

# NOС

**Книжная индустрия  
№ 6 (88), июль-август, 2011**

Руководитель проектов  
**Алла Быкова**  
Главный редактор  
**Светлана Зорина**  
Шеф-редактор  
**Елена Соловьёва**  
Ответственный секретарь  
**Александра Дермечева**  
Редактор рубрики «За рубежом»  
**Ольга Ро**

Корреспонденты  
**Ольга Казакова**  
**Лиза Новикова**  
**Татьяна Акимова**  
Корректор  
**Любовь Макарова**  
Дизайн-концепт, макет  
**Евгений Гуров**  
Вёрстка  
**Владимир Борзилов**

Редакционный совет  
**Беликова Н. Е.**  
**Воропаев А. Н.**  
**Горбунов А. В.**  
**Деревянко К. С.**  
**Есенькин Б. С.**  
**Зельманович Г. В.**  
**Каменева М. Н.**  
**Крылова М. Д.**  
**Кузьмин Е. И.**  
**Кустов С. В.**  
**Ленский Б. В.**  
**Литвинец Н. С.**  
**Мкртычева С. Ю.**  
**Ногина Е. Б.**  
**Овсянников Н. Ф.**  
**Перевозников В. Ю.**  
**Петрусенко Т. В.**  
**Саразетдинов Р. Г.**  
**Солоненко В. К.**  
**Столяров А. А.**  
**Шрайберг Я. Л.**  
**Штехина Е. А.**

Учредитель и издатель  
ООО «Книжная индустрия»

**Редакционная подписка:**  
129085, г. Москва, проспект Мира, д. 105, стр. 1.  
Тел.: +7 (985) 920-18-20, (495) 988-33-48.  
E-mail: book@bookind.ru  
www.bookind.ru

**Подписные агентства:**  
«Роспечать» – подписной индекс 25787.  
«Пресса России» – подписной индекс 86413.  
Подписку на журнал можно оформить через  
любое удобное для вас подписное агентство,  
работающее в вашем регионе.

Издание зарегистрировано Федеральной  
службой по надзору за соблюдением  
законодательства в сфере массовых  
коммуникаций и охране культурного наследия  
ПИ № ФС77-42740 от 16 ноября 2010 г.

Отпечатано в ООО «Немецкая фабрика печати».  
127254, Москва, ул. Добролюбова, д. 2, стр. 1,  
тел.: 232-45-00. Тираж 8000 экз.  
Заказ №

Любое воспроизведение материалов и их  
фрагментов возможно только с письменного  
разрешения ООО «Книжная индустрия».

Мнение авторов может не совпадать  
с мнением редакции.  
Редакция не несёт ответственности  
за содержание рекламных материалов.

**2 Калейдоскоп событий**  
Новости «Библио-Глобуса» и «Гильдии книжников».  
Якутск принял участников пятой конференции по региональному  
книгоизданию

**7 Человек номера**  
**Вадим Мещеряков:** «Ищу партнёра»

**12 Тема номера**  
**Продвижение и мерчандайзинг в книжной рознице.**  
По материалам и идеям Академии книжного бизнеса:  
Сессия 3.  
**Вадим Ширяев.** Маркетинг в рознице:  
как привлечь больше покупателей в магазин.  
Как превратить посетителей магазина в покупателей.  
**Денис Котов. Елена Петушкова.** Российский опыт повышения  
покупательской активности в книжной рознице.  
На примере Петербургской сети «Буквоед».  
**Ричард Хэммонд.** Мерчандайзинг:  
Как управлять поведением покупателей в магазине

**22 Юбилей**  
**Леонид Дашков:** «Мы ищем более интенсивного выхода рынок  
электронного книгоиздания и книгораспространения»

**25 Аналитика рынков**  
Рынок прикладной литературы. Текущая ситуация и основные тренды  
Книжный рынок России – 2010–2015. Рейтинги продаж.

**30 Издательские проекты**  
«Дар», СГУ, «Международные отношения», «БОСЛЕН», «РОССПЭН»

**38 Выставки. Конференции**  
Издатель, библиотека, читатель.  
Экстремальный переход лодки в книжном море

**44 Электронная книга**  
Дополненная реальность в контексте книгоиздания

**46 Регион**  
Книжное путешествие из Вологды в Череповец

**48 Библиотеки**  
**Т.В. Петрусенко, И.В. Эйдемиллер.**  
Электронные аукционы: шаг за шагом

**52 Крупный план**  
Форточка в Европу,  
или Литературный поход на Запад

**59 За рубежом**  
**Джеймс Донт.** «Я знаю, как сделать хороший книжный магазин».  
От букваря до Интернета: на чём учат в школе?

