

Over Stichting CPNB

Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek wil het leven van mensen verrijken door ze meer boeken te laten lezen. Met inspirerende initiatieven laat de CPNB zien dat het lezen van boeken ontspanning, ontsnapping, verdieping en verrijking biedt. Zo stimuleren wij zoveel mogelijk mensen tot een gang naar boekhandel en bibliotheek. Dit doen wij vanuit het collectief van boekhandel, bibliotheek en uitgeverij. Bekende merken van Stichting CPNB zijn De Nationale Voorleesdagen, Boekenweek, Zomerlezen, Boekenweek voor Jongeren, Kinderboekenweek en Nederland Leest.

Een boek kan zoveel doen

Onderzoek wijst het steeds weer uit: het lezen van boeken is goed voor de mens, samenleving en economie. Taalvaardigheid en geletterdheid maken het verschil in de ontwikkeling van mensen, op school en op de arbeidsmarkt. Lezen is ook een baken van rust en ontspanning. Boeken lezen maakt gelukkig – het is de meest ontspannende activiteit die een gevoel van zinvolheid geeft. Dat komt omdat lezen verbindt – het is een aandachtige activiteit waarin je helemaal opgaat en jezelf overgeeft aan de wereld van een ander.

Boeken zorgen voor verrijking en verdieping, verhalen bieden ontspanning en ontsnapping. Een boek is bovendien een mooi cadeau met persoonlijke meerwaarde.

De lezer centraal

Boeken lezen verbindt. En de lezer verbindt het boekenvak. Het plezier en de belevingswereld van de lezer staan centraal in de inspanningen van het boekenvak, van uitgever tot docent, van bibliotheekmedewerker tot boekverkoper. Binnen de doelgroep jeugd richten wij ons op (groot)ouders en jongeren in drie leeftijdscategorieën: 0 tot 6 jaar, 6 tot 12 jaar en 12 tot 18 jaar. Ook binnen de doelgroep volwassenen richten wij ons op drie groepen: incidentele lezers, veellezers en cadeaugevers.

Hoe bereiken we de lezer? Drie strategieën zijn leidend in onze campagnes en activiteiten. Ten eerste: lezers worden het meest geïnspireerd door andere lezers. Bekende en onbekende lezers vervullen daarom de rol van ambassadeur. Daarnaast willen we lezen en leesplezier zichtbaarder maken: we investeren in de

leescultuur en het imago van lezen en het boek. Tot slot helpen we lezers kiezen: er is een boek voor iedereen. Het juiste boek vinden leidt tot positieve leeservaringen, wat ervoor zorgt dat mensen blijven lezen.

Traditie van boekpromotie

Stichting CPNB is het marketingcommunicatie- en pr-bureau van de boekensector. Met state-of-the-art marketing- en communicatiekennis ontwikkelen wij inspirerende campagnes die lezers bewegen tot een bezoek aan boekhandel en bibliotheek. Al sinds 1930 bundelen Nederlandse uitgevers en boekverkopers hun krachten voor de promotie van het boek. Voor deze taak werd in 1983 de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek in het leven geroepen. Sinds 2001 is ook de Vereniging van Openbare Bibliotheken convenantpartner naast de Groep Algemene Uitgevers en de Koninklijke Boekverkopersbond.

De CPNB is een stichting zonder winstoogmerk. De gelden die wij ontvangen worden alle aangewend voor onze missie ter bevordering van lezen en boekbezit. Er zijn drie inkomstenbronnen: 1) vaste bijdrage van de convenantpartners GAU, KBb en VOB; 2) campagneopbrengsten uit de verkoop van uitgaven en promotiematerialen; 3) bijdragen van sponsors en partners in het veld van leesbevordering.