PL 00-227 Warszawa  
phone: +48 22 635 99 98  
[dom\\_wydawniczy@tchu.com.pl](mailto:dom_wydawniczy@tchu.com.pl)  
[www.tchu.com.pl](http://www.tchu.com.pl)

#### DRZEWO BABEL

Ul. Litewska 10/11  
PL 00-581 Warszawa  
phone: +48 22 629 40 62  
[listy@drzewobabel.pl](mailto:listy@drzewobabel.pl)  
[drzewobabel.pl](http://drzewobabel.pl)

#### FA-ART

Pl. Sejmu Śląskiego 2, p. 205  
PL 40-032 Katowice  
phone/fax: +48 32 203 64 31  
[FA-art@FA-art.pl](mailto:FA-art@FA-art.pl)  
[www.fa-art.pl](http://www.fa-art.pl)

#### FABRYKA SLOW

Rynek 2  
PL 20-111 Lublin  
phone/fax: +48 81 532 31 40  
[fabryka@fabryka.pl](mailto:fabryka@fabryka.pl),  
[biuro@fabryka.pl](mailto:biuro@fabryka.pl)  
[www.fabryka.pl](http://www.fabryka.pl)

#### FUNDACJA ZESZYTOW

LITERACKICH  
Ul. Foksal 16 p. 422  
PL 00-372 Warszawa  
phone/fax: +48 22 826 38 22  
[www.zeszytyliterackie.pl](http://www.zeszytyliterackie.pl)

#### ISKRY

Ul. Smolna 11  
PL 00-375 Warszawa  
phone/fax: +48 22 827 94 15  
[iskry@iskry.com.pl](mailto:iskry@iskry.com.pl)  
[www.iskry.com.pl](http://www.iskry.com.pl)

#### JACEK SANTORSKI & CO

Ul. Alzacka 15 a  
PL 03-972 Warszawa  
phone: +48 22 616 29 44  
fax: +48 22 616 12 72  
[wydawnictwo@jsantorski.pl](mailto:wydawnictwo@jsantorski.pl)  
[www.jsantorski.pl](http://www.jsantorski.pl)

#### KARAKTER

Ul. Gazowa 13/17  
PL 31-060 Kraków  
[redakcja@karakter.pl](mailto:redakcja@karakter.pl)  
[www.karakter.pl](http://www.karakter.pl)

#### KOJRO

Ul. Kazury 11/31  
PL 02-795 Warszawa  
phone/fax: +48 22 649 71 07  
[info@kojro.pl](mailto:info@kojro.pl)  
[www.kojro.pl](http://www.kojro.pl)

#### KORPORACJA HA!ART

Pl. Szczepanski 3a  
PL 31-011 Kraków  
phone/fax: +48 12 422 81 98  
[korporacja@ha.art.pl](mailto:korporacja@ha.art.pl)  
[www.ha.art.pl](http://www.ha.art.pl)

#### KSIĄZKA I WIEDZA

Ul. Smolna 13  
PL 00-375 Warszawa  
phone: +48 22 827 54 01  
fax: +48 22 827 94 16  
[publisher@kiw.com.pl](mailto:publisher@kiw.com.pl)  
[www.kiw.com.pl](http://www.kiw.com.pl)

#### KSIĄZNICA

Al. W. Korfańskiego 51/8  
PL 40-160 Katowice  
phone: +48 32 203 99 05  
fax: +48 32 203 99 06  
[ksiaznica@publicat.pl](mailto:ksiaznica@publicat.pl)  
[www.publicat.eu](http://www.publicat.eu)

#### KURPISZ

Ul. Poznańska 5  
PL 62-081 Przemierowo  
phone: +48 61 833 15 17,  
+48 61 814 27 02  
fax: +48 61 814 27 02  
[kurpisz@kurpisz.pl](mailto:kurpisz@kurpisz.pl)  
[www.kurpisz.pl](http://www.kurpisz.pl)

#### LAMPA I ISKRA BOZA

Ul. Hoza 42/8m (pietro 3)  
PL 00-516 Warszawa  
phone: +48 504 20 14 62  
[redakcja@lampa.art.pl](mailto:redakcja@lampa.art.pl)  
[www.lampa.art.pl](http://www.lampa.art.pl)

#### LSW

Ul. Ciolka 15 lokal 8  
PL 01-445 Warszawa  
phone: +48 22 620 54 24  
fax: +48 22 620 57 18  
[biuro@lsw.pl](mailto:biuro@lsw.pl)  
[www.lsw.pl](http://www.lsw.pl)

MARPRESS  
Ul. Targ Rybny 10b  
PL 80-838 Gdansk  
phone/fax: +48 58 301 47 00  
biuro@marpress.pl  
www.marpress.pl

MEDIA RODZINA  
Ul. Pasieka 24  
PL 61-657 Poznan  
phone: +48 61 827 08 60,  
+48 61 827 08 50  
fax +48 61 827 08 66  
mediarodzina@mediarodzina.com.pl  
www.mediarodzina.com.pl

MUCHANIESIADA.COM  
Ul. Morsztynowska 4  
PL 31-029 Kraków  
phone: +48 12 429 32 08  
info@muchaniesiada.com  
muchaniesiada.com

MUZA  
Ul. Marszałkowska 8  
PL 00-590 Warszawa  
phone: +48 22 621 17 75,  
+48 22 621 50 57  
fax: +48 22 629 23 49  
muza@muza.com.pl  
www.muza.com.pl

NEMROD  
Ul. Chmieleniec 29/22  
PL 30-348 Kraków  
phone/fax: +48 12 263 67 40  
biuro@nemrod.pl  
www.nemrod.pl

NIEBIESKA STUDNIA  
Ul. Ponikowskiego 12 A  
PL 00-707 Warszawa  
phone: +48 22 651 07 03  
wydawnictwo@niebieskastudnia.pl  
www.niebieskastudnia.pl

NOIR SUR BLANC  
Ul. Frascati 18  
PL 00-483 Warszawa  
phone: +48 22 625 19 55  
fax: +48 22 625 08 12  
redakcja@noir.pl  
www.noirsurblanc.pl

NORBERTINUM  
Ul. Długa 5  
PL 20-346 Lublin  
phone: +48 81 744 11 58  
fax: +48 81 744 11 48  
norbertinum@norbertinum.pl  
www.norbertinum.pl

OFICYNA  
21 skr. poczt. 21  
PL 02-944 Warszawa 20  
phone: +48 22 851 93 73  
fax: +48 22 826 91 27  
redakcja@oficyna21.pl  
www.oficyna21.pl

