

## КНИЖНАТА ИНДУСТРИЯ В ГЕРМАНИЯ, СКАНДИНАВСКИТЕ СТРАНИ И ИТАЛИЯ

Стела В. Георгиева

### THE BOOK'S INDUSTRY IN GERMANY, THE SKANDIAN COUNTRIES AND ITALY

Stela V. Georgieva

This article discusses aspects of book marketing in Germany, the Skandian countries and Italy. The study focuses on some issues and trends related to the cost of the book and the cost of book production. Leading paper market research has been explored in these regions. Statistical data from various international and national sources are also available.

**Keywords:** book marketing, book production, book, book's industry

#### 1. Книжната индустрия в Германия

Книжният маркетинг в Германия е един от най-развитите не само в Европа, но и света. Неговата история може да се проследи още от XIX век. През този период се създават първите стратегии за успешно книгоразпространение. По този въпрос яснота дава изследването на Roland A. Fullerton<sup>1</sup> *The Foundations of Marketing Practice: A history of book marketing in Germany*. Издадена е от Routledge, Taylor&Frankis Group, Лондон<sup>2</sup>. Първото издание на английски език излиза от печат на 22.12.2015 г. Книгата е с твърда подвързия, размери в инчове: 6.1x0.5x9.2. Обем на книжното тяло 202 страници. Предлага се в платформите Amazon и Hardcover на цена 163.00 долара, а в платформата Kindle – 55.32 долара<sup>3</sup>.

Изданието съдържа:

1. Въведение: *The Role of Marketing in the Growth of the Germany Book Markets, 1815–1890* – [= Ролята на маркетинга при растежа на германските книжни пазари, 1815–1890];

2. Осем основни части, разглеждащи различните периоди от развитието на маркетинга при немския книжен пазар;

3. Заключителна част *The Role of dynamic High Capitalist Marketing Practice in the Germany Book Markets* – [= Ролята на маркетинга в растежа на германските пазари на книги].

Книгата на Roland A. Fullerton дава любопитна информация за развитието на книжния пазар в периода 1815–1890 г. Според автора на изданието седемте десетилетия, в които той разглежда немската книжна индустрия, са решаващи за нейното развитие и просперитет. Roland A. Fullerton проследява предприемаческите аспекти, непознати до този момент. Изследването дава добра представа за сложните маркетингови акценти през периода. Това го определя като един от малкото източници, изследващи историята на германския книжен пазар. Ретроспективният преглед, който авторът прави, подсказва, че още през далечния XIX век книгоиз-

дателският бранш се подготвя за агресивния и динамичен книжен маркетинг, който ще издигне Германия сред най-големите лидери на сектора в бъдеще<sup>4</sup>.

В съвременните условия, книжната индустрия в Германия се развива с динамични темпове. Според *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* маркетинговите аспекти в страната са перспективни и в бъдеще. Към днешна дата националният пазар за книги обхваща приблизително 6000 търговски обекта. Налице е голяма дистрибуторска и разпространителска мрежа, позволяваща да бъде реализиран един от най-големите обороти на бранша в света.

Политиката, насочена към книгата, е свързана с гъвкави, същевременно строги нормативни рамки, наложени от страна на правителството.

1. Законът гарантира достъпни цени на изданията, налага мониторинг при формиране на ценообразуването, строго наблюдение при веригите книжарници, с цел недопускане на абсолютен монопол над пазара и ощетяване на малките книготърговци;

2. Ниският 7% ДДС същото играе важна роля при определяне на крайната цена на германската книга<sup>5</sup>.

Книжната индустрия в Германия за календарната 2016 г. е реализирала 9.19 милиарда евро, с 1.4% по-малко от предходната 2015 г. Според поднесените данни пазарът за книги в страната изглежда по следния начин:

1. В търговията на дребно са достигнати печалби от 4.4 милиарда евро – 48.2%;

2. Закупуване на книги директно от издателите печалбите са 1.9 милиарда евро – 20.9%;

3. Електронна книготърговия – 1.6 милиарда евро – 17.4%;

4. Други пунктове за продажби – 931 милиона евро – 10.1%;

5. Чрез пощенски поръчки – 118 милиона евро – 1.3%;

6. Търговските вериги магазини (супермаркети, хипермаркети и др.) – 113 милиона евро – 1.2%;

7. Книжните клубове – 77 милиона евро – 0.8%.

