



Raport AUDYT PBC (dawniej ZKDP)

Rozpowszechnianie Tytułów Prasowych I kw. 2023 r.

Spis treści

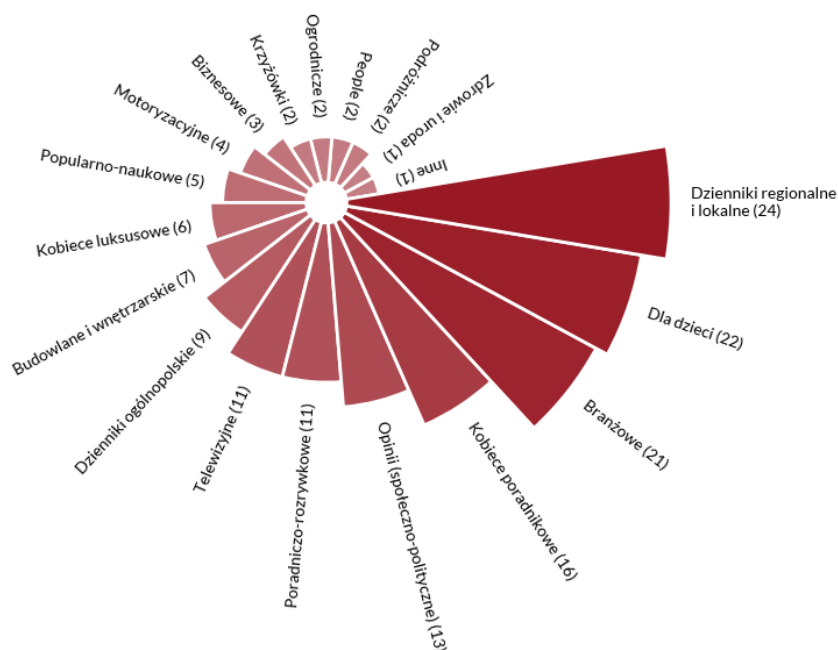
Wstęp	2
Dzienniki ogólnopolskie, regionalne i lokalne	6
Magazyny	7
Magazyny biznesowe	7
Magazyny budowlane i wnętrzarskie.....	7
Magazyny dla dzieci	8
Magazyny hobbystyczne	9
Magazyny kobiece luksusowe.....	10
Magazyny kobiece poradnikowe	10
Magazyny motoryzacyjne.....	11
Magazyny opinii (społeczno-polityczne).....	12
Magazyny people.....	12
Magazyny popularno-naukowe	13
Magazyny poradniczo-rozrywkowe	13
Magazyny telewizyjne.....	14
Magazyny zdrowie i uroda	14
Magazyny inne	14
Magazyny branżowe	15
O spółce Polskie Badania Czytelnictwa	17

Wstęp

Przedstawiamy raport rozpowszechniania tytułów prasowych audytowanych w PBC w I kw. 2023 roku. **W tym okresie rozdystrybuowano 83 855 541 egzemplarzy prasy drukowanej i cyfrowej.** 94,4% stanowiła prasa płatna, a 5,5% prasa bezpłatna i dystrybucja promocyjna prasy.

Ważną zaletą prasy jest możliwość dotarcia do precyzyjnych grup celowych zainteresowanych konkretnymi tematami, dlatego **publikujemy dane z podziałem na kategorie tematyczne.**

Wykres 1. Liczba tytułów w Audycie PBC w 2023 r. w poszczególnych kategoriach tematycznych