OFICYNA NAUKOWA  
Ul. Mokotowska 65/3  
PL 00-533 Warszawa  
phone: +48 22 622 02 41  
fax: +48 22 622 02 42  
oficyna.naukowa@data.pl  
www.oficyna-naukowa.com.pl

OSKAR  
Ul. Na Piaskach 10  
PL 80-846 Gdansk  
phone/fax: +48 58 305 80 28  
polnord\_oskar@tgw.com.pl  
polnord-oskar.tgw.com.pl

OSSOLINEUM  
Pl. Solny 14a  
PL 50-062 Wrocław  
phone: +48 71 343 69 61  
fax: +48 71 344 81 03  
ossobn@pwr.wroc.pl  
wydawnictwo@ossolineum.pl  
www.ossolineum.pl

PHILIP WILSON  
Ul. Gagarina 28A  
PL 00-754 Warszawa  
phone: +48 22 840 39 01,  
+48 22 840 39 10  
fax: ext. 116  
www.philipwilson.pl

PIW  
Ul. Foksal 17  
PL 00-372 Warszawa  
phone: +48 22 826 02 01  
fax: +48 22 826 15 36  
piw@piw.pl  
www.piw.pl

POGRANICZE  
Ul. T. Kosciuszki 71  
PL 16-400 Suwałki  
phone/fax: +48 87 565 03 69  
wydawnictwo@pogranicze.sejny.pl  
www.pogranicze.sejny.pl

PRZEDSIĘBIORSTWO  
WYDAWNICZE  
RZECZPOSPOLITA SA  
Al. Jerozolimskie 107  
PL 02-011 Warszawa  
phone: +48 22 429 24 00  
fax: +48 22 429 25 90  
sekretariat@pwersa.pl  
www.pwersa.pl

PROSZYNSKI I S-KA  
Ul. Garazowa 7  
PL 02-651 Warszawa  
phone: +48 22 607 77 00  
fax: +48 22 843 52 15  
info@proszynski.pl  
www.proszynski.pl

REBIS  
Ul. Zmigrodzka 41/49  
PL 60-171 Poznan  
phone: +48 61 867 47 08,  
+48 867 81 40  
fax: +48 61 867 37 74  
rebis@rebis.com.pl  
www.rebis.com.pl

SIC!  
Ul. Chelmska 27 lok. 23  
PL 00-724 Warszawa  
phone/fax: +48 22 840 07 53  
biuro@wydawnictwo-sic.com.pl  
www.

SLOWO/OBRAZ TERYTORIA  
Ul. Grunwaldzka 74/3  
PL 80-244 Gdansk  
phone: +48 58 345 47 07  
fax: +48 58 520 80 63  
slowo-obraz@terytoria.com.pl  
www.terytoria.com.pl

SUPERNOWA  
Ul. Nowowiejska 10/12  
PL 00-653 Warszawa  
phone/fax: +48 22 825 61 12  
redakcja@supernowa.pl  
www.supernowa.pl

STUDIO EMKA  
Ul. Królowej Aldony 6/2a  
PL 03-928 Warszawa  
phone/fax: +48 22 616 00 67,  
+48 22 628 08 38  
wydawnictwo@studioemka.com.pl  
www.studioemka.com.pl

SWIAT KSIĄZKI  
Ul. Rosola 10  
PL 02-786 Warszawa  
phone: +48 22 645 82 00  
poczta@swiatksiazki.pl  
www.swiatksiazki.pl

SWIAT LITERACKI  
Ul. Dobra 31  
PL 00-344 Warszawa  
phone: +48 22 826 32 94,  
+48 22 828 95 60  
fax: +48 22 828 95 58  
www.swiatliteracki.com.pl

TWOJ STYL WYDAWNICTWO  
KSIĄZKOWE  
Ul. Dzika 19/23 m. 23  
PL 00-172 Warszawa  
phone: +48 22 576 82 72  
fax: +48 22 576 82 62  
wkts@wkts.com.pl  
www.wkts.com.pl

VIDEOGRAF II  
Al. Harcerska 3C  
PL 41-500 Chorzów  
phone: +48 32 348 31 33,  
+48 32 348 31 35  
fax: +48 32 348 31 25  
office@videograf.pl  
www.videograf.pl

W DRODZE  
Ul. Kosciuszki 99  
PL 60-920 Poznan  
phone: +48 61 850 47 13  
fax: +48 61 850 17 82  
sekretariat@wdrodze.pl  
www.wdrodze.pl

W.A.B.  
Ul. Lowicka 31  
PL 02-502 Warszawa  
phone/fax: +48 22 646 05 10,  
+48 22 646 05 11  
wab@wab.com.pl  
www.wab.com.pl

WL  
Ul. Długa 1  
PL 31-147 Kraków  
phone: +48 12 619 27 40  
fax: +48 12 422 54 23  
redakcja@wl.net.pl  
www.wydawnictwoliterackie.pl

WYDAWNICTWO  
ADAM MARSZALEK  
Ul. Lubicka 44  
PL 87-100 Torun  
phone: +48 56 660 81 60,  
+48 56 664 22 35  
phone/fax: +48 56 648 50 70  
info@marszalek.com.pl  
www.marszalek.com.pl

WYDAWNICTWO DOLNOSLASKIE  
Ul. Podwale 62  
PL 50-010 Wrocław  
phone: +48 71 785 90 40  
sekretariat@wydawnictwo  
dolnoslaskie.pl  
www.wd.wroc.pl

WYDAWNICTWO DWIE SIOSTRY  
Ul. Słomskiego 15/40  
PL 00-195 Warszawa  
phone/fax: +48 22 618 25 30  
biuro@wydawnictwodwiesiostry.pl  
www.wydawnictwodwiesiostry.pl

WYDAWNICTWO EMG  
Ul. Miodowa 6/1 PL  
31-055 Kraków  
phone/fax: +4812 422 84 27  
biuro@wydawnictwoemg.pl  
www.wydawnictwoemg.pl

WYDAWNICTWO FORMA  
Ul. Nowowiejska 63  
PL 71-219 Szczecin-Bezrzecze  
phone/fax: +48 91 488 62 40  
forma.sc@pro.onet.pl  
www.ppiw-forma.pl

WYDAWNICTWO JEDEN SWIAT  
Ul. Dobra 28  
PL 00-344 Warszawa  
phone: +48 22 827 76 02  
fax: +48 22 635 38 04  
info@jedenswiat.pl  
www.jedenswiat.pl

WYDAWNICTWO MAG  
Ul. Krypska 21 m 63  
PL 04-082 Warszawa  
phone/fax: +48 22813 47 43  
mag@mag.com.pl  
www.mag.com.pl