Средната цена на печатните издания през 2016 г. е спаднала. Спадът, от друга страна, компенсира книжарниците и издателите с по-големи продажби на тиражи и заглавия. През 2012 г. цените са +1.9% нагоре, през 2014 г. +1.8% още по-нагоре. С изложените по-горе фактори се приема, че средната цена на книгата в страната се движи около 26.20 евро за брой.

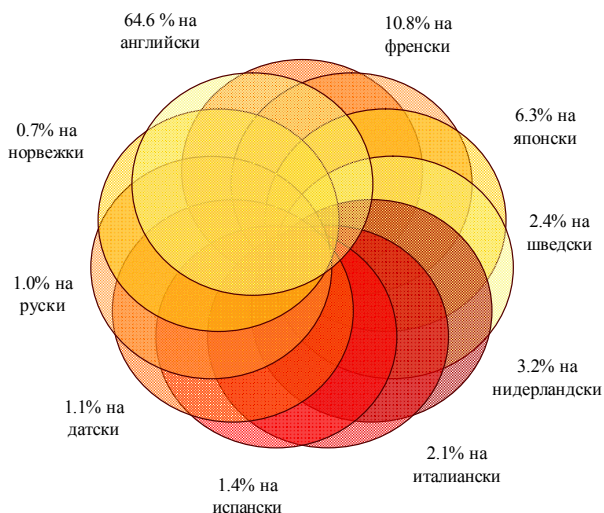
Цените на книгите в Германия се определят според **Закона за обвързване на книгите**. Той изисква от издателите да калкулират т.нар. *обвързващи цени*. Обвързващата цена е налице, когато изданието има една и съща стойност навсякъде, независимо дали клиентът я закупува от малка книжарница, голяма книготърговска верига, или по Интернет.

Продажбите на електронни книги в Германия са се увеличили през 2016 г. с 4.5%, като са продадени 27 милиона заглавия в е-формат. За електронната книга, която е аналогична на печатната, се прилага фиксирана цена, но ценообразуването зависи от различните формати на книжните издания.

През 2016 г. са издадени общо 85 486 заглавия, с над 4 000 по-малко от предходната. От тях 72 820 са нови заглавия, останалите са преиздания. Най-много заглавия излизат през последното десетилетие – през 2007 г. – 96 479, от които 86 084 са нови за пазара.

Осъществени са 10 496 превода на немски издания на други езици: 64.6 % на английски; 10.8% на френски; 6.3% на японски; 3.2% на нидерландски; 2.4% на шведски; 2.1% на италиански; 1.4% на испански; 1.1% на датски; 1.0% на руски; 0.7% на норвежки и 6.4% на други езици – включително португалски и български език. *Виж графиката долу:*

**Графика за състоянието на преводните немски издания на други езици в проценти**



19.5% лиценза за превод от немски на китайски език;

6.6% на английски език;

6.0% на испански език;

5.4% на френски език;

4.9% на чешки език;

4.2% на италиански език;

4.2% на турски език;

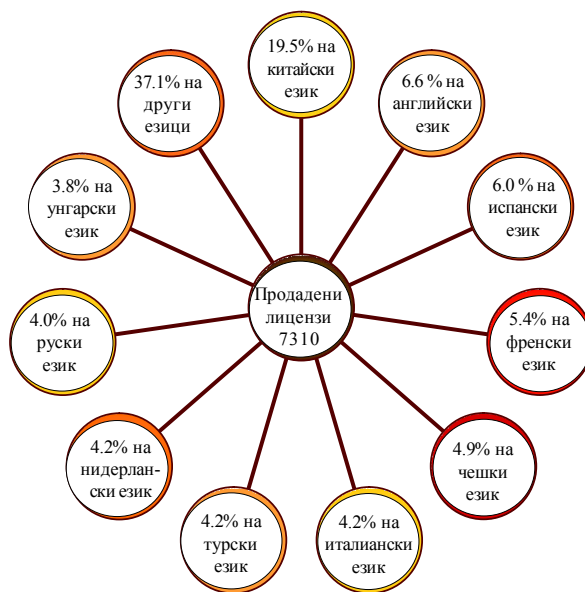
4.2% на нидерландски език;

4.0% руски език;

3.8% на унгарски език;

37.1% на други езици, включително на португалски и български език<sup>7</sup>, отразени в посочената по-долу графика относно продадените лицензи на немскоезични издания<sup>8</sup>:

**Графика за състоянието на продадените лицензи за превод на немски издания на чужди издателства в проценти**



През същата година са продадени 7 310 лиценза за превод на немски книги на чуждестранни издателства<sup>6</sup>.