Не так много в российском книжном бизнесе людей, которые способны удивлять не только читателей, но и профессионалов. Удивлять, поражать своим мастерством, заставляя завидовать по-хорошему и покупать, покупать, покупать книги. . . влюбиться в КНИГУ, в профессию издателя. И сегодня главным гостем журнала стал один из таких профессионалов – человек, у которого идей больше чем планов, а планов больше чем денег, что, тем не менее, не мешает ему инициировать всё новые и новые тренды книжного рынка.

«Книжная индустрия» с удовольствием представляет **Вадима Юрьевича Мещерякова**. Встречайте!

## Вадим Мещеряков:

Ищу партнёра. Основное – любовь к детям и честность.

Обеспечу полезный и интересный бизнес. Любые варианты рассматриваются

– Издательскому Дому Мещерякова в этом году исполняется 6 лет. Можно сказать, ваше издательство стало инициатором нынешнего тренда рынка детских книг – выпуск неизвестных/забытых российских авторов с оригинальным иллюстративным оформлением. Почему вы решили специализироваться именно в этом направлении?

– У меня не было цели издавать детские книги, я шёл от обратного. На тот момент я больше 15 лет проработал юристом в крупной компании и понял, что ничего не создаю, а занимаюсь сферой услуг, довольно циничной, связанной с юриспруденцией. Мне же хотелось, чтобы мой бизнес преобразовывал окружающий меня мир в лучшую, на мой взгляд, сторону. Книги, как выяснилось, – это самый короткий путь к достижению данной цели.

Когда я только начинал, со всеми знакомился, меня воспринимали как «городского сумасшедшего», у которого есть лишние деньги и он не знает, что с ними делать. Меня многие спрашивали: «Это хобби? Когда ты успокоишься?». Все думали 2–3 книги будут, и я успокоюсь. Нет, у меня изначально был интерес. Я сразу знал, что это мое дело. Не бизнес, а дело. Это разные вещи, на мой взгляд. Дело – несколько шире, ты должен вкладываться в него и получать не только деньги, но и капитализацию личности. Для меня издатель – это не посредник между иллюстратором, автором и читателем, а абсолютно равноправный участник процесса.

– Вы сказали, что изначально не думали об издании детских книг. Но выбранная вами ниша сейчас стала неким трендом ИД Мещерякова. Как вы пришли к этому направлению?

– Начиная издавать книги я совершенно неправильно, у издательства не было «лица», не было команды. И результаты продаж мне показали: «Парень, не туда пошёл». В итоге я начал думать не как самому великим стать, а как сделать хорошие книги и для кого. Обратил внимание на собственную дочь, которая в свои семь лет ничего не читала. Посмотрел, проанализировал и пришёл к выводу, что нет, на мой взгляд, интересных детских книг на рынке. Да, по контенту, например,

А. Барто – как к ней не относишься – хорошие стихи для детей. Но самого участия издательства в книгах нет. Не получается живого организма – всё на продажу. И поэтому, подумалось, что, во-первых, здесь есть, где применить свои силы как издателю, во-вторых, социальный аспект – воспитание любви к чтению у человека с того момента, когда он только начинает читать, – тоже интересен. Поэтому решил детские книги издавать.

Все благоприятствовало тому, чтобы исполнять ту задачу, которую я себе поставил, кубики сами складывались. Я не ставил перед собой цель зарабатывать на детских книгах, не просчитывал рынок. Так получилось, что это – растущий сейчас тренд, по крайней мере, не падающий. И мне хочется надеяться, что я тоже какое-то отношение к этому имею. Мне приятно от осознания этого. Это не самодовольство, не гордыня, мне просто приятно от этого. Мне приятно, что появляется все больше и больше издательств, да и крупные издательства стали хорошие книги для детей делать. Они тоже перестраиваются. И это здорово. Я не хочу стать великим на этом рынке. Просто понимаю, что я уже какую-то роль выполнил в преобразовании себя и окружающего меня пространства, не зря прожил последние шесть лет. Это уже здорово. Когда ко мне приходят отклики читателей – мне тоже очень приятно. Я выбрал, как оказалось, самый сложный бизнес. По обороту он совершенно небольшой, но по сложности и многообразию процессов и перегруженности падающего сегодня рынка – это самый сложный, наверное, бизнес, который только можно было выбрать.