WYDAWNICTWO NOWY SWIAT  
Ul. Kopernika 30  
PL 00-336 Warszawa  
phone: +48 22 826 25 43  
fax: +48 22 826 25 47  
wydawnictwo@nowy-swiat.pl  
www.nowy-swiat.pl

WYDAWNICTWO PIERWSZE  
Ul. Słoneczna 20 Lasek  
PL 96-321 Zabia Wola  
wydawnictwo@pierwsze.pl  
www.pierwsze.pl

WYDAWNICTWO POLSKO-  
-NIEMIECKIE  
Ul. Marysińska 4c  
PL 04-617 Warszawa  
phone: +48 (0)692 46 49 04  
wydawnictwo@wpn.com.pl  
www.wpn.com.pl

WYDAWNICTWO REPLIKA  
Ul. Wierzbowa 8  
PL 62-070 Zakrzewo  
phone/fax: +48 61 868 25 37  
redakcja@replika.eu  
www.replika.eu

WYDAWNICTWO SONIA DRAGA  
Pl. Grunwaldzki 8-10  
PL 40-950 Katowice  
phone: +48 32 782 64 77,  
+48 32 782 60 37  
fax: +48 32 253 77 28  
info@soniadruga.pl  
www.soniadruga.pl

WYDAWNICTWO TELBIT  
Ul. Zegaska 36  
PL 04-736 Warszawa  
phone: +48 22 331 84 90,  
+48 22 331 44 84  
redakcja@telbit.pl  
www.telbit.pl

ZIELONA SOWA  
Ul. Cegielniana 4A  
PL 30-404 Kraków  
phone/fax: +48 12 266 62 92,  
+48 12 266 62 94  
wydawnictwo@zielonasowa.pl  
www.zielonasowa.pl

ZNAK (SPOLECZNY INSTYTUT  
WYDAWNICZY ZNAK)  
Ul. Kosciuszki 37  
PL 30-150 Kraków  
phone: +48 12 61 99 500,  
+48 12 61 99 501  
fax: +48 12 61 99 502  
redakcja@znak.com.pl  
www.znak.com.pl

ZYSK I S-KA  
Ul. Wielka 10  
PL 61-774 Poznan  
phone: +48 61 853 27 67,  
+48 61 853 27 51  
fax: +48 61 852 63 26  
biuro@zysk.com.pl  
www.zysk.com.pl

## Jeunesse

AGENCJA WYDAWNICZA  
JERZY MOSTOWSKI  
Ul. Wspólna 17a  
PL 05-090 Janki k/Warszawy  
phone: +48 22 720 34 90,  
+48 22 720 35 99  
fax: +48 22 720 35 98  
awm@morex.com.pl  
www.morex.com.pl

AKAPIT PRESS  
Ul. Łukowa 18 B  
PL 93-410 Łódź  
phone/fax: +48 42 680 93 70  
info@akapit-press.com.pl  
www.akapit-press.com.pl

AKSJOMAT  
Ul. Czapieskiego 3  
PL 30-048 Kraków  
phone/fax: +48 12 633 70 22,  
+48 12 292 75 54  
redakcja@aksjomat.com,  
marketing@aksjomat.com  
www.aksjomat.com

ALMA-PRESS  
Ul. LEDZKA 44 A  
PL 01-446 Warszawa  
phone: +48 22 877 27 04  
fax: +48 22 837 10 84  
alma@almapress.com.pl  
www.almapress.com.pl

APOSTOLICUM  
Ul. Wilcza 8  
PL 05-091 Zabki  
phone: +48 22 771 52 50  
fax: +48 22 771 52 07  
info@apostolicum.pl  
www.apostolicum.pl

ARKADY  
Ul. Dobra 28  
PL 00-344 Warszawa  
phone: +48 22 635 83 44  
fax: +48 22 827 41 94  
info@arkady.com.pl  
www.arkady.com.pl

EDYCJA SW. PAWLA  
Ul. Sw. Pawła 13/15  
PL 42-221 Częstochowa  
phone: +48 34 362 06 89  
fax: +48 34 362 09 89  
edycja@edycja.pl  
www.edycja.pl

EGMONT  
Ul. Dzielna 60  
PL 01-029 Warszawa  
phone: +48 22 838 41 00  
fax: +48 22 838 42 00  
poczta@egmont.pl  
www.egmont.pl

EUROPA  
Ul. Kosciuszki 35  
PL 50-011 Wrocław  
phone: +48 71 346 30 10  
fax: +48 71 346 30 15  
europa@wydawnictwo-europa.pl  
www.wydawnictwo-europa.pl

EZOP  
Al. Zjednoczenia 1 m. 226  
PL 01- 829 Warszawa  
phone/fax: +48 22 834 17 56  
2ezop@wp.pl  
www.ezop.com.pl

G&P  
Ul. Strzeszyńska 269a  
PL 60-479 Poznan  
phone/fax: +48 61 84 25 754,  
+48 61 84 25 755  
info@gmp.poznan.pl  
www.gmp.poznan.pl

GALAKTYKA  
Ul. Łakowa 3/5  
PL 90-562 Łódź  
phone: +48 42 639 50 17,  
+48 42 639 50 18  
fax: +48 42 639 50 17  
info@galaktyka.com.pl  
www.galaktyka.com.pl

GRANNA  
Ul. Zabraniecka 82  
PL 03-787 Warszawa  
phone: +48 22 677 21 29  
fax: +48 22 677 21 25  
info@granna.pl  
www.granna.pl

HOKUS-POKUS  
Ul. Grójecka 35/54  
PL 02-030 Warszawa  
phone/fax: +48 22 895 03 28  
redakcja@hokus-pokus.pl  
www.hokus-pokus.pl

KSIĘGARNIA SW. JACKA  
Ul. Warszawska 58  
PL 40-008 Katowice  
phone: +48 32 355 48 00  
fax: +48 32 259 78 25  
biuro@ksj.pl  
www.ksj.pl

## LITERATURA

Ul. Wólczańska 19  
PL 90-731 Łódź  
phone: +48 42 630 25 17  
fax: +48 42 630 23 81  
info@wyd-literatura.com.pl  
www.wyd-literatura.com.pl

## MUCHOMOR

Pl. Inwalidów 10/29  
PL 01-552 Warszawa  
phone/fax: +48 22 839 49 68  
muchomor@muchomor.pl  
www.muchomor.pl

## MULTICO

Ul. Kolejowa 15/17  
PL 01-217 Warszawa  
phone: +48 22 631 68 09  
fax: +48 22 631 72 30  
sekretariat@multicobooks.pl  
www.multicobooks.pl

## NASZA KSIĘGARNIA

Ul. Sarabandy 24c  
PL 02-868 Warszawa  
phone: +48 22 643 93 89  
fax: +48 22 643 70 28  
naszaskiegarnia@nk.com.pl  
www.nk.com.pl