## 2. Книжният маркетинг в Скандинавските страни

Според специалистите Скандинавието се нарежда сред атрактивните пазари в Европа и света. Дава много добри условия за развитие на книжната индустрия. В защита на твърдението си ще цитирам едно от най-добрите изследвания по този проблем. Книгата е в съавторство Philip Kotler, Gary Armstrong è Anders Parment *Principles of Marketing Scandinavian Edition*<sup>9</sup>. Тя е второ, скандинавско издание, с мека подвързия, на английски език, 492 страници,

формат в mm: 275x210x15. Излязла от печат на 31 януари 2016 г. Публикувана е от *Pearson Education Limited*, Лондон, Великобритания. Книгата е предназначена за студенти и специалисти, работещи в областта на книжния маркетинг. Отражава най-успешните практики за реализиране на издателската продукция. Многобройни са примерите, в които скандинавските книгокомпании се справят със съвременните предизвикателства на регионалния, националния и международния пазар. Цените на книгата се движат в широки граници в зависимост от сайтовете, в които се предлага – Amazon.com – 71.73 долара, немският сайт Buecher.de – 42.95 евро, английският сайт Kortext – 39.98 лири стерлинги, а в различни скандинавски сайтове – над 500 шведски крони.

Наред с добрите практики и акценти се откриват редица отрицателни страни, влияещи върху аспектите на скандинавския книжен маркетинг. Много от тях се наблюдават в недалечното минало, в края на 90-те години на миналия век. Причините за тяхното възникване са ценообразуването, високите митнически такси за внос и износ, високият ДДС във Финландия и др.

Една подобна статия от този период в Интернет показва тези негативни тенденции. Авторката ѝ, Marianne Bargum, дава много добър пример с двете скандинавски държави Швеция и Финландия. В публикацията *Marketing and Distribution Finland-Swedish Book in Scandinavia*. [= *Маркетинг и дистрибуция на финландско-шведските книги в Скандинавия*] са налице някои оценки и обобщения по темата<sup>10</sup>.

Наблюденията, направени от авторката, показват следните отрицателни страни. Според нея на пръв поглед Скандинавия се разглежда като един от най-естествените книжни пазари в Европа. Всъщност се оказва, че Финландия е изолирана от своите съседи и „на практика са необходими много усилия” за реализиране на продажбите. Самите икономическите интереси в сферата на книгата насочват издателската политика на Финландия към страните от Централна Европа, а не към скандинавските ѝ съседи. Друго наблюдение, изтъкнато в статията, е спецификата на финландския език и финансовите средства, необходими за превод, и скъпите рекламни кампании, за които шведските издателства трябва да заделят.

Според Marianne Bargum слабият интерес от страна на шведските издатели към книжната продукция, идваща от Финландия през този период, се дължи и на високите цени за доставка. Основният проблем е голямата разлика в ДДС между двете държави. Този данък във Финландия е 25%, а в Швеция – 8%.

Днес тези тези стойности са значително по-ниски. Информация за сегашното им състояние откриваме в *VAT/GST on Book & E-book: An IPA/FEB Global Special Report*. PDF формат. 10 с.<sup>11</sup>

В съвременни условия финландската книга е по-добре приета от своите скандинавски съседи, което я прави конкурентна на регионалния и западноевропейския пазар. Налице са по-облекчени митнически такси за внос и износ, значително по-нисък ДДС, за разлика от предходните две десетилетия. В момента във Финландия той е 10% за печатни издания и 24% за е-книги; в Швеция – 6% за печатни книги и 25% за е-книги; в Норвегия – 0% за печатни книги и 25% за е-книги; в Исландия е 11% за печатни и 11% за е-книги и в Дания е 25% за печатни издания и 25% за е-издания<sup>12</sup>. (*В Дания е регистриран най-високият ДДС върху книгата не само за Европа, но и в света. Сред държавите с най-голям ДДС се нарежда и България – 20%*)<sup>13</sup>.

Според сайта <https://www.starista.com> книжният маркетинг в Швеция генерира висок ръст от продажби при дигиталните книги в сравнение с печатните. Приходите от е-изданията за 2015–2016 г. са нараснали с 1.9 милиарда шведски крони<sup>14</sup>.