– Помимо проверенных авторов и художников планируете ли вы открывать что-то новое для читателей?

– Не знаю. Наверное, планирую. Мне это интересно, я люблю удивлять. Но в России, на самом деле, я вижу не так много новых авторов. Ко мне каждый день приходят около 10 рукописей, но за два года мы отобрали лишь 3–4, которые готовим сейчас к изданию. Тут во мне уже бизнесмен включается. Я человек довольно-таки здравомыслящий, при всей своей кажущейся авантюристности. Я понимаю, что ещё не дозрел до открытия новых



Вадим Мещеряков



имён. Почему? Потому что нового автора я могу издать без проблем, но его продать не смогу. Да, хочу новых авторов открывать и продвигать – это действительно очень здорово, интересно и полезно, но при этом я должен понимать, что не загублю проект. Ведь можно издать и загубить проект, и потом на автора никто не обратит внимания. Шесть лет – это тот период, когда я должен нормально, в том числе и финансово, закрепиться на рынке. Мне нужно «встать на ноги», время входить в новые проекты для меня ещё не настало. Занимаюсь последнее время как раз укреплением реализации книг. Мне это очень интересно.

– Средний тираж изданий ИД Мещерякова 2–3 тыс. экземпляров, подарочных вариантов – 1 тыс. экземпляров. За какой период времени реализуется тираж на рынке?

– У меня за последний год вышло около 100 наименований, может быть чуть больше, если включить открытки. Тираж продаётся в среднем за 5–6 месяцев. Но тиражи маленькие. Если бы я тираж в 7 тыс. экземпляров продавал за 5–6 месяцев – это да. А если я продаю 2–3 тысячи за 5–6 месяцев, это нормально с учётом «падающего» рынка, но не более того.

– Достаточно много упреков по поводу цены на книги. Как вы относитесь к этому?

– Раньше психовал, хотелось объяснить людям, что не бывает хорошая вещь за так. В Советском Союзе книга была на дотациях, поэтому и выходила в хорошем качестве, но по цене в 2 копейки. Сейчас ко мне никто не приходит от Славянского и не говорит: «Вот тебе миллион рублей, сделай, пожалуйста, хорошие книги». Ну не приходят же, что поделаешь. На 1–2 книги в год денег дадут, и на том спасибо.

– Для Москвы, Питера, для крупных городов ценовой барьер возможно и не столь значим, но как быть в регионах? Вы не рассматривали возможность сделать одну книгу в нескольких вариантах?

– Да плохо они расходятся из-за цены. Но я не хочу делать плохие книги. И возможность нескольких вариантов рассматривал. Ну и что? Вот Братья Гримм... Книга с историей у меня продавалась семитысячным тиражом по 1300–1500 рублей. Я повторил издание с этими же иллюстрациями в интересном оформлении, но в ценовой нише 350–400 рублей. В итоге трехтысячный тираж у меня никак продаться не может. Тут нет прямой зависимости. Не помогает это в регионах. В регионах и 350 рублей – это дорого. В регионах люди, которые любят книги, и 1500 рублей заплатят за хорошую книгу, просто откажут себе в чём-то другом. А основная масса вообще никаких книг не купит, либо просто купит за 50 рублей книгу ребёнку.

– Продукт ИДМ изначально ориентирован на материальность, ощущения, с задачей подчеркнуть вещественную форму книги. Но как Вы оцениваете желание и стремление многих изда-

телей «застолбить позиции» на рынке электронных книг? Вы уже делаете какие-то шаги в этом направлении, экспериментируете?

– Экспериментируем. Но ридер абсолютно точно исключен для моих книг. Сейчас мы очень крупный проект затеваем с нашими партнёрами. Мы хотим создать мир, который будет базироваться на бумажной книге, электронной книге, на электронных заданиях, играх, на настольных играх, игрушках. Всё будет в цепочке, но не линейно, а по принципу Википедии – каждое будет дополнять другое и пересекаться. Мы все договорились и уже стартовали. У нас уже иллюстратор, компьютерщики начали усиленно работать и тексты пишется интересные.