## PALLOTTINUM

Ul. Przybyszewskiego 30  
PL 60-959 Poznań 2  
phone: +48 61 867 52 33  
fax: +48 61 867 52 38  
pallottinum@pallottinum.pl  
www.pallottinum.pl

## POWERGRAPH

Ul. Ceglowska 16/2  
PL 01-803 Warszawa  
phone/fax: +48 22 834 18 25,  
+48 22 834 18 26  
powergraph@powergraph.pl  
www.powergraph.pl

## PUBLICAT S.A.

Ul. Chlebowa 24  
PL 61-003 Poznań  
phone: +48 61 652 92 52  
fax: +48 61 652 92 00  
office@publicat.pl  
www.publicat.eu

## REA

Ul. Znanieckiego 2  
PL 03-980 Warszawa  
phone/fax: +48 22 673 28 16,  
+48 22 673 28 20  
rea@rea-sj.pl  
www.rea-sj.pl

## SIEDMIOROG

Ul. Krakowska 90  
PL 50-427 Wrocław  
phone: +48 71 377 24 01  
fax: +48 71 377 24 21  
biuro@siedmiorog.pl  
www.siedmiorog.pl

## SKRZAT

Ul. Na Szaniec 14  
PL 31-560 Kraków  
phone/fax: +48 12 414 28 51  
wydawnictwo@skrzat.com.pl  
www.skrzat.com.pl

## VOCATIO

Ul. Polnej Róży 1  
PL 02-798 Warszawa 78  
phone: +48 22 648 54 50  
fax: +48 22 648 63 82  
vocatio@vocatio.com.pl  
www.vocatio.com.pl

## WILGA

Ul. Smulikowskiego 1/3  
PL 00-389 Warszawa  
phone: +48 22 828 98 08,  
+48 22 828 98 09  
fax: +48 22 826 06 43  
wilga@wilga.com.pl  
www.wilga.com.pl

## WYDAWNICTWO BERNARDINUM

Ul. Bpa Dominika 11  
PL 83-130 Pelplin  
phone: +48 58 536 17 57  
sekretariat@bernardinum.com.pl  
www.bernardinum.com.pl

## WYDAWNICTWO DEBIT

Ul. Gorkiego 20  
PL 43-300 Bielsko-Biała  
phone: +48 33 810 08 20  
wyddebit@bb.onet.pl  
www.wydawnictwo-debit.pl

## WYDAWNICTWO FORMAT

Ul. Jedności Narodowej 34  
PL 58-210 Lagiewniki  
phone: +48 74 893 91 39  
list@wformat.com  
www.wformat.com

## WYDAWNICTWO PIOTRA

MARCI SZUKA STENTOR  
Ul. Przy Bazantarni 11  
PL 02-793 Warszawa  
phone: +48 22 544 59 00,  
+48 22 544 59 01  
fax: +48 22 544 59 03  
stentor@stentor.com.pl  
www.stentor.com.pl

## WYDAWNICTWO WAM

Ul. Kopernika 26  
PL 31-501 Kraków  
phone: +48 12 629 32 00  
fax: +48 12 429 50 03  
wam@wydawnictwowam.pl  
www.wydawnictwowam.pl

## WYTWORNIA

Ul. Polnej Róży 1/617  
PL 02-798 Warszawa  
phone: +48 509 914 357  
magdalenaklos@wytworonia.com  
www.wytworonia.com

## ZAKAMARKI

Ul. Półwiejska 29/6  
PL 61-886 Poznań  
phone: +48 61 853 41 41  
redakcja@zakamarki.pl  
www.zakamarki.pl

## et aussi...

Amber, Bellona, Bis, Jacek  
Santorski & Co, LSW, Media  
Rodzina, Muza, Oskar,  
Ossolineum, Prószyński i S-ka,  
Studio EMKA, Świat Książki,  
Videograf II, WAB,  
Wydawnictwo Dwie Siostry,  
Wydawnictwo Nowy Świat,  
Wydawnictwo Pierwsze,  
Wydawnictwo Telebit, Zielona  
Sowa, Znak

Sciences humaines,  
actualité, documents

## AGENCJA WYDAWNICZA

JERZY MOSTOWSKI  
Ul. Wspólna 17a  
PL 05-090 Janki k/Warszawy  
phone: +48 22 720 34 90,  
+48 22 720 35 99  
fax: +48 22 720 35 98  
awm@morex.com.pl  
www.morex.com.pl

## ARCANA

Ul. Dunajewskiego 6, II p.  
PL 31-133 Kraków  
phone/fax: +48 12 422 84 48,  
+48 12 429 56 29  
wydawnictwo@arcana.pl  
www.arcana.pl

## BRANTA

Ul. Królowej Jadwigi 18  
PL 85-959 Bydgoszcz  
phone: +48 52 322 75 34  
fax: +48 52 322 89 19  
oficyna@branta.com.pl  
www.ksiegarnia.branta.com.pl

## ELIPSA

Ul. Chlebowa 24  
PL 61-003 Poznań  
phone: +48 61 652 92 52  
fax: +48 61 652 92 00  
elipsa@publicat.pl  
www.publicat.eu

## ENETEIA

Ul. Zwierzyniecka 8A/43  
PL 00-719 Warszawa  
phone: +48 22 840 53 30,  
+48 22 840 84 60  
fax: +48 22 840 84 61  
eneteia@eneteia.pl  
www.eneteia.pl

## EUROPA

Ul. Kosciuszki 35  
PL 50-011 Wrocław  
phone: +48 71 346 30 10  
fax: +48 71 346 30 15  
europa@wydawnictwoeuropa.pl  
www.wydawnictwoeuropa.pl

## FUNDACJA ZESZYTOW

LITERACKICH  
Ul. Foksal 16 p. 422  
PL 00-372 Warszawa  
phone/fax: +48 22 826 38 22  
www.zeszytyliterackie.pl

## GWP

Ul. Bema 4/1a  
PL 81-753 Sopot  
phone: +48 58 551 61 04,  
+48 58 551 11 01  
fax: +48 58 551 61 04  
gwp@gwp.pl  
www.gwp.pl

## HACHETTE LIVRE

Ul. Dzielna 60  
PL 01-029 Warszawa  
phone: +48 22 536 49 00  
fax: +48 22 536 49 99  
wiz@wiz.com.pl  
www.wiz.com.pl

HOMINI  
Ul. Sebastiana 33/6  
PL 31-051 Kraków  
phone/fax: +48 12 430 74 27  
homini@homini.com.pl  
www.homini.com.pl