Друго изследване за състоянието на пазарните особености на книгата в Скандинавието е статията на *Elena Maceviciute, Brigitta Wallin, Kersi Nilsson Book selling and e-books in Sweden*<sup>15</sup>. Тримата автори са известни специалисти и преподават в Шведския университет по библиотекознание и информационни науки в гр. Bores. Изследването проследява предизвикателствата пред шведската книга след доставянето в книготърговските обекти. Резултатът е от проведено изследване, продължило между 2009–2013 г. През този период е-изданията не се радват на особена популярност сред четящата аудитория, за разлика от 2015–2016 г. Причината е във високия ДДС при тях. Най-големите бариери, повлияли върху слабо търсене, са покачването на цените в периода 2009–2013 г., което води и до слабия интерес на клиентите.

За успешното провеждане на изследването си Elena Maceviciute, Brigitta Wallin и Kersi Nilsson разработват разнообразни стратегии за работа. Прилагат многобройни методи. Най-успешен е методът на анкетните проучвания и изследователските въпроси, които те задават на различните категории потребители. Използвани са статистически данни, събрани от *Асоциацията на Шведските книгоразпространители* за продажбите и производството на книжна продукция. Анкетите са проведени в книготърговските обекти през пролетта на 2014 г. Проучването включва 48 обекта. Само 6 реали-

зират продажби от е-книги. Най-голямата изследвана верига е **Adlibris**. Реализирала е 11 милиона евро печалби и предлага над 5 000 заглавия в е-формат. Резултатите са изнесени в края на календарната 2014 г. и показват, че продажбата на книги в страната е намаляла с 6.8%, особено при е-изданията. Цената на книгата се е вдигнала с 1.5% между 2013–2014 г. Статията на Elena Maceviciute, Brigitta Wallin и Kersi Nilsson е с две позовования в Интернет<sup>16</sup>.

В интернет статията *The Danish Book market in 2016/Nordicom* авторът проследява важни факти, свързани с издаването и продажбите на книги в Дания. Проучването дава кратък обзорен преглед за проблематиката. Подробна статистика на сектора е изнесена в *Годишния доклад за книгата и литературата в Дания*. Докладът акцентира върху текущите тенденции и развитието в книжната индустрия. Налице са не само статистически акценти в книгоиздателския бранш, но и проследяване на тенденции за четене и промени върху книжния пазар.

Някои от наблюдаваните акценти според доклада се свеждат до следните обобщения:

- Увеличава се производството на фентъзи литература в страната. Наблюдава се огромен ръст от 50% увеличение между 2009–2016 г.;

- Десетте най-големи книгокомпании в Дания осигуряват над 50% от цялостната издателска продукция;

- Клиентите през 2015 г. са закупили 49% от общата продукция на издателите, предимно от книготърговски вериги. В сравнение с 2000 г. стойността е била 65%. И още един факт: 25% от направените покупки на книги са извършени през сайтовете на издателите и онлайн книжарниците<sup>17</sup>.

В друга скандинавска държава – **Норвегия**, функционира организацията NORLA. Тя проследява развитието на норвежката литература на глобалния пазар. В нейния уебсайт, в категорията *Новини*, интерес представлява статията *Norwegian literature under expansion in the world market*. Според нея най-добрият пазар, към който се стреми норвежката книга, е английският, който е най-големият в света. Много от норвежките автори се превеждат на английски език. На второ място се нарежда скандинавският книжен пазар<sup>18</sup>.

През 2016 г. NORLA е инвестирала 76 издания за превод. За датския пазар – 36 заглавия; за германския пазар – 32, с тенденцията те да се увеличат. Целта е норвежките издатели успешно да се представят на предстоящите панаири на книгата във Франкфурт. Правят се инвестиции за популяризиране на норвежката книга на книжния пазар дори в Китай. За целта през 2016 г. са реализирани 18 превода на детски заглавия от норвежки на китайски език за големите издатели в Пекин и Шанхай<sup>19</sup>.

От казаното дотук се налага изводът, че немско-скандинавският книжен пазар е един от най-динамичните в Европа и света. Целите му са високи. Той ще продължи да изненадва не само потребителите, но и специалистите със своите постижения. Перспективите се очертават като изключително успешни. Днес, когато съществува единен европейски пазар с прилагане на общи директиви и норми, скандинавската и германската книга ще бъдат все по-чести и желани гости на престижни форуми и събития, ще останат и в обектива на бъдещи маркетингови изследвания.

### 3. Ситуацията на книжния пазар в Италия

В Италия съществува специален закон, който дава право за упражняване на книгоразпространение и формиране на ценообразуване при книгата. В страната високи печалби реализират *фентъзи жанрът* и *мемоарите*, посветени на Втората световна война. „Педесет нюанса сиво“ е най-успешното издание, разпространявано на италианския книжен пазар. Основен фактор за успехите са продажбите на преводна литература. Най-масови са заглавията, идващи от САЩ. Създадена е възможност италианските издатели да правят свои избрани селекции от книги, които да разпространяват.