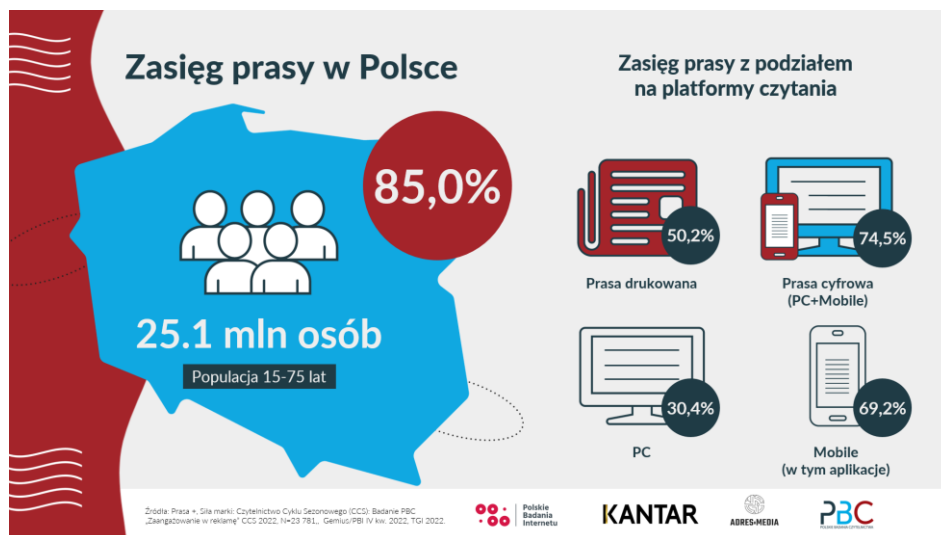


Dodatkowe informacje do raportu za I kw. 2023 r.

- Dane następujących tytułów ze względu na ich częstotliwość ukazywania się nie zostały jeszcze złożone: „Cartoon Network Magazyn”, „Magazyn Ogólnopolski Zagroda”, „Sprawny. Marketing”,
- Ostatnie dane dotyczą wyłącznie stycznia 2023 roku dla tytułów zamkniętych przez Burda Media Polska Sp. z o.o.: „Burda”, „Claudia”, „Dobre Rady”, „Kocham Ogród”, „Przyślij Przepis”, „Przyślij Przepis Wydanie Specjalne” oraz dla tytułu wycofanego „Ucz się i baw z TVP ABC”,
- Wydawnictwo Story House Egmont Sp. z o.o. zgłosiło do Audytu PBC następujące tytuły przejęte od wydawnictwa Media Service Zawada Sp. z o.o.: „Cartoon Network Magazyn”, „Magazyn L.O.L. Surprise”, „Magazyn Świnka Peppa”, „Magazyn MiniMini”, „Scooby - Doo!”,
- Izba Architektów Rzeczypospolitej Polskiej zgłosiła do Audytu PBC wydanie specjalne kwartalnika „Zawód: Architekt”.

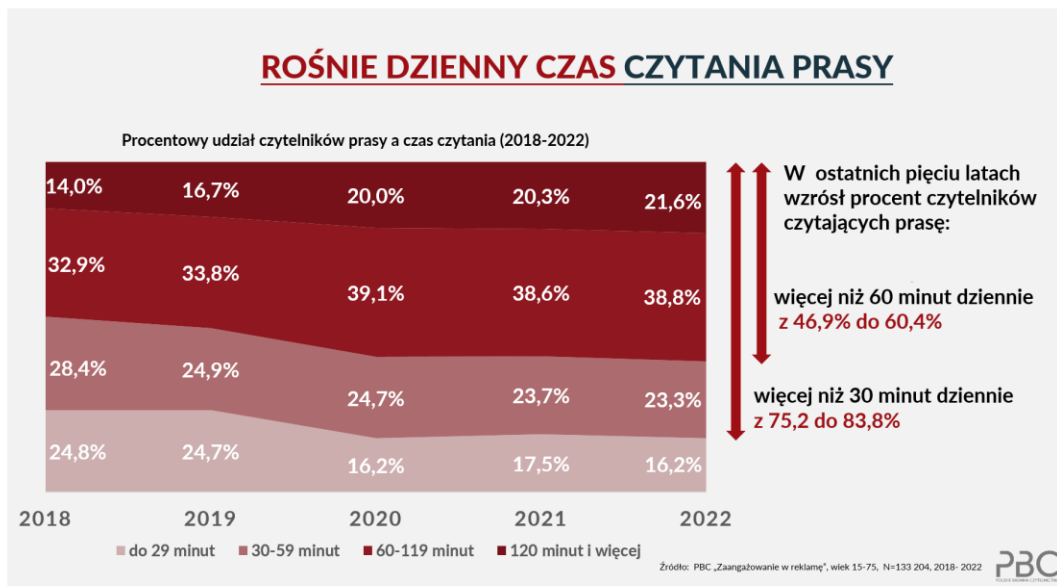
Czy wiesz, że:

