

Rekordowe statystyki serwisów Grupy PMPG Polskie Media w 2017 r.

Prawie 20 mln użytkowników odwiedziło w 2017 r. serwis Wprost.pl. To blisko 30 proc. więcej niż rok wcześniej. Tylko w grudniu serwis notował prawie 2,5 mln użytkowników. **Serwis DoRzeczy.pl odwiedziło ponad 7,3 mln użytkowników** - prawie trzy razy więcej niż w 2016 r.

Serwisy Grupy PMPG Polskie Media w sumie odnotowały ponad 190 mln odsłon. Liczba odsłon DoRzeczy.pl wzrosła ponadczterokrotnie, do ponad 61 mln zł. Wprost.pl notował blisko 130 mln odsłon – prawie dwa razy więcej niż przed rokiem. Kilkukrotnie wydłużył się czas spędzany przez użytkowników w obu serwisach, wzrosła też liczba stron odwiedzanych podczas jednej sesji.

Oglądalność i rosnące zasięgi mediów należących do Grupy PMPG Polskie Media potwierdzają, że w sprawdza się konsekwentnie realizowana **strategia 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.

W sumie serwisy internetowe Grupy: Wprost.pl, DoRzeczy.pl, nowy portal SuperHistoria.pl oraz wertykalny portal Film.com.pl razem mają prawie **4 miliony użytkowników miesięcznie** i notują ponad **25 mln odsłon** (grudzień 2017). W rosnącym zasięgu mediów PMPG, szczególnie w przypadku Wprost.pl, coraz większą rolę odgrywa ruch organiczny.

Skumulowane wzrosty w Internecie to efekt wdrażania kolejnych rozwiązań technicznych oraz współpracy pomiędzy działem rozwoju oprogramowania i obydwoma redakcjami internetowymi, a także przemyślanej i dobrze zaplanowanej polityki informacyjnej. „Na wzrosty składają się m.in. wprowadzenie w listopadzie 2016 DoRzeczy.pl na nową platformę wydawniczą CMS 10 Stander z wieloma nowymi funkcjonalnościami oraz sukcesywne wdrażanie nowej strategii SEO od września 2017” – wyjaśnia Jerzy Szulwic, Chief Digital Officer PMPG Polskie Media.

Tygodnik „Wprost” i serwis Wprost.pl odzwierciedlają zarówno claim tytułu, który jest dziś tygodnikiem opinii i dyskusji i w którym swoje miejsce mogą znaleźć wszystkie strony polskiej debaty publicznej, jak i credo redakcji, która od 35 lat pisze wprost o sprawach ważnych dla czytelników.

Tygodnik „Do Rzeczy” pozostaje największym ośrodkiem wolnej myśli patriotycznej. Tygodnik wspiera ludzi i instytucje dbające o polską pamięć historyczną, od pięciu lat wręczając nagrodę Strażnik Pamięci, a także polskich producentów, organizując od dwóch lat plebiscyt „100% Polski Produkt”.

Media grupy PMPG są również bardzo aktywne w mediach społecznościowych. Na Facebooku **fanpage Tygodnika Lisickiego zgromadził ponad 106 000 fanów**, a dodatkowo **ponad 19 200 osób śledzi fanpage DoRzeczy**. Profil **Historii Do Rzeczy** obserwuje ponad 16 000 osób. Na **Twitterze konto DoRzeczy.pl ma ponad 48,5 tys.** obserwatorów, a konto **Tygodnika Do Rzeczy – 26,4 tysiąca**. Tygodnik „Wprost” ma **prawie 190 tys. fanów na FB** i ponad **447 tys. obserwujących na Twitterze**. Magazyn **Film na FB ma ponad 15 000 fanów**, na Twitterze obserwuje go prawie 3000 użytkowników. Ponadto tygodnik „Wprost” jest najbardziej aktywnym tygodnikiem na Facebooku. Jest też tym medium, które – jako tygodnik opinii i dyskusji – ściąga na swój fanpage zarówno fanów „Newsweeka”, jak i czytelników „Sieci Prawdy”.

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

- **3 500 bezpośrednich uczestników** wydarzeń organizowanych pod marką „Wprost” lub „Do Rzeczy”
- **200 000 czytelników drukowanych i cyfrowych wydań** tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”
- **380 000 fanów** na Facebooku
- **550 000 obserwujących** na Twitterze
- **4 000 000 użytkowników serwisów internetowych** Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl
- **26 930 000 odsłon** serwisów internetowych.