Важно за ролята и значението на италианския книжен пазар е изследването на Eduardo Gaffeo, Antonello E. Scorcu и Laura Vici „Demand Distribution Dynamics in Creative Industries: the Marketing for books in Italy“. Електронната студия (в обем 24 с.) дава информация за състоянието на италианската книга. Тримата автори онагледяват проучването си с инфографики<sup>20</sup>.

На пазара са застъпени печатни издания на хартиен носител, но не е малък и броят на електронните книги. Някои италиански издатели, работещи в партньорство с големите световно известни марки, като *Random House* и *Grand Central*, са насочват към електронните издания, където цените са значително по-ниски. Самите книгоиздатели в страната се опитват да запазят цените на книгите възможно най-ниски по редица причини – висока конкуренция на пазара и богат избор от издания.

Най-добрата издателска компания в страната, успешно вписваща се в съвременните условия и разполагаща с отличен маркетингов екип, който следи гъвкавите и динамични промени на книжния пазар в Италия, е *Mondadori Gruppo*.

Според посочените данни в следния линк: <http://www.mondadori.com/about-us/our-bisness/books><sup>21</sup>, за 2016 г. компанията е спечелила 1.3 милиона евро, от които 50% се падат на книгите. Голяма част от приходите идват от предлаганите нови заглавия –

2061. Според подадената тук статистика *Mondadori Gruppo* държи 29.3% от националния пазарен дял за художествени издания. Безспорен лидер е в издаването на учебна и учебно-справочна литература – 24%. В сферата на електронното книгоиздаване компанията отново е водеща – 11 600 заглавия. Казаното по-горе показва, че това е най-голямата компания в книгоиздателския и дистрибуторския бранш в Италия.

*Mondadori Gruppo* разглежда внимателно всеки един фактор, който може по-определен начин да повлияе върху продукта *книга* на пазара. Внимание се обръща върху предизвикателствата, носещи печалби за компанията, от друга страна – за отстраняване на възникналите проблеми. За целта е наложен строг мониторинг при прилагането на разнообразните маркетингови подходи за успешното реализиране на издателската продукция. Контролът е възложен на ръководителя на пресслужбата на компанията. Той, от своя страна, докладва всяка промяна, отразена в маркетинговата дейност, пред литературния директор. Самите промоционални

дейности и продажбите се следят от директора на маркетинговия отдел<sup>22</sup>. По този въпрос може да се проследи изследването и на Л. Георгиев<sup>23</sup>.

Основната организация, отговаряща за книготърговския обмен в страната, е *Италианската издателска асоциация*. Подобно на останалите сходни институции в света, тя разпространява италианската книжна продукция на хартиен и електронен носител. С нейна помощ членовете ѝ проследяват около 90% от своята продукция на книжния пазар. Самият издателски сектор осъществява около 3 милиарда евро годишна печалба, считана за една от най-високите в Европа. Висок процент заема рекламата на книгата, смятана за съществена част от бранша: [www.aie.it](http://www.aie.it)<sup>24</sup>

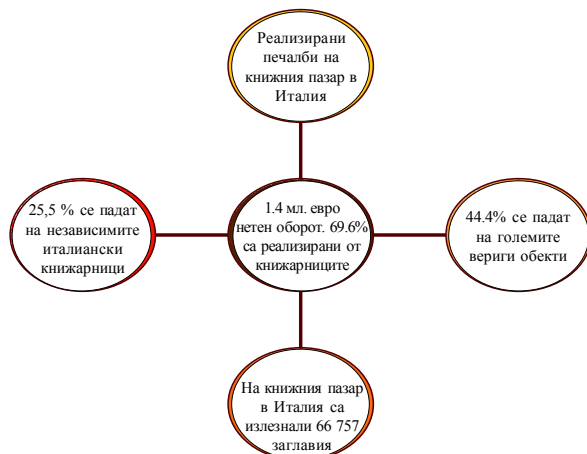
В периода 2010–2016 г. приходите от продажбите на книги се движат в различни граници. Най-ниски регистрирани печалби наблюдаваме през 2014 г. През 2015–2016 г. печалбите се повишават, като през 2017 г. те са 1.4 милиарда евро, което доближава високите стойности от 2010–2011 г.<sup>25</sup> *Виж посочената таблица.*