- prasa to nie tylko wydania drukowane, **aż 75% marek tytułów prasowych dostępna jest zarówno w druku jak i w formach cyfrowych** (e-wydanie, strona internetowa)



- **zasięg prasy w Polsce wynosi 85,0% z czego prasy drukowanej 50,2% a prasy cyfrowej czytanej na komputerach, telefonach czy tablecie 74,5%.** Porównując zasięgi warto pamiętać przy analizie danych, że 94,4% prasy drukowanej to prasa płatna, a większość zasięgów w prasie cyfrowej pochodzi z treści niepłatnych,
- część czytelników synergicznie i jednocześnie korzysta z wydań drukowanych i cyfrowych ze względu na ich zupełnie odmienne wartości. Jednak **dla aż 42% czytelników prasy drukowanej to druk stanowi podstawową, intencjonalną formę dostępu do treści,**
- prasa towarzyszy cały dzień: 91,5% osób czyta prasę w domu, **aż 29,3% czyta prasę w pracy,** 15,3% w samochodzie, tramwaju lub pociągu, a 11,4% w innym miejscu,
- jeden egzemplarz zakupionego tytułu może być czytany przez kilka osób w domu, w pracy czy miejscach publicznych, a **jeden czytelnik może mieć średnio 11 kontaktów z reklamą w 1 egzemplarzu drukowanego czasopisma.** To unikalna cecha prasy (inne media: 1 emisja to 1 kontakt),
- dla 89% osób czytanie to czynność podstawowa, na której koncentrują uwagę. Czytanie wpływa na dobrostan psychiczny człowieka co przekłada się na **duże zapamiętywanie treści artykułów i reklam,**
- prasę charakteryzuje duża liczba powrotów do pisma: **ponad 90% osób wraca do pisma co najmniej 2 razy,** ponad 40% osób wraca do tygodników i miesięczników co najmniej 4 razy, **3% czytelników wraca do tygodników i miesięczników ponad 10 razy,**
- **75% osób czyta jednorazowo co najmniej połowę pisma** (jednorazowo – przy jednym powrocie),

- **83,8% czytelników prasy czyta swoje ulubione tytuły co najmniej 30 minut dziennie** (wzrost z 75,2% w 2018 r.),



- **zauważalność reklam w prasie jest bardzo wysoka i wynosi ponad 85%.** Dane dla poszczególnych formatów reklam: rozkładówka - 91,5%; pełna strona - 89,7%, ½ strony - 88,6%, mniejsze formaty 87,6%,
- **prasa ma największy wpływ na kształtowanie opinii w Polsce.** W 2022 r. w rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów, prowadzonym przez Instytut Monitorowania Mediów, prasa miała aż 33% w wynikach cytowalności, telewizja 27%, portale internetowe i radio po 20%.



Audyt rozpowszechniania prasy jest od prawie 30 lat wiarygodnym źródłem informacji dla rynku reklamowego. Idea, inspirowana francuskim biurem kontroli dystrybucji prasy DC (Diffusion Contrôle), narodziła się w 1994 roku. Pomysł ten odpowiadał na potrzeby polskiego rynku prasowego, bo jego istotnym źródłem finansowania są reklamy. Rzetelne informacje o rozpowszechnianiu umożliwiają bezpieczne inwestycje w promocję. Działalność audytowa pozwala na chronienie rynku prasowego i reklamowego w Polsce przed nieuczciwą konkurencją. Publikowane dane są punktem odniesienia, akceptowanym zarówno przez sprzedających jak i kupujących powierzchnie reklamowe w prasie. Projekt prowadzony był przez wiele lat przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Od stycznia 2020 r. działalność związaną z audytem tytułów prowadzi spółka Polskie Badania Czytelnictwa.