IMPULS OFICYNA  
WYDAWNICZA  
Ul. Fatimska 53 B  
PL 31-831 Kraków  
phone/fax: +48 12 422 41 80  
impuls@impulsoficyna.com.pl  
www.impulsoficyna.com.pl

INSTYTUT ARCHEOLOGII  
I ETNOLOGII PAN (IAIE PAN)  
Al. Solidarnosci 105  
PL 00-140 Warszawa  
phone: +48 22 620 28 81  
fax: +48 22 624 01 00  
director@iaepan.edu.pl  
www.iaepan.edu.pl

INSTYTUT WYDAWNICZY  
SWIADECTWO  
Ul. Dworcowa 62/2  
PL 85-010 Bydgoszcz  
phone/fax: +48 52 321 33 71  
iwswiadectwo@  
iwswiadectwo.pl  
www.iwswiadectwo.pl

INSTITUTE OF NATIONAL  
REMEMBRANCE  
Pl. Krasinskih 2/4/6  
00-207 Warszawa  
Phone: +48 22 581 85 22  
fax: +48 22 581 85 24  
sekretariat.ipn@ipn.gov.pl  
www.ipn.gov.pl

KSIEGARNIA SW. WOJCIECHA  
Pl. Wolnosci 1  
PL 60-967 Poznan  
phone: +48 61 852 91 86 ext.  
101  
fax: +48 61 852 37 46  
wydawnictwo@diksw.com.pl  
www.ksw.com.pl

KURPISZ  
Ul. Poznanska 5  
PL 62-081 Przemierowo  
phone: +48 61 833 15 17  
fax: +48 61 814 27 02  
kurpisz@kurpisz.pl  
www.kurpisz.pl

MCK  
Rynek Główny 25  
PL 31-008 Kraków  
phone: +48 12 424 28 00,  
+48 12 424 28 11  
fax: +48 12 421 85 71  
sekret@mck.krakow.pl  
www.mck.krakow.pl

MEDIUM  
Czarnów 172/2  
(Ul. Diamentowa 11)  
PL 05-510 Konstancin-  
Jeziorna  
phone: +48 22 754 62 16  
fax: +48 22 754 71 69  
sekretariat@medium.com.pl  
www.medium.com.pl

OFICYNA WYDAWNICZA ATUT  
Ul. Kosciuszki 51 A  
PL 50-011 Wrocław  
phone: +48 71 342 20 56  
fax: +48 71 341 32 04  
oficyna@atut.ig.pl  
www.atut.ig.pl

POLSKI INSTYTUT SPRAW  
MIĘDZYNARODOWYCH  
Ul. Warecka 1a  
PL 00-950 Warszawa  
phone: +48 22 556 80 00  
fax: +48 22 556 80 99  
pism@pism.pl  
www.pism.pl

PWN  
Ul. Miodowa 10  
PL 00-251 Warszawa  
phone: +48 22 695 43 21  
fax: +48 22 695 42 88  
pwn@pwn.com.pl  
www.pwn.pl

SLASK  
Ul. Juliusza Ligonja 7  
PL 40-036 Katowice  
phone: +48 32 258 07 56,  
+48 32 258 19 13  
fax: +48 32 258 32 29  
biuro@slaskwn.com.pl  
www.slaskwn.com.pl

SLOWO/OBRAZ TERYTORIA  
Ul. Grunwaldzka 74/3  
PL 80-244 Gdansk  
phone: +48 58 345 47 07  
fax: +48 58 520 80 63  
slowo-obraz@terytoria.  
com.pl  
www.terytoria.com.pl

TWOJ STYL WYDAWNICTWO  
KSIĄZKOWE  
Ul. Dzika 19/23 m.23  
PL 00-172 Warszawa  
phone: +48 22 576 82 72  
fax: +48 22 576 82 62  
wkts@wkts.com.pl  
www.wkts.com.pl

UNIVERSITAS  
ul. Sławkowska 17  
PL 31-016 Kraków  
phone: +48 12 423 26 05  
fax: +48 12 422 02 08  
box@universitas.com.pl  
www.universitas.com.pl

WIEDZA POWSZECHNA  
Ul. Sniadeckich 17  
PL 00-654 Warszawa  
phone: +48 22 827 07 99  
fax: +48 22 827 07 99 ext.  
131  
info@wiedza.pl  
www.wiedza.pl

WIEZ  
ul. Trebacka 3  
PL 00-074 Warszawa  
phone/fax: +48 22 827 29 17  
wiesz@wiesz.com.pl  
www.wiesz.com.pl

WUW  
Ul. Nowy Swiat 4  
PL 00-497 Warszawa  
phone: +48 22 553 13 18  
wuw@uw.edu.pl  
www.wuw.pl

WYDAWNICTWO A  
Ul. Kosciuszki 58/4  
PL 30-114 Kraków  
phone/fax: +48 12 427 27 48  
A@awyd.com.pl  
www.awyd.com.pl

WYDAWNICTWO DIG  
Al. Wojska Polskiego 4  
PL 01-524 Warszawa  
phone/fax: +48 22 839 08 38  
biuro@dig.com.pl  
www.dig.com.pl

WYDAWNICTWO DOLNOSLASKIE  
Ul. Podwale 62  
PL 50-010 Wrocław  
phone: +48 71 785 90 40  
sekretariat@wydawnictwo  
dolnoslaskie.pl  
www.wd.wroc.pl

WYDAWNICTWO KLUSZCZYNSKI  
Al. Focha 32  
PL 31-119 Kraków  
phone: +48 12 357 34 66  
biuro@kluszczyński.com.pl  
www.kluszczyński.com.pl

WYDAWNICTWO KUL  
Ul. Zbozowa 61  
PL 20-827 Lublin  
phone: +48 81 740 93 45,  
+48 740 93 46  
fax: +48 81 740 93 51  
wydawnictwo@kul.lublin.pl  
www.kul.lublin.pl

WYDAWNICTWO MUZEUM  
SLASKIEGO  
Al. Korfantego 3  
PL 40-005 Katowice  
phone: +48 32 258 56 61  
fax: +48 32 259 98 04  
wydawnictwo@muzeum  
slaskie.pl  
www.muzeumslaskie.pl/  
wydawnictwa.htm

WYDAWNICTWO POZNANSKIE  
Ul. Fredry 8  
PL 61-701 Poznan  
phone: +48 61 852 66 05  
fax: +48 61 853 80 75  
wydawnictwo@wydawnictwop  
oznanskie.pl  
www.wydawnictwopoznanskie.  
pl

WYDAWNICTWO HARMONIA  
Ul. Szczodra 6  
PL 80-283 Gdansk  
phone: +48 58 348 09 50,  
+48 58 348 09 51  
fax: +48 58 348 09 00  
harmonia@harmonia.edu.pl  
www.harmonia.edu.pl

