

„Wprost” z największym wzrostem sprzedaży w kwietniu.

Rosną zasięgi mediów PMPG

O 16,79 proc. wzrosła w kwietniu sprzedaż ogółem tygodnika „Wprost”. To największy wzrost w grupie tygodników w porównaniu do marca. W kwietniu wzrosła również sprzedaż tygodnika „Do Rzeczy”. Na wysokim poziomie utrzymują się również statystyki serwisów internetowych grupy.

Według danych za kwiecień 2017 r. opublikowanych przez ZKDP, rozpowszechnienie płatne razem „Wprost” wyniosło 89 023 egzemplarze i było o 3 proc. wyższe niż w marcu. O 3 proc wzrosło również rozpowszechnienie tygodnika „Do Rzeczy”, które wynosiło 54 114 egzemplarzy.

Tygodniki PMPG są dostępne w:

- **największych sieciach dystrybucji prasy:** Ruch, HDS, Kolporter, salony Empik
- w **prenumeracie** kolporterskiej i wydawniczej
- **alternatywnych sieciach dystrybucji** prasy m.in. w restauracjach, hotelach, na lotniskach, w ekskluzywnych punktach usługowych
- **jako e-wydanie** – na komputerach osobistych, tabletach i telefonach komórkowych **poprzez strony ewydanie.wprost.pl i ewydanie.dorzeczy.pl** oraz u **dystrybutorów prasy elektronicznej.**
- w aplikacjach mobilnych dostępnych w **AppStore i Google Play** oraz w systemie **Publico24.**

W sumie tygodniki PMPG w formie wydań drukowanych oraz cyfrowych **docierają do ponad 220 000** czytelników (tygodnik czyta średnio więcej niż jedna osoba).

W kwietniu również na wysokim poziomie utrzymywały się statystki serwisów wydawanych przez grupę PMPG. Ponad trzykrotnie wyższa od ubiegłorocznej jest liczba unikalnych użytkowników serwisu Do Rzeczy.pl. Liczba odsłon serwisu wzrosła prawie czterokrotnie, do poziomu 4 mln. Również trzykrotnie dłuższy jest czas spędzany przez internautów na stronie DoRzeczy.pl. Użytkownicy znajdują tam newsy, gorące komentarze do aktualnych wydarzeń oraz felietony publicystów tygodnika, m.in. Piotra Gabryela, Pawła Lisickiego, Piotra Semkę, Wojciecha Wybranowskiego, Rafała Ziemkiewicza, Piotra Zychowicza.

Dwukrotny wzrost w stosunku do kwietnia 2016 r. odnotował w tym roku serwis Wprost.pl, którego liczba użytkowników rok do roku wzrosła o ponad 30 proc., do ponad 2 milionów, a liczba odsłon – do blisko 6 mln.

Rosnące zasięgi mediów grupy PMPG to efekt konsekwentnie realizowanej strategii budowy silnych brandów mediów zasięgowych poprzez dywersyfikację formatów i kanałów dostępu oraz rozbudowę portfolio uznanych, opiniotwórczych marek wydawanych tygodników o kolejne elementy, które budują trwałą relację z czytelnikami/użytkownikami.

Media grupy PMPG są również bardzo aktywne w mediach społecznościowych. Na Facebooku **fanpage Tygodnika Lisickiego zgromadził 105 000 fanów**, a dodatkowo **ponad 18 000 osób śledzi fanpage DoRzeczy**. Profil Historii Do Rzeczy obserwuje prawie 16 000 osób. Na **Twitterze konto DoRzeczy.pl ma ponad 41 tys.** obserwatorów, a konto **Tygodnika Do Rzeczy – 23 tysiące**. Tygodnik „Wprost” ma **189 tys. fanów na FB** i **ponad 442 tys. obserwujących na Twitterze**. Magazyn **Film na FB ma ponad 14 000 fanów**, na Twitterze obserwuje go prawie 3000 użytkowników.

W sumie **media grupy PMPG Polskie Media** notują dziś następujące zasięgi:

- **3 500 bezpośrednich uczestników** wydarzeń organizowanych pod marką „Wprost” lub „Do Rzeczy”
- **220 000 czytelników drukowanych i cyfrowych wydań** tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”
- **350 000 fanów** na Facebooku
- **515 000 obserwujących** na Twitterze
- **3 000 000 użytkowników serwisów internetowych** Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl
- **11 000 000 odsłon** serwisów internetowych.