– Это будет сделано на базе уже изданных книг?

– Это новый проект. Но с темой этого проекта я ношусь уже 3 года. Я не знал, как его сделать, а сейчас понял, что вариант создания мира будет отличным. Там будет акцент на текст, на иллюстрации, на развитие, на познавательность. Это будет развлечение. Это будет мир, связанный с русским детским фольклором. Стартуем в ноябре – выпустим книгу, открытки и сделаем сайт. В проекте используем три интерфейса, но iPad задействуем чуть позже.

– Это очень интересно. Но пока в этом плане мы отстаём от той же Европы.

– Мы не отстаём. Если мы этот проект сделаем, то опередим их. Сейчас все этим занимаются, все в поиске, все ищут какие-то новые формы. Компания Apple делала аналогичный проект, но провалилась в продажах. И не факт, что у нас получится. Но я собрал хорошую команду, договорился с сильным партнёром в электронной составляющей. И думаю, наши шансы на успех повышаются благодаря тому, что над проектом работают профессионально-компетентные люди.

– Возвращаясь к текущим продажам, какие каналы реализации вы считаете для себя основными – независимые книжные магазины, сетевые, собственную «Лавочку»?

– Мой подход – работать со всеми в равных условиях. Мои нынешние возможности позволяют мне в основном работать с центральными независимыми магазинами Москвы, Питера, интернет-порталами («Озон», «Лабиринт») и оптовиками, которых, к сожалению, у нас нет. Я работаю с «Книжным Клубом 36,6», но они – логисты, а не оптовики. Я открыл издательство в Германии и знаю, как там организована оптовая торговля. Там опт разделен на две чёткие составляющие – логистическая компания (одна или две на всю страну) и дистрибьюторы, которые разделены по региональному принципу. Они очень активно работают с продвижением книг, с магазинами, плюс абсолютно прозрачная система ценообразования. Платёж у меня только от одного человека – от логиста, у меня больше ни с кем нет товарно-денежных отношений. В России же я не могу, например, заставить «Озон» повысить наценку, если они решили

делать её мизерной. Они пользуются своим монопольным положением, раньше заработали много и теперь могут себе это позволить. На все претензии со стороны других книготорговцев, я говорю – напишите в антимонопольный комитет, и пусть с ними разбираются компетентные органы, если вы ими недовольны. Получается, что я наценку повышаю, а они снижают. Это бред, хаос.

**– И издательствам приходится самим продвигать свои книги в регионы, исполняя роль дистрибьюторов. Кстати, кто является собственником сети «Лавочек»?**

– Собственником «Лавочек» являюсь я с партнером (50 х 50). Я понял, что мне легче продвигать книги в регионы через собственную сеть. Изначально идея «Лавочки детских книг» – продвижение в регионы через интернет-пространство и магазины. Но магазины я собираюсь открывать как show-room, они должны стать центрами дистрибуции на регион. Но если у тебя нет нормального человека с нормальной отлаженной логистикой и складом, которые предполагаются при открытии «Лавочки детских книг», то с местными дистрибьюторами договориться очень сложно. Приходится идти в «Книжный Клуб 36,6», а уж чего они там кому отдадут – я не знаю. Выстраивая свои магазины в регионах, я хочу превратить их в центры дистрибуции для продвижения и собственных книг, и книг других детских издательств, если они разрешат мне этим заниматься, при условии, конечно, если я докажу, что могу эффективнее работать, чем «Книжный Клуб 36,6».

**– Сейчас у вас в прайс-листе порядка шести издательств детских представлено...**

– Пока они работают с нами как с магазином, с ритейлером. Но не факт, что они все на дистрибуцию согласятся, так как условия будут другие. Я не смогу работать по ценам магазина, поскольку затраты будут больше. Сегодня «Лавочка детских книг» (4 магазина по 100 кв. м и даже меньше и интернет-магазин) в совокупности приносит мне по обороту больше чем три центральных магазина – МДК на Арбате, «Библио-Глобус» и ТДК «Москва» – вместе взятые.

