**Kolporter pozytywnie o rynku prasowym w 2017 r.**

**Rośnie zainteresowanie czytelników czasopismami religijnymi oraz zajmującymi się zdrowiem i medycyną. Coraz chętniej sięgamy również po czasopisma dla pań oraz te, które zajmują się tematyką dom i ogród. To wnioski z opracowanego przez Kolportera podsumowania dystrybucji tytułów prasowych w 2017 r.**

– Analiza poziomu sprzedaży tytułów prasowych, które mamy w swojej ofercie, to proces stały, prowadzony na bieżąco. Po zakończeniu roku przygotowujemy dodatkowo dokładną analizę, podsumowującą 12 miesięcy. To pozwala nam na dość precyzyjne śledzenie nowych tendencji rynkowych i zmian w upodobaniach czytelniczych – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera.

– To, co obserwujemy już od kilku lat, to wyraźne wyhamowanie tendencji spadkowej w niektórych kategoriach czasopism. Oczywiście nie zmienia to, przynajmniej na razie, ogólnej tendencji spadku sprzedaży prasy, ale pokazuje, że rynek radzi sobie coraz lepiej w tych trudnych warunkach.

Kolporter wymienia trzy kategorie tematyczne czasopism, w których w 2017 r. spadki sprzedaży były zdecydowanie niższe niż rok wcześniej – zdrowie i medycyna, dom i ogród oraz czasopisma dla pań. Spory wpływ na ten fakt miały nowe tytuły, które w minionym roku ukazały się na rynku w tych właśnie kategoriach. W grupie czasopism dla pań do sprzedaży trafił wysokonakładowy tygodnik Wydawnictwa Bauer – „100 rad”. Tematyka dom i ogród wzbogaciła się w 2017 r. o dwie nowości: „Miesiąc w ogrodzie” Wydawnictwa Bauer i „Sezon w ogrodzie” Wydawnictwa Burda Publishing. Tytuły zajmujące się zdrowiem i medycyną nie poszerzyły w minionym roku swojego portfolio, ale znacząco wzrosła sprzedaż miesięcznika „O czym lekarze ci nie powiedzą” Wydawnictwa AVT. W II połowie 2016 r. zaczął się też ukazywać nowy tytuł tego wydawcy – „Holistic Health”.

Zdecydowanie najlepszym wynikiem mogą się natomiast poszczycić czasopisma religijne – ta grupa tytułów zanotowała w ubiegłym roku znaczący wzrost sprzedaży w porównaniu do 2016 r. Jak zauważają przedstawiciele Kolportera, wpływ na to miała sprzedaż dwóch wysokonakładowych tytułów Wydawnictwa Bauer – „Cuda i objawienia” oraz „Ludzie i wiara”. Oba tytuły debiutowały na rynku pod koniec 2016 r.

– Wydawcy stale rozbudowują swoją ofertę, starając się trafiać do nowych grup czytelników. Naszym zadaniem jest wsparcie ich w tych staraniach, umożliwienie skutecznej promocji w punktach sprzedaży, praca bezpośrednio ze sprzedawcami, których staramy się na bieżąco informować o wszystkich nowościach w ofercie. Mamy zespół doświadczonych menadżerów, przygotowujemy i wdrażamy stale nowe narzędzia, wspierające sprzedaż prasy. Współpracujący z nami sprzedawcy otrzymują m.in. cykliczny

e-biuletyn z informacjami o nowościach i zmianach w ofercie prasowej, ostatnio uruchomiliśmy także specjalny, bezpłatny portal dla sprzedawców. Wspólnie z wydawcami intensywnie pracujemy nad tym, aby sprzedaż prasy osiągała jak najlepsze wyniki – podsumowuje D. Materek.