PBC należy do International Federation of Audit Bureau of Certification (IFABC). Federacja zrzesza biura kontroli nakładu i dystrybucji prasy z ponad 30 państw. Dzięki członkostwu PBC może obserwować i implementować w swoich rozwiązaniach trendy dominujące na światowym rynku mediów i reklamy, a także ma dostęp do danych o rynku mediowym i raportów organizacji światowych współpracujących z IFABC.

Dzienniki ogólnopolskie, regionalne i lokalne

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Dziennik ogólnopolski - suma średnich	357 966	308 847	49 119
Fakt Gazeta Codzienna	130 783	130 551	232
Super Express	74 968	74 744	224
Gazeta Wyborcza	42 338	41 081	1 257
Rzeczpospolita	30 963	16 909	14 054
Dziennik Gazeta Prawna	28 267	12 341	15 926
Gazeta Podatkowa	18 608	14 637	3 971
Przegląd Sportowy	15 437	14 449	988
Puls Biznesu	13 212	2 827	10 384
Parkiet Gazeta Giełdy	3 390	1 308	2 083
Dziennik regionalny - suma średnich	112 238	96 849	15 389
Gazeta Pomorska	13 157	12 565	592
Dziennik Zachodni	8 812	7 994	818
Głos Wielkopolski	8 409	7 644	765
Polska Metropolia Warszawska	6 544	3 417	3 127
Express Ilustrowany	6 284	6 009	275
Głos - Dziennik Pomorza	6 217	5 302	914
Echo Dnia	5 913	5 081	832
Nowiny	5 775	4 486	1 289
Dziennik Łódzki	5 471	4 714	757
Dziennik Bałtycki	5 358	4 279	1 079
Gazeta Krakowska	5 039	3 835	1 204
Dziennik Polski	5 008	4 660	349
Gazeta Lubuska	4 555	4 120	435
Gazeta Wrocławska	3 954	3 207	747
Nowa Trybuna Opolska	3 749	3 270	479
Super Nowości	3 230	3 230	-
Sport	3 224	3 171	53
Kurier Szczeciński	3 036	2 926	110
Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski	2 716	2 575	141
Gazeta Współczesna	2 142	1 751	391
Kurier Poranny	1 840	1 447	393
Kurier Lubelski	1 805	1 166	639

Dane: Audyt PBC, okres I-III 2023 (tytuły: średnie na wydanie, kategorie tematyczne: suma średnich)
 Definicje wskaźników PBC: <https://www.pbc.pl/wskazniki-audyt/>

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Dziennik lokalny - suma średnich	6 833	6 518	315
Nowości - Dziennik Toruński	3 678	3 549	129
Express Bydgoski	3 155	2 969	186

Magazyny

Magazyny biznesowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Biznesowe - suma średnich	32 035	22 581	9 453
Miesięcznik			
Forbes. Profit	24 528	15 138	9 390
My Company Polska	6 024	5 960	63
Własny Biznes Franchising	1 483	1 483	-

Magazyny budowlane i wnętrzarskie

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Budowlane i wnętrzarskie - suma średnich	81 117	78 387	2 731	13 372
Miesięcznik				
Weranda Country	21 406	21 406	-	-
Weranda	16 988	16 988	-	-
Murator	15 374	12 665	2 709	-
Cztery Kąty	11 798	11 783	16	-
Ładny Dom	7 783	7 777	6	-
Dwumiesięcznik				
Elle Decoration	7 768	7 768	-	-
Ekspert Budowlany	-	-	-	13 372

Magazyny dla dzieci

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Dla dzieci - suma średnich	467 921	467 921	2
Miesięcznik			
LEGO Ninjago	45 877	45 877	-
LEGO Friends	33 918	33 918	-
Zabawy i Marzenia z Barbie	29 559	29 559	-
Mały Gość Niedzielny	26 920	26 919	2
LEGO Jurassic World Magazyn	25 799	25 799	-
Magazyn L.O.L. Surprise	24 352	24 352	-
LEGO City	24 079	24 079	-
Świerszczyk	23 042	23 042	-
Kraina Lodu	19 135	19 135	-
Księżniczka	18 886	18 886	-
Kaczor Donald	17 428	17428	-
Ucz się i baw z TVP ABC	15 203	15 203	-
Magazyn Świnka Peppa	13 998	13 998	-
Mój Kucyk Pony	13 643	13 643	-
Tomek i Przyjaciele	8 568	8 568	-
Dwumiesięcznik			
LEGO Minecraft	44 539	44 539	-
LEGO Marvel Avengers	29 761	29 761	-
Hot Wheels	22 800	22 800	-
Magazyn MiniMini	16 873	16 873	-
Scooby - Doo!	13 541	13 541	-