**– Иными словами, нужно открывать в регионах свои магазины...**

– Я боюсь «широко загрести», у меня неизбежно будут возникать кассовые разрывы. Это риск, а мне сейчас нельзя входить в рискованные проекты. Мне нужно вкладывать деньги прежде всего в реализацию, поскольку государство в этом плане совсем не помогает.

**– Возвращаясь к «Лавочке детских книг». По каким критериям вы отбираете книги издательств для продажи в своём магазине? Есть ли какие-то вкусовые критерии?**

– Вкусовых критериев точно нет, это очень страшная вещь. Мы продаём профессионально сделанные книги и книги, которые не воздействуют неправильно на психику ребенка, в том числе сделанные на дурной полиграфии, потому что они

отбивают у ребенка любовь к чтению. Я продаю в «Лавочке» книги издательств «Махаон», «Эксмо» и ничего в этом плохого не вижу. Но если книги сделаны «на поток» – я их продажей не занимаюсь. У нас в магазине присутствуют только качественные книги. И люди, когда приходят в наш магазин, выбирают не между плохим и хорошим, а между понравившись и не понравившись.

**– Насколько я знаю, в Ростове-на-Дону открылся магазин по франшизе. Планируете ли вы развивать это направление?**

– Планируем. Но, к сожалению, в нашей стране люди франшизу воспринимают не так, как она воспринимается в других странах. Мне легче самому магазин открыть. Франшиза – это участие на свой страх и риск в бизнесе при моей помощи в виде предоставления информационного брендирования и всё. А люди по франшизе говорят: это мой бизнес, но деньги на этот бизнес мне дашь ты. Когда дело подходит к открытию, они говорят: «Дай мне книг на 1 млн рублей в кредит». Но за эти же деньги, я могу открыть магазин сам. Почему, когда ты открываешь собственный бизнес, ты не хочешь в него вкладываться финансово? Такая франшиза точно не нужна. Сейчас очень много людей готовы работать по франшизе. Это фанаты книг, но совершенно не понимающие, что делать с продажами книг. Свой бренд я губить не хочу. Мне легче самому потихоньку открывать магазины или найти хорошего партнёра.

**– Вот, например, Куприянов активно продвигает идею интеллектуальных магазинов, достаточно успешно делится своим опытом.**

– Я тоже делюсь опытом. Только никто не хочет реализовывать. Когда начинаешь говорить про финансовые объёмы вложений, про то, что норма прибыли у нас в книготорговле небольшая, у всех к франшизе пропадает интерес. Нет культуры франшизы в книжной торговле. Идея очень хорошая. Но она пока не работает. Может время мало прошло, может я что-то не доделал.

**– В мае 2011 года запущена Новая партнёрская программа по продажам книг ИДМ. Расскажите о ней подробнее. Насколько перспективен, на ваш взгляд, этот проект?**

– Очень перспективен. Из месяца в месяц растёт объём продаж. И это гораздо интереснее, чем франшиза. Я предлагаю просто открыть сайт, который стоит копейки, собрать людей, без предоплаты отправляю за свой счет книги, а затем получаю от организаторов деньги за проданные экземпляры. И это начало работать. Потому что в этом проекте финансовых мозгов и никаких вложений не нужно. Здесь просто надо проявить активность и любовь к книгам, чего очень много в людях, которые ко мне обращаются. И для них это как раз тот формат, который им максимально подходит. Для них это франшиза, собственно говоря. И я это использовал и сразу удачно стартовал. Они у меня скоро по объёмам обгонят «Книжный Клуб 36,6». Для меня это гораздо выгоднее, потому что я в деньги работаю и с меньшей скидкой.





– Скажите, вы работаете напрямую с крупными региональными ритейл-сетями?

– Да не хотят они со мной работать. Они не знают, что с моими книгами делать. Я пытался работать с «ПродаЛитом». Там продажи шли на 10 тысяч в месяц. Здесь, в этой комнатке я продаю книг на 500 тысяч в месяц. Зачем я буду утруждать свою бухгалтерию оформлением документов, звонить в Иркутск, когда там мизерная выручка от моих книг? Инерционность в регионах дикая, они ещё не понимают, что скоро лафа закончится на продажах «донцовых», что уже надо думать как работать дальше. То же самое «Новый книжный». Я закончил работать с «Новым книжным» просто потому, что эта сеть – непонятная для меня структура. Они умеют продавать «поток», а с моими книгами они работать не умеют или не хотят. Прошло пять лет нашего сотрудничества, а выручки у меня в семь раз меньше, чем в «Лавочке». Оборот по «Новому книжному» составляет меньше 0,5% оборота ИД Мещерякова. При этом дебиторку они создают просто немыслимую, полностью забывая свои склады. У меня оборачиваемость по «Новому книжному» 2,5 года. Я их кредитую на такие сроки. На мой взгляд, брать надо ровно на столько, на сколько продаёте: продаёте на 100 тысяч – берите на 150 тысяч. А если вы на 100 тысяч продаёте, а берёте на 2,5 миллиона – зачем мне это надо? Мне есть где продавать книги.