WYDAWNICTWO KSIĘZY  
MARIANOW (MIC)  
Ul. Sw. Bonifacego 9/1  
PL 02-914 Warszawa  
phone: +48 22 642 50 82,  
+48 22 651 99 70  
fax: +48 22 651 90 55  
wkm@marianie.pol.pl  
www.wydawnictwo.pl



WYDAWNICTWO NAUKOWE  
SCHOLAR  
Ul. Krakowskie Przedmiescie  
62  
PL 00-322 Warszawa  
phone/fax: +48 22 828 93 91,  
+48 22 828 95 63  
info@scholar.com.pl,  
scholar@neostrada.pl  
www.scholar.com.pl

WYDAWNICTWO NAUKOWE UAM  
Ul. Feliksa Nowowiejskiego 55  
PL 61-734 Poznan  
phone: +48 61 829 39 85  
fax: +48 61 829 39 80  
press@amu.edu.pl,  
wyd nauk@amu.edu.pl  
www.press.amu.edu.pl

WYDAWNICTWO UMCS  
Pl. Marii Curie-Skłodowskiej 5  
PL 20-031 Lublin  
phone: +48 81 537 53 04  
fax: +48 81 537 53 02  
press@ramzes.umcs.lublin.pl  
press.umcs.lublin.pl

WYDAWNICTWO UMK  
Ul. Gagarina 39  
PL 87-100 Torun  
phone: +48 56 611 42 95,  
+48 56 611 12 53  
fax: +48 56 611 47 05  
dwyd@uni.torun.pl  
www.wydawnictwo.uni.torun.pl

WYDAWNICTWO UNI WERSYTETU  
GDANSKI EGO  
Ul. Armii Krajowej 119/121  
PL 81-824 Sopot  
phone/fax: +48 58 523 11 37  
wyd@bg.univ.gda.pl  
wyd.bg.univ.gda.pl

WYDAWNICTWO UNI WERSYTETU  
JAGIELLONSKIEGO  
Ul. Michalowskiego 9/2  
PL 31-126 Kraków  
phone: +48 12 631 18 80  
fax: +48 12 631 18 83  
wuj@uj.edu.pl  
www.wuj.pl

WYDAWNICTWO UNI WERSYTETU  
SLASKI EGO (WUS)  
Ul. Bankowa 12b  
PL 40-007 Katowice  
phone: +48 32 359 20 56  
fax: +48 32 359 20 57  
wydawus@us.edu.pl  
www.wydawnictwo.us.edu.pl

WYDAWNICTWO UNI WERSYTETU  
(WUWR)  
Ul. Uniwersytecki 15  
PL 50-137 Wrocław  
phone: +48 71 375 28 09  
fax: +48 71 375 27 35  
biuro@wuwr.com.pl  
www.wuwr.com.pl

et aussi...  
Agawa, Akapit Press, Alma-  
Press, Amber, Apostolicum  
Arkady, Bellona, Cyklady,  
Czytelnik, Dom Wydawniczy  
tChU, Instytut Wydawniczy  
PAX, Iskry, Książka i Wiedza,  
Książnica, Księgarnia sw.  
Jacka, Marpress, Media  
Rodzina, Muza, Noir sur Blanc,

Norbertinum, Oficyna  
Naukowa, Oskar, Ossolineum  
Philip Wilson, PIW,  
Pogranicze, Prószyński i S-ka,  
Semper, Sic!, Studio EMKA,  
Świat Książki, Videograf II,  
Vocatio, W drodze, WL,  
Wydawnictwo Adam  
Marszałek, WUW,  
Wydawnictwo Bernardinum,  
Wydawnictwo Nowy  
Świat, Wydawnictwo Polsko-  
Niemieckie, Wydawnictwo  
Sonia Draga, Wydawnictwo  
Jeden Świat, Znak, Zysk i S-ka

## STM, Droit

ABC  
Ul. Płocka 5a  
PL 01-231 Warszawa  
phone: +48 22 535 80 00  
fax: +48 22 535 80 01  
info@abc.com.pl  
www.abc.com.pl

BRANTA  
Ul. Królowej Jadwigi 18  
PL 85-959 Bydgoszcz  
phone: +48 52 322 75 34  
fax: +48 52 322 89 19  
oficyna@branta.com.pl  
www.ksiegarnia.branta.com.pl

CZARNY KRUK  
Ul. Polanka 42a  
PL 85-085 Bydgoszcz  
phone/fax: +48 52 342 21 99,  
+48 52 345 30 05  
czarnykruk@czarnykruk.com.pl  
www.czarnykruk.com.pl

DIFIN  
Ul. Kostrzewskiego 1  
PL 00-768 Warszawa  
phone: +48 22 851 45 61,  
+48 22 851 45 62  
fax: +48 22 841 98 91  
handlowy@difin.pl  
www.difin.pl

DOM ORGANIZATORA  
Ul. Czerwona Droga 8  
PL 87-100 Torun  
phone: +48 56 622 28 98,  
+48 56 622 33 42  
fax: +48 56 622 31 23  
tnoik@tnoik.torun.pl  
www.tnoik.torun.pl

GALL  
Ul. Jordana 21/8  
PL 40-043 Katowice  
phone/fax: +48 32 253 02 47  
gall@gall.pl  
www.gall.pl

HELION  
Ul. Kosciuszki 1c  
PL 44-100 Gliwice  
phone/fax: +48 32 230 98 63  
helion@helion.pl  
www.helion.com.pl

INFOR  
Ul. Okopowa 58/72  
PL 01-042 Warszawa  
phone: +48 22 530 40 00  
bok@infor.pl  
www.infor.pl

LEX  
Ul. Rzemieslnicza 7  
PL 81-855 Sopot  
phone: +48 58 767 60 00  
fax: +48 58 767 60 02  
poczta@lex.pl  
www.lex.com.pl

LEXISNEXIS  
Ochota Office Park 1  
Al. Jerozolimskie 181  
PL 02-222 Warszawa  
phone: +48 22 572 99 99  
marketing@LexisNexis.pl  
global.lexisnexis.com/pl

MIKOM  
Ul. Miodowa 10  
PL 00-251 Warszawa  
phone: +48 22 695 40 67  
redakcja@mikom.pl  
www.mikom.pl

OFICyna WYDAWNICZA SGH  
Al. Niepodległości 164  
PL 02-554 Warszawa  
phone: +48 22 564 95 46,  
+48 22 564 60 00  
fax: +48 22 564 86 86  
informacja@sgh.waw.pl  
www.wydawnictwo.waw.pl

