**Saloniki w czasie pandemii**

**Asortymentem, który w sieci saloników Kolportera okazał się w czasie pandemii najbardziej stabilnym jest prasa – wynika z analiz spółki.**

Kolporter przeanalizował zainteresowanie poszczególnymi produktami i usługami, oferowanymi w sieci saloników, w okresie kwiecień – październik br.

– Najbardziej tradycyjny asortyment, czyli prasa, okazał się najbardziej odpornym na spadki sprzedaży. Notowaliśmy je głównie w okresie lockdownu, gdy ruch klientów został w zasadzie wstrzymany, przy czym spadki dotyczyły przede wszystkim saloników zlokalizowanych w galeriach handlowych – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera. – Od maja, wraz ze znoszeniem obostrzeń, sprzedaż zaczęła wracać do normy – dodaje.

Prasę kupowano najczęściej z różnego rodzaju doładowaniami – nie tylko do telefonów, ale także do platform internetowych. Klienci kupowali również często papierosy, artykuły tytoniowe, akcesoria

do e-papierosów. Często korzystali także z kolektur Lotto, zlokalizowanych w salonikach.

– Zauważyliśmy, że zmienił się nieco model zakupowy prasy – spadły zakupy impulsowe, ale przybyło klientów poszukujących określonych tytułów. To z pewnością wynika z sytuacji, że część punktów sprzedaży w czasie lockdownu była zamknięta, saloniki natomiast pracowały cały czas. Dodatkowo oferowały i oferują największy wybór tytułów prasowych – mówi D. Materek.

Jeśli chodzi o usługi oferowane w sieci Kolportera to bardzo dużą popularnością w minionych miesiącach cieszyła się możliwość opłacania rachunków. – Spora grupa osób chce dokonywać opłat w tradycyjny sposób, co miesiąc to co najmniej kilkadziesiąt tysięcy klientów. Z uwagi na środki bezpieczeństwa wprowadzone w salonikach, m.in. ograniczenie ilości osób jednocześnie przebywających w punkcie, obsługa klientów odbywała się praktycznie bez kolejek. To z pewnością wpływało na ich poczucie bezpieczeństwa i odróżniało nas od innych placówek, w których również można dokonywać płatności rachunków – zauważa D. Materek.

Produktami, które w trakcie minionych miesięcy zanotowały największe spadki sprzedaży w sieci Kolportera były natomiast bilety komunikacyjne i wejściówki na imprezy sportowe. Te ostatnie zostały w znacznej części odwołane.