– Насколько успешно ваше издательство в Австрии?

– Оно у меня финансово совершенно не успешно, но и не убыточно. Германия, Австрия – это Россия, помноженная на десятикратную инерционность. Там всё «прозрачно», но при этом что-то новое воспринимается очень тяжело, тем более, с «русскими корнями». Я жду, когда ко мне привыкнут. И мне нравится, как всё происходит. У меня, во-первых, есть договоренность со всеми дистрибьюторами. Это важный шаг. Они все со мной согласились работать. Во-вторых, продажи постоянно увеличиваются – это здорово. Мне иногда присылают ролики с баварского телевидения, где в списке рекомендуемых лучших детских книг одна – моя. А в одном из магазинов Вены без нашего ведома делают целый стенд из книг нашего издательства.

Я считаю, что ещё нужно какое-то время подождать, чтобы к нашим книгам привыкли. Мало того, что идёт привыкание, в Австрии совсем по-другому организовано книгоиздание. Если австрийское издательство существует три года и постоянно выпускает интересные книги, государство начинает оказывать этому издательству серьёзную финансовую помощь. Я делаю книги на немецком языке для Австрии, для немецкой публики. Да, я – русский, но делаю для немцев, и им это интересно, они это читают, а государство оказывает очень серьёзную помощь, не то, что у нас.

– Сколько лет вы уже работаете в Австрии?

– Два года. Я выпускаю где-то 15 книг в год. На третий год я хочу серьёзно увеличиваться в объёмах при помощи государства и собственных

дополнительных вложений. Три года достаточно для того, чтобы тебя узнали, привыкли. И я этого жду, плюс команду улучшаю за это время. Там же очень тяжело создавать книги, когда ты здесь. Хотя свои книги я в России мало печатаю, в основном в Германии, Латвии, но проблемы в корректорах, редакторах – это ведь немцы должны быть со знанием русского языка. Сейчас уже сложилась хорошая команда. У меня в Германии в основном русские авторы продаются. Есть у нас серия «Отражение», которая всем очень нравится. Я издавал Горького, Чехова, Михееву и т. д., успешные какие-то проекты туда переносу, они очень хорошо транслируются. Сейчас издал «Питера Пэна» на немецком языке.

– А какие там тиражи?

– 3000 экземпляров. Это много, пока можно меньше, но у меня нет возвратов. Там настолько маржа выше, что не надо гнаться за тиражами. Там любая книга стоит 20–25 евро. А полиграфия мне обходится одинаково с Россией, ведь я печатаю в одной типографии. Но здесь я книгу за 25 евро продать не могу, поэтому, там книги продавать выгоднее. Это нормально. Немецкие издательства все очень консервативны, очень боязливы к чему-то новому, впрочем, как и издательства в России. Я же не боюсь экспериментировать и радуюсь, когда у меня начинают что-то копировать. Я сейчас начал издавать открытки и все «ломанулись» открытки издавать. Собственно, всё это идёт на улучшение моего имиджа. Первичное всегда запоминают, а вторичное работает на первичное. И я этого не боюсь. Если мои идеи транслируют – значит, они удачные, рынок развивается. Хотя чисто по-человечески мне надоело, что все мои идеи копируют.

Вот сейчас я придумал новый проект. Я не знаю, будет ли он финансово успешным или нет, но, мне кажется, это интересно. Я решил отойти от фальца и предложил делать книги в формате свитка длиной 1,5 метра. Здесь будут рисунки, и родители с ребенком могут читать и рассматривать его, а затем использовать в качестве гравюры с иллюстрациями, со сказками японскими или русскими в интерьере детской комнаты. Если красиво сделать – это будет прекрасный подарок.

