

Agorze i TVN-owi spada

12 listopada 2011

Okazuje się, że wydawca „Gazety Wyborczej” mimo zwiększenia przychodów walczy ze sporym spadkiem wydatków reklamowych w prasie. Prognozę dynamiki wzrostu rynku reklamy obniżył także TVN.

Jak podaje portal wyborcza.pl, choć wyniki operacyjne poprawiły działy reklamy zewnętrznej, radia i internetu, spadki zanotowały dzienniki i magazyny. Z przytoczonych danych wynika, że zysk netto Agory spadł o ponad połowę w stosunku do ubiegłego roku.

Agora zdecydowała o obniżeniu swojej prognozy wzrostu rynku reklamy i szacuje, że tegoroczne wpływy reklamowe z dzienników skurczą się nawet o 9-12 proc.

Podobną decyzję w sprawie obniżenia dynamiki wzrostu rynku reklamy dokonał zarząd TVN.

Opracowanie: pł

Na podstawie: wyborcza.pl

Źródło: Niezalezna.pl