Magazyny hobbystyczne

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Hobbystyczne: krzyżówki - suma średnich	98 627	98 627	-
Miesięcznik			
Chwila na Relaks	61 682	61 682	-
Czas na Relaks	36 945	36 945	-
Hobbystyczne: kulinarne - suma średnich	164 734	164 734	-
Miesięcznik			
Przyślij Przepis Wydanie Specjalne	91 730	91 730	-
Przyślij Przepis	73 004	73 004	-
Hobbystyczne: ogrodnicze - suma średnich	170 176	170 169	7
Miesięcznik			
Działkowiec	83 098	83 098	-
Mam Ogród	39 863	39 856	7
Mój Ogródek	25 868	25 868	-
Dwumiesięcznik			
Kocham Ogród	21 347	21 347	-
Hobbystyczne: podróżnicze - suma średnich	29 362	29 362	-
Miesięcznik			
National Geographic Polska	14 880	14 880	-
National Geographic Traveler	14 482	14 482	-

Magazyny kobiece luksusowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Kobiece luksusowe - suma średnich	259 553	247 767	11 786
Miesięcznik			
Zwierciadło	77 623	67 416	10 207
Twój Styl	76 595	75 176	1 419
Wysokie Obcasy Extra	41 269	41 269	-
Pani	29 552	29 392	160
Elle	22 694	22 694	-
Glamour	11 820	11 820	-

Magazyny kobiece poradnikowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Kobiece poradnikowe - suma średnich	1 128 236	1 127 796	440
Tygodnik			
100 Rad	116 123	116 123	-
Dwutygodnik			
Przyjaciółka	94 901	94 901	-
Tina	43 498	43 498	-
Pani Domu	35 135	35 135	-
Miesięcznik			
Dobre Rady	155 777	155 777	-
Poradnik 50+	139 799	139 799	-
Kobieta i Życie	140 362	140 362	-
Świat Kobiety	93 749	93 673	76
Poradnik Domowy	80 306	80 306	-
Cała Ty	73 953	73 953	-
Claudia	70 256	70 256	-
Olivia	31 700	31 700	-
Wróżka	30 228	30 228	-
Burda	12 221	12 221	-
SENS	10 228	9 864	364

Dane: Audyt PBC, okres I-III 2023 (tytuły: średnie na wydanie, kategorie tematyczne: suma średnich)
 Definicje wskaźników PBC: <https://www.pbc.pl/wskazniki-audyty/>

Magazyny motoryzacyjne

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Motoryzacyjne - suma średnich	88 376	87 844	532
Tygodnik			
Motor	43 086	42 632	454
Miesięcznik			
Auto-Moto. Magazyn Zmotoryzowanych	16 617	16 589	28
Automobilista	4 985	4 985	-
Classic Auto	4 591	4 591	-
Dwumiesięcznik			
Evo Magazine	3 694	3 694	-
Nieregularny			
Auto Świat Katalog	15 403	15 353	50

Magazyny opinii (społeczno-polityczne)

TYTUŁY	PŁATNE			Sprzedaż Subskrypcji Cyfrowych
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	
Opinii (społeczno-polityczne) - suma średnich	481 173	430 416	50 757	1 901
Tygodnik				
Polityka	82 556	57 846	24 711	1 004
Gość Niedzielny	66 185	66 071	113	-
Newsweek Polska	53 683	44 643	9 040	-
Sieci	28 963	24 134	4 829	-
Tygodnik do Rzeczy	27 892	20 625	7 268	-
Tygodnik Powszechny	21 348	18 010	3 337	897
Gazeta Polska	18 052	16 706	1 346	-
Przegląd	11 924	11 924	-	-
Tygodnik Angora (pismo z przedrukami)	150 903	150 903	-	-
Tygodnik Zamojski (lokalne)	11 189	11 170	19	-
Życie Bytomskie (lokalne)	2 157	2 142	15	-
Dwutygodnik				
Forum	6 321	6 242	79	-

