

Mainstream traci wpływy z reklam

25 kwietnia 2013

Okazuje się, że w I kwartale bieżącego roku mainstreamowe tytuły prasowe odnotowały duże spadki wpływów z reklam. Sporo straciły m.in. „Gazeta Wyborcza”, „Polska The Times” oraz „Rzeczpospolita”.

Z danych przedstawionych przez serwis wirtualnedia.pl wynika, że wpływy z reklam „Gazety Wyborczej” i „Polski” spadły o ok. 20 proc., „Super Expressu” i „Pulsu Biznesu” – o ponad 20 proc., a „Rzeczpospolitej” i „Naszego Miasta” aż o ok. 30 proc.

Z przygotowanych dla serwisu wirtualnedia.pl danych Kantar Media wynika, że cennikowe wpływy reklamowe dzienników w I kwartale 2013 roku wyniosły łącznie 387,86 mln zł i były o 15,4 proc. mniejsze niż rok wcześniej.

Ponadto z najnowszych prognoz wynika, że w całym 2013 roku wpływy z reklam zmniejszą się w sumie o ok 20 proc.

Autor: pŁ

Na podstawie: wirtualnedia.pl

Źródło: Niezalezna.pl