**Kolporter od 25 lat wydaje branżowy miesięcznik**

**„Nasz Kolporter” – branżowy miesięcznik największego dystrybutora prasy – obchodzi w tym roku jubileusz 25 lat istnienia. Ukazujące się od 1995 r. pismo trafia do wydawców i sprzedawców prasy w całej Polsce; prezentuje najważniejsze wydarzenia z rynku prasowego, a także promuje tradycyjną prasę.**

– Pomysł wydawania własnego miesięcznika pojawił się dokładnie 25 lat temu, pierwszy numer ukazał się w listopadzie 1995 r. Od tamtej pory co miesiąc przygotowujemy kolejne wydania „Naszego Kolportera”. Publikujemy materiały dotyczące bieżących problemów rynku prasowego, aktualnych tendencji i trendów, poruszamy tematy dyskusyjne i problematyczne, ale także omówienia aktualnych raportów niezależnych instytucji badawczych – m.in. Światowego Stowarzyszenia Gazet i Wydawców WAN-IFRA, Polskich Badań Czytelnictwa, Izby Wydawców Prasy, Instytutu Monitorowania Mediów – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera i redaktor naczelny miesięcznika. – Prawdopodobnie jesteśmy jedynym tego typu wydawnictwem na rynku, nasze archiwum to dziś wyjątkowe kompendium wiedzy o historii rynku prasowego w Polsce – dodaje.

Bezpłatny miesięcznik „Nasz Kolporter” dociera do ponad 21 tysięcy sprzedawców prasy w całej Polsce, a także do sieci handlowych. Jest również dystrybuowany wśród pracowników Kolportera, a także wysyłany do większości wydawnictw prasowych w Polsce. Za pośrednictwem „Naszego Kolportera” wydawcy organizują m.in. specjalne konkursy dla sprzedawców, promujące aktywną sprzedaż prasy, informują o wprowadzanych na rynek nowościach i planach wydawniczych.

– Rynek prasowy charakteryzuje się wysoką dynamiką zmian. Wydawcy co roku wprowadzają nawet

do kilkuset nowości – nie tylko typowych tytułów prasowych, ale także różnego rodzaju kolekcji

i produktów okołoprasowych. Sprzedawcy – chcąc zachować wysoką skuteczność – muszą stale poszukiwać informacji na temat rynku, pogłębiać swoją wiedzę, rozumieć zachodzące procesy. „Nasz Kolporter” uwzględnia potrzeby obu tych grup i łączy je komunikacyjnie, m.in. poprzez zapewnienie sprzedawcom wiedzy niezbędnej do skutecznej sprzedaży prasy. Te działania przynoszą określone efekty – współpracujące z nami punkty mają w większości lepsze wyniki sprzedażowe niż średnia rynkowa. Oczywiście dysponujemy również innymi narzędziami komunikacji, ale sprzedawcy prasy ufają wydawnictwom drukowanym i oceniają je zdecydowanie wyżej niż przekaz mediów elektronicznych. Od 25 lat zachowujemy więc tradycyjną formę naszego wydawnictwa; również dlatego, że konsekwentnie promujemy tradycyjną, drukowaną prasę – wyjaśnia Dariusz Materek.

„Nasz Kolporter” ukazuje się w objętości 52–64 stron, za jego przygotowanie odpowiada stały, 4-osobowy zespół redakcyjny, złożony z pracowników Kolportera, w tym osób z wieloletnim stażem dziennikarskim. Miesięcznik jest dostarczany do współpracujących z dystrybutorem sklepów spożywczych i przemysłowych, supermarketów, hipermarketów, kiosków, stacji benzynowych i saloników prasowych oraz punktów handlowych sprzedających prasę na terenie całej Polski.