#### За движение на печалбите при книжната продукция 2010–2016 г.

2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1.44	1.43	1.31	1.23	1.19	1.2	1.22
милиарда евро	милиарда евро	милиарда евро	милиарда евро	милиарда евро	милиарда евро	милиарда евро

Според други изнесени данни през 2017 г. са реализирани печалби от над 1.4 милиарда евро. Най-отчетливи са приходите при книжарниците, които държат  $\frac{3}{4}$  от целият търговски пазар – 69.6%. За независимите книжарници стойностите са 25.2%, а при големите книготърговски вериги книжарници – 44.4%. През същата 2017 г. са публикувани 66 757 нови и преиздадени заглавия на италиански и преводни автори<sup>26</sup> (*виж посочената графика*).

#### Графика за състоянието на книжния пазар в Италия за 2017 г.



В Италия се издават много литературни жанрове. Най-успешният начин автор и издател да намерят решение за реализиране на конкретното заглавие, е с помощта на литературния агент. Безспорно голям принос за агента е, когато конкретната книга е предназначена за чуждия пазар и той познава отлично международното авторско право. За тази услуга той получава съответната комисиона. Практика е през последните години италианските автори да публикуват самостоятелно своите произведения или отделни части от тях. Авторът на книгата дава своето произведение – редактирано предварително, а издателството, което ще го представлява, предоставя ISBN. Книгата много бързо се озовава на е-книжния пазар. През 2015 г. в Италия 41% от авторските заглавия се разпространяват успешно по този начин, за разлика от 2010 г., когато тези стойности са едва 1.2%. В страната авторите, които изцяло поемат разходите си за издаването на своите книги, са не повече от 28 000 души. От казаното по-горе следва да се уточни, че тенденциите при продажбите на е-книги са постоянно променливи; за 2015 г. данните показват 56%, за разлика от предходните години, когато дялът на продажбите на книги в Италия е едва 9% (за периода 2013–2015 г.).

Най-успешни продажби са осъществени през платформата *Amazon.it*, което показва, голямата перспектива и бъдеще пред италианската книга.

Интерес представлява ежегодно провежданата инициатива *Повече безплатни книги*, организирана в Рим в периода 6–10 декември. Участниците са предимно малки и средни издателски компании от региона, чиято цел е да запознаят клиентите си с най-новите заглавия от своя репертоар.

## ЛИТЕРАТУРА

### 1. Печатни източници

1. **Берсони**, Сузана. Илюстрациите на Роберто Иноченти и тяхното влияние върху литературата за деца. [=The illustrations of Roberto Innocenti and their influence on the literature for children]. // Развитие на детската илюстрация и влиянието ѝ върху детското четене : Сборник с доклади. / Състав. Р. Петрова-Василева – Сливен, Жажда, 2011, с. 125–143. *Двуезичният сборник е от научна кръгла маса с международно участие проведена в рамките на XIII Национален фестивал на детската книга – Сливен, 9-10 май 2011г.*

2. **Георгиев**, Лъчезар. Съвременни тенденции в графиката на италианските печатни медии. // Трудове на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“: Стопански фак. Т. 3. Обществени комуникации и информационни науки / Състав., науч. ред. Лъчезар Георгиев. – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2012, с. 7–44.

3. **Георгиев**, Лъчезар. Книгоиздаване и печатни комуникации : Изследвания за книгата и медиите (= Book publishing and printed communications. Research on the book and media). – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2013. – 424 с. : рез. на рус. и англ. ез. : с ил.

4. **Георгиев**, Лъчезар. Стратегически подходи в книгоиздаването и печатните комуникации / 4. прераб и доп. изд. – София: АН-ДИ, 2016. – 260 с. : рез. на англ. ез.

5. **Georgiev**, Lachezar. Management and Strategy in Book Publishing and Printed Communications. / Translation from Bulgarian Snezhana Boyanova, Lena Pieva. – В. Търново : FABER, 2014. – 248 p. [ISBN 978–619–00–0080–8] *Монографията е изцяло на английски език.*

6. **Георгиев**, Лъчезар. Печатната комуникация и книгата : Полиграфически и рекламни аспекти : Студия. – София : Star Way, 2014. – 88 с. : със сх.

7. **Гуленова**, Мария. Маркетинг на книгата: Комуникации. – София: Квазар, 2003. – 255 с.

8. **Гуленова**, Мария. „Бертелсман“ – един от лидерите на световното книгоиздаване. // Издател, 2007, №3–4, с. 46–55.