А недавно я одному крупному издательству предложил сделать совместный проект «Книжная блинная». На возражение, что книги будут грязными, я отвечаю: во-первых, салфетки давно придумали, во-вторых, можно пойти помыть, а в-третьих, совершенно необязательно есть блин и одновременно читать книгу. Можно сначала покушать, а потом вместе с кофе почитать книгу. Но здесь цель совершенно другая. Я на «Лавочке детских книг» почувствовал одну вещь – когда в замкнутом пространстве собирается много хороших книг – это волей-неволей создает особую атмосферу, оттуда уходить не хочется. Я в «Лавочке» иногда по 1,5 часа сижу и не могу уйти, потому что мне там хорошо. А «Книжная блинная» – это многообразие меню и возможность проводить замечательные мероприятия. У меня в Нижнем Новгороде в «Лавочке» люди уже начинают запи-

сываться. Они приходят с одним и тем же вопросом: «А можно мы у вас проведём день рождения? Мы готовы заплатить вам за аренду, мы не будем здесь пить, мы просто хотим здесь походить, почитать книги». Настолько атмосфера привлекает. Все эти детские клоуны уже надоели, хочется какого-то разнообразия. Самое главное – чтобы были хорошие книги.

На самом деле идея у меня гораздо больше, чем денег. И какие-то проекты я не могу один проводить. Я хочу сейчас создать музей детской книги – это обязательная программа, только пока не знаю где, в Питере или Москве. В Питере, по крайней мере, я договорился с людьми, которые могут просто за «так» предоставить площадку для этого. Я бы, конечно, в Москве хотел. Но время опять-таки ещё не пришло. Много чего хорошего можно делать. Плюс я начинаю потихоньку наших людей с деньгами раскручивать на спонсирование. Вот «Мурзилка» ко мне обратился. Этот журнал даже включили в книгу рекордов Гиннеса, как самый старейший детский журнал (существует с 1924 г.). Я нашёл деньги у богатых людей на издание 5-тысячным тиражом альбома истории «Мурзилки» со всеми иллюстраторами. Продать такой альбом невозможно, но его можно подарить библиотекам. Этот проект точно пойдет на пользу рынку, и для спонсоров это будет хорошо. Я пытаюсь им это объяснять. Но потенциальные спонсоры пока дальше записных книжек на Новый год или приборов, которые делают в Китае за бешеные деньги, не мыслят. И обратная связь от читателей, которые нравятся книги, очень поддерживает. Я уверен, что у меня не хватило бы сил, если бы не было этой поддержки. Если ты вкладываешь положительную энергию, то она обязательно возвращается, причём в больших объёмах.

**– И напоследок, традиционный вопрос журнала. Ваш прогноз развития книжного рынка. Понятно, что сейчас все говорят, что рынок на спаде и реально все в минусе по всем направлениям. Как вы оцениваете тенденции?**

– Я считаю, что «дно» ещё не настало. Рынок будет продолжать падать – это точно. И уже никогда не вернётся в своё предыдущее состояние в силу того, что хотя бы вся «проходная» литература уйдёт в ридеры, которые будут стоить дешевле, становиться интереснее, легче. Хотя я, такой фанат, что все равно буду читать бумажные книги. Но таких, как я, дураков, на самом деле не много. Многие просто более практично подходят к этой ситуации. Хорошие книги, конечно, и через 15–20 лет останутся, но не в прежних объёмах.

Сложнее всего придётся крупным компаниям. Им надо либо просто спасать свои деньги, вытаскивать их, чтобы они не закончились в какой-то момент (а это резкое сокращение производства), либо быстро переориентироваться на что-то другое. Но здесь, во-первых, непонятно на что переориентироваться, во-вторых, не представляю, как такую структуру можно быстро переориентировать. Поэтому им сложнее всего. Но и совсем маленьким компаниям будет тяжело, потому что число магазинов будет сокращаться в силу сра-

щивания с крупными сетями, а они «чужих» книг брать не будут. Сейчас «АСТ» открыто говорит, что в «Букву» никого брать не будет. «Новый книжный» ещё продолжает заигрывать. Но на моём примере я могу сказать, что это только заигрывание. «Топ-книгу» сейчас «разбомбят» между «АСТ» и «Эксмо». Остальное умрёт. И всё.

