

Nie pomogły reklamy spółek Skarbu Państwa

29 grudnia 2013

Od nowego roku drożeje „Gazeta Wyborcza”. Ostatnia podwyżka miała miejsce w lipcu tego roku. Widać Agorze, czyli wydawcy GW, nie pomagają nawet reklamy spółek Skarbu Państwa, których zatrudnienie na łamach dziennika Adama Michnika.

W komunikacie przekonuje się, że zwiększenie ceny za gazetę jest związane z „inwestycjami w jakość i opiniotwórczość dziennika”- podaje portal wirtualnedia.pl, ale problem znany jest od dawna.

Coraz mniej osób sięga po „Gazetę Wyborczą”. Nic Agorze nie dały zwolnienia pracowników, które miały miejsce w połowie roku, ani likwidowanie tematycznych „wkładek”.

Jak wynika z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy rozpowszechnianie płatne razem „Gazety Wyborczej”, wydawanej przez Agorę, wyniosło we wrześniu 2013 roku 201.804 sztuki i było o 18,8 proc. niższe niż rok wcześniej.

Warto również zauważyć, że spółka wydająca „Gazetę Wyborczą” w I połowie tego roku zanotowała 0,8 mln zł straty netto w stosunku do 0,3 mln straty w tym samym okresie ubiegłego roku. W I półroczu 2013 roku przychody Agory wyniosły 533,7 mln zł – to 5,4 proc. mniej niż w roku 2012.

Autor: mg

Na podstawie: wirtualnedia.pl

Źródło: Niezalezna.pl