**Co najczęściej kupowaliśmy w czasie pandemii?**

**W czasie pandemii chętnie kupowaliśmy prasę, artykuły tytoniowe, środki ochrony osobistej i książki – wynika z danych Kolportera, który przeanalizował sprzedaż w swojej sieci w okresie ostatnich 3 miesięcy.**

Saloniki prasowe były jednymi z punktów, których działalność nie została ustawowo ograniczona. Dostęp do prasy został uznany za istotny element walki z pandemią. Dlatego też wszystkie punkty, w których wiodącym asortymentem są gazety i czasopisma, pracowały normalnie.

– Z oczywistych przyczyn ruch klientów był mniejszy, zwłaszcza w marcu, zaraz po ogłoszeniu stanu epidemii. W tym czasie wprowadziliśmy reorganizację sprzedaży, np. ograniczając obecność klientów w punkcie czy rekomendując korzystanie z kart płatniczych. Wprowadziliśmy również do asortymentu saloników produkty szczególnie poszukiwane: maseczki ochronne i płyny dezynfekcyjne. W okresie od marca do końca maja br. sprzedaliśmy w sumie ponad 34 tysiące maseczek i ok. 3 tysiące sztuk płynów antybakteryjnych – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera.

W tym samym okresie klienci saloników kupowali również chętnie prasę – m.in. tygodniki i czasopisma dla dzieci, a także nowoczesne produkty dla palaczy – podgrzewacze tytoniu, aerozole nikotynowe itp. Powodzeniem cieszyły się także różnego rodzaju leki bez recepty. Zdecydowanie słabiej niż w poprzednich miesiącach sprzedawały się natomiast np. bilety komunikacji miejskiej. To efekt znacznego ograniczenia w przemieszczaniu się.

Klienci saloników Kolportera chętnie sięgali natomiast po książki – w ciągu minionych 3 miesięcy kupili ich w sumie blisko 80 tysięcy egzemplarzy. Absolutnym hitem okazały się powieści Blanki Lipińskiej. Trzema najczęściej kupowanymi książkami były: „Kolejne 365 dni”, „Ten dzień” i „365 dni” tej właśnie autorki. Kolejne miejsca na liście książkowych hitów czasu pandemii zajęły kryminały Remigiusza Mroza (m.in. „Głos z zaświatów”, „Immunitet”, „Inwigilacja”, „Zaginięcie”) oraz „Byłam arabską stewardesą” Marcina Margielewskiego, „Jestem nieletnią żoną” Laily Shukri i „Chłopiec z listy Schindlera” Leona Leysona.

– Szczególne słowa uznania należą się naszym ajentom prowadzącym saloniki, a także osobom, które zatrudniają jako sprzedawców. To dzięki nim klienci mieli zapewniony normalny dostęp do prasy, książek i wszystkich poszukiwanych produktów – dodaje Dariusz Materek.