OSRÓDEK DORADZTWA  
i Doskonalenia Kadr  
Ul. Obrońców Westerplatte  
32A  
PL 80-317 Gdansk  
phone/fax: +48 58 554 29 17  
oddk@oddk.pl  
www.oddk.com.pl

POLSKI INSTYTUT SPRAW  
Międzynarodowych  
Ul. Warecka 1a  
PL 00-950 Warszawa  
phone: +48 22 556 80 00  
fax: +48 22 556 80 99  
pism@pism.pl  
www.pism.pl

PWE (POLSKIE WYDAWNICTWO  
EKONOMICZNE)  
Ul. Canaletta 4  
PL 00-099 Warszawa  
phone: +48 22 827 80 01(-  
07)  
fax: +48 22 827 55 67  
marketing@pwe.com.pl  
www.pwe.com.pl

TOPKART  
P.O. BOX 14  
02-105 Warszawa 21  
phone./fax: +48 22 659 62 95  
terra@topkart.com.pl  
www.topkart.com.pl

VERBA  
Ul. Solna 3  
PL 20-021 Lublin  
phone/fax: +48 81 532 74 45  
verba@verba.pl  
www.verba.com.pl

WOLTERS KLUWER POLSKA  
Ul. Płocka 5a  
PL 01-231 Warszawa  
phone: +48 22 535 80 00  
fax: +48 22 535 80 01  
obsługa.klienta@wolterskluwe  
r.pl  
www.wolterskluger.pl

WYDAWNICTWA SEJMOWE  
Ul. Zagórna 3  
PL 00-441 Warszawa  
phone: +48 22 694 13 30,  
+48 22 696 10 04  
fax: +48 22 509 86 40  
wydawnictwo@sejm.gov.pl  
wydawnictwo.sejm.gov.pl

WYDAWNICTWA KOMUNIKACJI  
I ŁACZNOŚCI  
Ul. Kazimierzowska 52  
PL 02-546 Warszawa  
phone: +48 22 849 27 51  
fax: +48 22 849 23 22  
wkl@wkl.com.pl  
www.wkl.com.pl

WYDAWNICTWO AE W  
POZNANIU  
Al. Niepodległości 10  
PL 60-967 Poznań  
phone: +48 61 854 31 54  
fax: +48 61 854 31 59  
info@wydawnictwo-ae.pl  
www.wydawnictwo-ae.pl

WYDAWNICTWA NAUKOWO-  
TECHNICZNE  
Ul. Mazowiecka 2/4  
PL 00-048 Warszawa  
phone: +48 22 826 72 71  
fax: +48 22 826 86 20  
wnt@wnt.pl  
www.wnt.pl

WYDAWNICTWO POLITECHNIKI  
ŚLĄSKIEJ  
Ul. Akademicka 5  
PL 44-100 Gliwice  
phone: +48 32 237 18 48  
fax: +48 32 237 13 81  
wydawnictwo\_mark@polsl.pl  
wydawnictwo.polsl.pl

WYDAWNICTWO WIEDZA  
i Praktyka  
Ul. Lotewska 9a  
PL 03-801 Warszawa  
phone: +48 22 518 27 27  
fax: +48 22 518 27 50  
cok@wip.pl  
www.wip.pl

WYDAWNICTWO C.H. BECK  
Ul. Gen. Zajaczka 9  
PL 01-518 Warszawa  
phone/fax: +48 22 33 77 600  
redakcja@beck.pl  
www.beck.com.pl

et aussi  
Arkady, Bellona, PWN, Slask,  
Videograf II, Wydawnictwo  
Adam Marszałek, Książka i  
Wiedza, Oficyna, Oficyna  
Naukowa, PWN, Semper,  
Universitas, WUW,  
Wydawnictwo KUL,  
Wydawnictwo Naukowe  
Scholar, Wydawnictwo  
Naukowe UAM, UMCS, UMK,  
Wydawnictwo Uniwersytetu  
Gdańskiego, Wydawnictwo  
Uniwersytetu Jagiellońskiego,  
WUS, WUWr

## Religion

APOSTOLICUM  
Ul. Wilcza 8  
PL 05-091 Zabki  
phone: +48 22 771 52 50  
fax: +48 22 771 52 07  
info@apostolicum.pl  
www.apostolicum.pl

BIAŁY KRUK  
Ul. Szwedzka 38  
PL 30-324 Kraków  
phone/fax: +48 12 260 32 90,  
+48 12 260 34 50  
biuro@bialykruk.pl  
www.bialykruk.pl

CALVARIANUM  
Ul. Bernardyńska 2  
PL 30-960 Kraków  
phone: +48 12 422 16 50  
fax: +48 12 422 72 76  
wydawnictwo@calvarianum.pl  
www.calvarianum.pl

EDYCJA SW. PAWŁA  
Ul. Sw. Pawła 13/15  
PL 42-221 Częstochowa  
phone: +48 34 362 06 89  
fax: +48 34 362 09 89  
edycja@edycja.pl  
www.edycja.pl

JEDNOSC  
Ul. Jana Pawła II nr 4  
PL 25-013 Kielce  
phone: +48 41 368 11 10,  
+48 41 368 21 44  
fax: +48 41 343 26 51  
jednosc@jednosc.com.pl  
www.jednosc.com.pl

OFICyna WYDAWNICZO-  
POLIGRAFICZNA ADAM  
Ul. Rolna 191/193  
PL 02-729 Warszawa  
phone: +48 22 843 37 23,  
+48 843 08 79  
fax.: +48 22 843 20 52  
wydawnictwo@oficyna-  
adam.com.pl  
www.oficyna-adam.com.pl

VERBINUM  
Ul. Ostrobramska 98  
PL 04-118 Warszawa  
phone: +48 22 610 78 70  
fax: +48 22 516 98 50  
wydawnictwo@verbinum.pl  
www.verbinum.pl

WYDAWNICTWO DIECEZJALNE  
I DRUKARNIA W SANDOMIERZU  
Ul. Zeromskiego 4  
PL 27-600 Sandomierz  
phone: +48 15 644 04 00  
fax: +48 15 832 77 87  
marta.zurawicka@wds.com.pl  
www.wds.pl

WYDAWNICTWO M  
Ul. Kanoniczna 11  
PL 31-002 Kraków  
phone: +48 12 431 25 50  
fax: +48 12 431 25 75  
mwydawnictwo@mwydawnictwo.pl  
www.wydm.pl

et aussi...