Но, с другой стороны, самые маленькие особо ничего не потеряют. Они просто либо ещё более свернутся, либо перерыв сделают. Я сейчас перестрадаиваюсь. Мне очень интересна околоскнижная сфера с теми же тактильными ощущениями. Я начал замечательный проект «Открытки» и собираю его развивать серьёзными темпами. Делаю интересные, креативные блокноты. Я даже зарегистрировал бренд-название «Шай флай». Это дико успешные продажи. И тут команда у меня настолько креативно-дизайнерски заточена, что мы можем делать разные блокноты. Это направление гораздо дольше не умрёт, потому что записная книжка очень популярна у молодёжи. А открытки – это просто дёшево и интересно. И опять же набор открыток обладает свойством, что вроде тебе и не нужно, но начинаешь перелистывать и покупаешь. Их и молодёжь покупает. Это необъяснимая вещь. Наверное, если нанять психологов, то они смогли бы это объяснить. Но я сам для себя этого объяснить не могу. У меня все было против открыток. Но, когда они увидели, как открытки продаются, насколько они сами по себе интересные, все сказали – молодец.

**– Действительно, околоскнижных форматов очень много...**

– Да. Самое главное, чтобы «голова варила». На этом и стоит ИД Мещерякова. Мы не занимаемся массовым выпуском книг. Хотя, я ничего не вижу плохого в том, чтобы сделать массово хорошую книгу. Просто я сейчас этого сделать не могу, не смогу её продать и разорюсь, а в итоге и вообще не смогу делать никакие книги. Я вообще очень авантюрный человек, но даже здесь есть придел моей невменяемости. Я всё равно пытаюсь себя как-то ограничивать, просчитывать всё. Вот хочу сделать детское радио в Интернете. В июле мы этот проект хотим запустить. Не знаю, что получится. Это такой стартап. Это очень интересно. И я считаю, что этого не хватает. У нас много радио для взрослых о детской литературе. Но я хочу сделать так, чтобы в качестве интервьюеров выступали не журналисты, а люди, смыслящие в детской литературе. Например, я с удовольствием мог бы вести какие-то спорные дискуссии с издателями, книготорговцами, иллюстраторами. В июне мы запускаем пилотную двухчасовую программу два раза в неделю в Интернете. Если что-то получится, то с сентября хочу перевести на те же два раза в неделю, но в прямой эфир. Тогда уже интерактив появится, мне интересно, чтобы люди вопросы задавали. Если дальше всё будет развиваться, то буду искать партнёра. Если нет... Я не волнуюсь: не получится, значит – не получится. Что-нибудь ещё придумаем. Главное не распылять себя и работать на одну цель, т.е. яхты или пылесосы я не хочу делать.

**В.Ю. Мещеряков.**  
**А еще мне очень хочется написать сказку...**

*Чтение для меня очень интимный процесс. Я не могу читать, когда мне кто-то мешают. И сейчас, когда домашние укладываются спать, я могу читать в своё удовольствие. Я действительно много читаю. И здесь тяжело сказать, что мне нравится, а что – нет. Я очень люблю детективы и не боюсь в этом признаться, правда, выбираю те, которые не столько сюжетно, сколько художественно интересны. Ну, например, мне нравится Фред Варгас. «Песнь моряка» Кизи прочитал с огромным удовольствием. Очень нравится «Золотой храм» Мисимы. Я могу на самом деле даже Шпенглера прочитать «Закат Европы», чтобы голову загрузить полностью и, ничего не поняв, уснуть. Тоже интересно. «Закат Европы», я считаю, просто идеальная книга для сна. Просто супер-вещь. Но больше, конечно же, художественную литературу люблю. И именно западную. Очень люблю Драйзера. Из последнего меня поразил «Нежный бар» Морингера. Стефани Майэр не читаю, хотя было желание прочесть. Хёга обожаю. Единственное, я не люблю юмор и фантастику. Люблю перечитывать, особенно Фёдора Михайловича. У меня вообще всё очень просто во вкусах. Мой любимый художник – Ван Гог, а любимый писатель – Достоевский. Примитивно, но это так. И я не хочу говорить, что мне нравится самый великий роман XX века, который я начинал 5 раз и 5 раз на 30 странице заканчивал – «Улисс». Ну не нравится он мне.*