**EURO 2016 – czas dobrej sprzedaży**

**Specjalne czasopisma i albumy piłkarskie, karty kolekcjonerskie z wizerunkami piłkarzy, naklejki i gadżety – to produkty, które już pojawiły się w ofercie Kolportera, w związku ze zbliżającymi się Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej EURO 2016.**

Część wydawców, przede wszystkim albumów i publikacji kolekcjonerskich, swoje piłkarskie tytuły wprowadziła do sprzedaży już pod koniec kwietnia. W punktach sprzedaży współpracujących z Kolporterem można już kupić m. in. kolekcję „UEFA Euro 2016™ Adrenalyn XL™”, składającą się z 459 kart, z logo drużyny oraz wizerunkami zawodników z drużyn biorących udział w turnieju. Kolejną propozycją jest „UEFA Euro 2016™”, czyli kolekcja 680 naklejek, które należy wkleić do 96-stronicowego albumu.

Atrakcją nie tylko dla kibiców, ale i młodych piłkarzy są dwie publikacje: „Kara narodowa. Sztuczki i triki piłkarzy” oraz „Robert Lewandowski. Sztuczki, triki i bramki”. Obie książki są autorskim pomysłem dwóch dziennikarzy zajmujących się tematyka piłkarską, Tomasza Bocheńskiego i Tomasza Borkowskiego. Z okazji Euro 2016 w ofercie Kolportera znalazły się także albumy: „Mistrzostwa Europy w piłce nożnej. Francja 2016”, „Piłka nożna” i „100 najsławniejszych piłkarzy”.

Oprócz wydawnictw albumowych i kolekcjonerskich na rynek trafiły lub trafią w najbliższym czasie czasopisma tematyczne, m.in „Magazyn EURO-MISJA 2016” (na rynku od 25 kwietnia), „Magazyn UEFA – Przewodnik kibica EURO 2016” (w sprzedaży od 11 maja) oraz „EURO-HISTORIA” (na rynku od 16 maja). W ofercie Kolportera znalazła się również ekskluzywna publikacji dla koneserów – „PIŁKA NOŻNA. Historia, Legendy, Mistrzostwa, Puchary”.

– Nasze wyniki z 2012 roku potwierdzają, że Mistrzostwa Europy istotnie wpływają na wzrost obrotów. Skumulowany miesięczny obrót Kolportera na sprzedaży wszystkich produktów mających w nazwie Euro lub UEFA wzrósł w tamtym czasie o 25 proc., przy czym największym wzięciem cieszyły się naklejki i karty kolekcjonerskie. Natomiast miesięczny obrót na produktach pośrednio związanych z mistrzostwami, a więc m.in. dziennikach i prasie sportowej, wzrósł o 8 proc. – mówi Michał Zbytek, dyrektor Pionu Sprzedaży w Departamencie Dystrybucji Prasy Kolportera.