Homini, Instytut Wydawniczy  
PAX, Księgarnia sw. Jacka,  
Księgarnia sw. Wojciecha,  
Nemrod, Norbertinum,  
Pallottinum, Vocatio, W  
drodże, Wiesz, Wydawnictwo  
Bernardinum, MIC,  
Wydawnictwo KUL,  
Wydawnictwo WAM, Znak

## 2) Librairies

EMPIK  
Ul Krucza 50, 00-025 Warszawa  
Tél./Fax : +48 22 551 33 33  
www.empik.com

MATRAS  
Ul Zwrotnicza 6, 01-219 Warszawa  
Tél. : +48 22 631 94 31  
Fax : +48 22 631 07 10  
www.matras.pl

Librairies spécialisées en jeunesse  
BADET  
Ul W.Rutkiewicz 17, 02-956 Warszawa  
Tél. : +48 22 499 37 17  
Fax : +48 22 885 38 90  
www.badet.pl  
ksiegarnia@badet.pl

NUMERY LITERI  
Wilcza 26, 100-544 Warszawa  
Tél. : +48 22 622 05 60  
www.numeryliteri.pl  
kontakt@numeryliteri.pl.

KSIEGARNIA KSIAZECKA  
Galeria Pod Debami, ul. Paslecka 8d,  
03 137 Warszawa  
Tél. : +48 22 302 02 10  
www.sklep.ksiazeczka.pl

Librairies en ligne  
Merlin.com  
Empik.com  
Mareno.pl  
Inbook.pl  
Lideria.pl

## 3) Organismes liés au secteur du livre

INSTYTUT KSIĄZKI  
INSTITUT POLONAIS DU LIVRE  
ul. Szczepanska 1, II pietro, 31-011  
Cracovie  
Tél. : +48 12 433 70 40  
Fax : +48 12 429 38 29  
www.instytutksiazki.pl

Contact :  
Agnieszka Rasinska-Bóbr, Chargée de mission  
a.bobr@instytutksiazki.pl  
ligne directe : +48 12 426 79 11

BIBLIOTEKA NARODOWA  
BIBLIOTHEQUE NATIONALE  
al. Niepodleglosci 213, 02-086 Varsovie  
Tél. : +48 22 608 29 99  
Fax : +48 22 825 52 51  
www.bn.org.pl

Contact :  
Grazyna Lewandowicz-Nosal  
grazyna.lewandowicz@poczta.onet.pl

RYNEK-KSIĄZKI / BIBLIOTEKA ANALIZ  
ul. Mazowiecka 2/4, 00-048 Varsovie  
Tél. : +48 22 828 36 31  
www.rynek-ksiazki.pl

Contact :  
Piotr Dobrolecki, Rédacteur en chef  
dobrolec@warman.com.pl  
Lukasz Golebiewski, Directeur  
golebiewski@acn.waw.pl

FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA BANDE  
DESSINEE DE LODZ  
Tél. : +48 42 633 98 00 ext 244  
Fax : +48 42 633 70 96  
www.komiksfestiwal.com

Contact :  
Adam Radon, Directeur  
radon@ldk.lodz.pl  
Ewa Stepień, Chargée de mission  
stepien.e@gmail.com

#### 4) Présence française

AMBASSADE DE FRANCE  
1, rue Piekna, 00-477 Varsovie  
Tél. : +48 22 529 30 00  
Fax : +48 22 529 30 01  
[www.ambafrance-pl.org](http://www.ambafrance-pl.org)

Contacts :  
David Tursz, Attaché culturel  
[david.tursz@diplomatie.gouv.fr](mailto:david.tursz@diplomatie.gouv.fr)  
ligne directe : +48 22 529 30 72  
Anna Walas, Assistante  
[anna.walas@diplomatie.gouv.fr](mailto:anna.walas@diplomatie.gouv.fr)  
ligne directe : +48 22 529 30 73

INSTITUT FRANÇAIS DE VARSOVIE  
ul. Senatorska 38, 00-095 Varsovie  
Tél. : +48 22 505 98 00  
Fax : +48 22 505 98 73  
[www.ifv.p](http://www.ifv.p)

Contact :  
Frédéric Constant, Directeur de la  
Médiathèque  
[frederic.constant@ifv.pl](mailto:frederic.constant@ifv.pl)  
ligne directe : +48 22 505 9805

INSTITUT FRANÇAIS DE CRACOVIE  
ul. Stolarska 15, 31-043 Cracovie  
Tél. : +48 12 424 53 50  
Fax : +48 12 424 53 20  
[www.cracovie.org.pl](http://www.cracovie.org.pl)

LIBRAIRIE MARJANNA  
ul. Senatorska 38, 00-095 Varsovie  
Tél. : +48 22 505 98 35  
Fax : +48 22 505 98 71  
[www.marjanna.com.pl](http://www.marjanna.com.pl)

Contact :  
Johanna Jackowska, Directrice  
[ksiegarnia@marjanna.com.pl](mailto:ksiegarnia@marjanna.com.pl)

LIBRAIRIE EDUKATOR  
ul. Bronowicka 19, 30-084 Cracovie  
Tél. /Fax : +48 12 421 53 17  
[www.ksiegarniaedukator.pl](http://www.ksiegarniaedukator.pl)

LIBRAIRIE NOWELA  
ul. Dabrowskiego 35/37  
60-842 Poznan  
Pologne  
Tél. : +48 61 847 58 62  
Fax : +48 61 843 35 91  
[www.nowela.net](http://www.nowela.net)

ALLIANCES FRANÇAISES  
[www.af-enpologne.pl](http://www.af-enpologne.pl)

ETABLISSEMENTS SCOLAIRES FRANÇAIS OU  
APPLIQUANT LES PROGRAMMES FRANÇAIS  
Collège et Lycée René Goscinny  
ul. Walecznych 4/6, Varsovie  
Tél. : +48 22 616 5400 ou 01  
[www.lfv.pl](http://www.lfv.pl)

Ecole Maternelle et Primaire Sadyba  
ul. Konstancinska 13, Varsovie  
Tél. : +48 22 651 9612  
[info@lfv.pl](mailto:info@lfv.pl)

Ecole Antoine de Saint-Exupéry  
ul. Nobla 16, Varsovie  
Tél./Fax : +48 22 616 1499  
[www.saint-exupery.pl](http://www.saint-exupery.pl)  
[info@saint-exupery.pl](mailto:info@saint-exupery.pl)

Ecole maternelle franco-polonaise  
ul. Halicka 8, 81-506 Gdynia, Gdansk  
Tél. : +48 58 622 0591  
[ufe\\_gdynia@ceetal.pl](mailto:ufe_gdynia@ceetal.pl)

ETABLISSEMENTS SCOLAIRES POLONAI S  
BI LINGUES  
Annuaire disponible sur le site de  
l'Ambassade de France en Pologne

COLLEGES DE FORMATION DES MAITRES DE  
FRANÇAIS EN POLOGNE  
Annuaire disponible sur le site de  
l'Ambassade de France en Pologne