**Kolekcje wydawnicze stale na topie**

**Kolekcje zabawek, gadżetów, naklejek czy książek to dziś stała część oferty wydawców prasowych. Zdaniem przedstawicieli Kolportera są istotnym elementem rynku prasowego i jedną z najdynamiczniej rozwijających się kategorii.**

W pierwszej połowie 2018 r. w ofercie dystrybucyjnej Kolportera znalazło się aż ok. 50 różnego rodzaju wydawnictw kolekcjonerskich. W tej grupie znalazły się zarówno kolekcje modeli samochodów i autobusów czy okrętów („Kultowe auta” – Edipresse Polska, „Kultowe autobusy PRL-u” – De Agostini Publishing, „Kolekcja okrętów wojennych” – Amercom S.A.), jak i zestawy albumów tematycznych (np. „Samoloty pasażerskie świata” – Edipresse Polska), a także wydawnictwa z zabawkami dla dzieci (m.in. „Konie” – Ringier Axel Springer, „Mistrzowski bus” – Cobi S.A.). Najliczniejszą grupę stanowiły kolekcje książkowe.

– Przygotowywane od kilku lat przez wydawców prasowych kolekcje książkowe cieszą się sporym zainteresowaniem kupujących. To najczęściej dobra literatura popularna, ze znanymi nazwiskami, a każda kolekcja ma także dodatkowy walor estetyczny – wydawcy przygotowują je bardzo starannie pod względem edytorskim – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera.

W ciągu pierwszych 6 miesięcy 2018 r. na rynek trafiły m.in. kolekcje książek „Mistrzowie polskiej fantastyki” (Edipresse Polska), „Nielegalni” (Ringier Axel Springer), „Mistrzyni romansu Penny Jordan” (Edipresse Polska) oraz kolekcje komiksów – „Star Wars” (DeAgostini Publishing) i „Tytus, Romek i A’Tomek” (Ringier Axel Springer). – Obserwując sprzedaż w sieci naszych saloników można powiedzieć, że komiksy to kolekcje ponadpokoleniowe – kupują je zarówno młodzi czytelnicy, jak i ci w wieku 50 plus. Wśród pozostałych kolekcji książkowych widać dość wyraźny podział na „kobiece” i „męskie”. Mamy także oczywiście specjalną ofertę kolekcji dla dzieci, to zresztą nie tylko książki czy zabawki – mówi Dariusz Materek.

Odpowiednikiem czasopism kolekcjonerskich dla najmłodszych czytelników są kolekcje naklejek, kart, tatuaży, gadżetów, czyli tzw. kolekcje saszetkowe. Od stycznia do czerwca 2018 r. do oferty dystrybucyjnej Kolportera trafiło ponad 30 tego typu wydawnictw. Wśród nich m. in. „Frogs&Co” (DeAgostini), „Jurrasic World. Upadłe królestwo” (Panini), „Supa Strika Clash Cards” (Burda Publishing), „Elena z Avaloru” (Panini), „Forever Rings” (Panini). W związku z mistrzostwami świata w piłce nożnej ukazało się także kilka wydawnictw dla młodych miłośników footballu – m.in. „Oficjalna kolekcja naklejek PZPN” i „Oficjalna kolekcja kart reprezentacji Polski 2018” (Burda Publishing).

– Dziś można z pewnością powiedzieć, że kolekcje wydawnicze – zarówno te z gadżetami, saszetkami, zabawkami, naklejkami, jak i książkowe – są stałym elementem oferty prasowej. Ich forma i specyfika są co prawda dość dalekie od tradycyjnie pojmowanych gazet i czasopism, ale tak dziś wygląda ewolucja rynku prasowego. Wydawcy od lat starają się jak najlepiej odpowiedzieć na oczekiwania czytelników, a kolekcje to produkty, które wyraźnie trafiają w gusta bardzo szerokiej grupy kupujących. I cieszą się popularnością w każdej grupie wiekowej – podsumowuje Dariusz Materek.