9. **Kotler**, Philip. Gary Armstrong и Anders Parment. Principles of Marketing Scandinavian Edition. – London: Pearson Education Limited, 2016. [2nd edition] – 492 p.

10. **Fullerton**, Roland A. The Foundations of Marketing Practice: A history of book marketing in Germany. – Routledge, Taylor & Frankis Group, – London: 2015. – 202 p.

11. **VAT/GST on Book & E-book: An IPA/FEB Global Special Report.** PDF. 10 с. // International Publishers Association; Federation of Editeurs Europeens (20<sup>th</sup> July 2015).

### II. Електронни източници

1. **The Foundations** of Marketing Practice: A history of book marketing in Germany: В сайта на <https://searchwork.stanford.edu/view/11547903>

2. **Buchhandel** – Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Bundesverband: <https://www.boersenverein.de/de/portal/Bruchhandel/158352>. [1.02.2018].

3. **Производство** на заглавия в Германия: Börsenverein des Deutschen Buchhandels. – Bundesverband: <https://www.boersenverein.de/de/buchproduktion/1227836> [18.02.2018].

4. **Bargum**, Marianne. Marketing and Distribution Finland-Swedish Book in Scandinavia. [www.shedishbookreview.com/article-1999-2-bargum.asp](http://www.shedishbookreview.com/article-1999-2-bargum.asp). [7.02. 2018 г.]. *Статия в Интернет.*

5. Revenue from book sales in Sweden in 2015 and 2016, by distribution channel (In million SEK): <https://www.statista.com/statistics/542764/income-from-book-sales-in-sweden-by-distribution-channel/> [Ползване на линка на 7.02. 2018 г.]. *Статия в Интернет.*

6. **Maceviciute**, Elena. Brigitta Wallin и Kersi Nilsson. *Book selling and e-books in Sweden*: Данни на статията, посочена от авторите: UDS: 658.7: [002: 004] (485) = 111]: DOI: <http://dx.doi.org/10.15291/ibellarium.v8i1.211..> Използвани от мен данни са от следната интернет статия: *Book selling and e-books in Sweden/Maceviciute/Liberarium: Journal for the research of writing, book and culture heritage institucion.* *Линк на статията: http://libellarium.org/index.ppx/libellarium/article/view/211/303.[10.02.2018].* Статията има две позовавания на следния линк: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jenik=209947](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jenik=209947)

7. **The Danish Book** market in 2016/Nordicom: <http://www.nordicom.se/latest/news/danish-book-market-2016> [8.02.2018]. *Статия в Интернет.*

8. **Norwegian literature** under expansion in the world market: <https://norla.no/news/news-from-norla>. [8.02. 2018]. *Статия в Интернет.*

9. **Norma** presenterer books from Norway: <https://norla.no/nb/nyheter-fra-norla/norla-presenterer-books-from-norway>. [Ползване на линка на 8.02.2018 г.]. *Статия в Интернет.*

## БЕЛЕЖКИ

<sup>1</sup> Бележка за автора: **Roland A. Fullerton** е независим учен, живеещ и работещ в гр. Торонто, Канада. Той участва в редица пътуващи семинари, организирани на територията на САЩ и Канада. Автор е на редица изследвания в областта на маркетинга.

<sup>2</sup> **Roland A. Fullerton** *The Foundations of Marketing Practice: A history of book marketing in Germany.* – London: Routledge: Taylor&Frankis Group, 2015. – 202 p.

<sup>3</sup> [www.amazon.com](http://www.amazon.com)

<sup>4</sup> Бележки за книгата: *The Foundations of Marketing Practice: A history of book marketing in Germany*: В сайта на <https://searchwork.stanford.edu/view/11547903>

<sup>5</sup> *Buchhandel – Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Bundesverband*: <https://www.boersenverein.de/de/portal/Bruchhandel/158352>. [1.02.2018].

<sup>6</sup> *Производство на книги: Производство на заглавия в Германия: Börsenverein des Deutschen Buchhandels. – Bundesverband*: <https://www.boersenverein.de/de/buchproduktion/1227836> [18.02.2018].

<sup>7</sup> Пак там.

<sup>8</sup> Бележка за горепосочените данни: Използвани са данни от Börsenverein des Deutschen Buchhandels. *Статистиката е достъпна и може да бъде изтеглена на PDF*.

<sup>9</sup> **Kotler, Philip, Gary Armstrong и Anders Parment.** *Principles of Marketing Scandinavian Edition.* – London, Pearson Education Limited, 2016. – 492 p.

<sup>10</sup> **Bargum, Marianne.** *Marketing and Distribution Finland-Swedish Book in Scandinavia.* [www.shedishbookreview.com/articule-1999-2-bargum.asp](http://www.shedishbookreview.com/articule-1999-2-bargum.asp). [7.02. 2018 г.]. *Статия в Интернет.*

<sup>11</sup> *VAT/GST on Book & E-book: An IPA/FEB Global Special Report.* PDF формат. 10 с.

<sup>12</sup> Пак там.

<sup>13</sup> Бележка: *Всъщност в Дания е налице най-високата ДДС върху книгата не само за Европа, но и в света.*

<sup>14</sup> *Revenue from book sales in Sweden in 2015 and 2016, by distribution channel (In million SEK)*: <https://www.statista.com/statistics/542764/income-from-book-sales-in-sweden-by-distribution-channel/> [Ползване на линка на 7.02.2018 г.]. *Статия в Интернет.*

<sup>15</sup> **Maceviciute, Elena, Brigitta Wallin и Kersi Nilsson.** *Book selling and e-books in Sweden*: Данни на статията, посочена от авторите: UDS: 658.7: [002: 004] (485) = 111]: DOI: <http://dx.doi.org/10.15291/ibellarium.v8i1.211>.

Използваните от мен ресурси се отнасят за електронната статия: *Book selling and e-books in Sweden/Maceviciute/Libellarium: Journal for the research of writing, book and culture heritage institution.* Линк към статията: <http://libellarium.org/index.php/libellarium/article/view/211/303>. [10.02.2018]

<sup>16</sup> Бележка: Статията има две позовавания на следния линк: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jenik=209947](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jenik=209947)

<sup>17</sup> *The Danish Book market in 2016/Nordicom*: <http://www.nordicom.gu/se/latest/news/danish-book-market-2016> [8.02.2018] *Статия в Интернет.*

<sup>18</sup> *Norwegian literature under expansion in the world market*: <https://norla.no/news/news-from-norla>. [8.02.2018]. *Статия в Интернет.*

<sup>19</sup> *Norma presenterer books from Norway*: <https://norla.no/nb/nyheter-fra-norla/norla-presenterer-books-from-norway>. [Ползване на линка на 8.02.2018 г.]. *Статия в интернет.*

<sup>20</sup> **Gaffeo, Eduardo, Antonello E. Scorcu, Laura Vici.** *Demand Distribution Dynamics in Creative Industries: the Marketing for books in Italy.* – 24 p. <http://www.cite-seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download>. [използван на 6.02.2018 г.]. *Студия в интернет, с позовавания, на PDF-формат.*

<sup>21</sup> <http://www.mondadory.com/about-us/our-bisness/books>

<sup>22</sup> **Георгиев, Лъчезар.** Съвременни тенденции в графиката на италианските печатни медии. // Б и б л о т е к и, четене и комуникации. Дигитални колекции и способите за достъп до потребителите : Десета нац. науч. конф. с международ. участие, 17-18 ноември 2011 г., посветена на 60-год. на проф. А. Бенбасат. В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2012, с. 69–90. *Публикацията е откъс от едноименната студия: с ил.*

*Също и в:* Тр. на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански фак. [за 2011], Т. 3. Обществени комуникации и информационни науки / Състав., ред. Лъчезар Георгиев. – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2012, с. 7–44. *Публикуван е пълният текст на студията, с ил.*

<sup>23</sup> **Георгиев, Лъчезар.** Стратегии и четене – европейски приноси в издателския бизнес и детската книга : Традиционни и дигитални издания в подкрепа на детското четене [=Strategies and reading – European processes in publishing business and children's books. Traditional and digital media supporting children's reading]. // Децата и четенето – между традиционната и електронната книга : Сборник с доклади. / Състав. Р. Петрова-Василева – Сливен: Жажда, 2014, с. 111–132. *Статията е публикувана на български и английски език. Двезиченият сборник е от научна кръгла маса с международно участие, проведена в рамките на XVI Национален фестивал на детската книга – Сливен, 7–9 май 2014 г.*

<sup>24</sup> [www.aie.it](http://www.aie.it)

<sup>25</sup> *Book market revenue in Italy from 2010 to 2016 (in billion euros)*: [www.statista.com](http://www.statista.com) [16.02.2018].

<sup>26</sup> *Italian 2017 market figures published*: <https://www.internacimipublishers.org> [Ползване на уебсайта на 4.02.2018] *Статия в Интернет.*