Magazyny people

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
People - suma średnich	63 226	63 226	-
Dwutygodnik			
Viva	33 614	33 614	-
Show	29 612	29 612	-

Magazyny popularno-naukowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Popularno-naukowe - suma średnich	74 329	73 616	712
Miesięcznik			
Świat Wiedzy	33 128	32 880	247
Wiedza i Życie	14 554	14 432	122
Newsweek Polska Historia	11 346	11 259	87
W Sieci Historii	8 768	8 715	53
Świat Nauki	6 533	6 330	203

Magazyny poradniczo-rozrywkowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Poradniczo-rozrywkowe - suma średnich	1 417 740	1 417 740	-
Tygodnik			
Życie na Gorąco	299 295	299 295	-
Twoje Imperium	230 095	230 095	-
Chwila dla Ciebie	163 844	163 844	-
Rewia	148 502	148 502	-
Dobry Tydzień	119 670	119 670	-
Świat & Ludzie	113 086	113 086	-
Na Żywo	111 188	111 188	-
Dwutygodnik			
Z Życia Wzięte	72 477	72 477	-
Sukcesy i Porażki	46 787	46 787	-
Miesięcznik			
Retro	73 524	73 524	-
Takie jest Życie	39 272	39 272	-

Magazyny telewizyjne

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Telewizyjne - suma średnich	1 305 091	1 305 091	-	208 808
Tygodnik				
Tele Tydzień	464 948	464 948	-	-
To & Owo	169 897	169 897	-	-
Magazyn Telewizyjny Kurier TV	66 364	66 364	-	-
Program TV	49 280	49 280	-	-
Tele Magazyn (regionalne)	-	-	-	208 808
Dwutygodnik				
Tele Świat	185 673	185 673	-	-
TV14	128 433	128 433	-	-
Tele Max	99 553	99 553	-	-
Super TV	61 402	61 402	-	-
Świat Seriali	58 504	58 504	-	-
Ekran TV	21 037	21 037	-	-

Magazyny zdrowie i uroda

TYTUŁY	PŁATNE			-
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania Drukowanego
Zdrowie i uroda	-	-	-	128 056
Miesięcznik				
DOZ Magazyn Dbam o Zdrowie	-	-	-	128 056

Magazyny inne

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Tygodnik				
Kramik - Plus (regionalne)	1 825	1 814	11	-
Miesięcznik				
Teraz Wilanów (lokalne)	-	-	-	7 978

Magazyny branżowe

ROZPOWSZECHNIANIE	PŁATNE			BEZPŁATNE	KATEGORIE		
	Rozpowszechnianie Wydania	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego		Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania	Częstotliwość
Magazyny Branżowe - suma średnich	206 693	119 344	381	118 963	179 246		
Budowlane							
Inżynier Budownictwa	124 206	119 220	257	118 963	4 986	Miesięcznik	Płatny
Zawód: Architekt Wydanie Specjalne	-	-	-	-	13 291	Kwartalnik	Bezpłatny
Gastronomia							
Food-Service Polska	5 803	66	66	-	5 737	Miesięcznik	Płatny
Szef Kuchni Magazyn Branży Gastronomicznej	-	-	-	-	9 972	Miesięcznik	Bezpłatny
Poradnik Restauratora	-	-	-	-	9 936	Miesięcznik	Bezpłatny
Handel: FMCG							
Handel	69 732	51	51	-	69 682	Miesięcznik	Płatny
Poradnik Handlowca	-	-	-	-	69 878	Miesięcznik	Bezpłatny
Ogólnopolskie Pismo Rynku FMCG Hurt & Detal	-	-	-	-	68 986	Miesięcznik	Bezpłatny
Handel: produkty dla dzieci							
Rynek Zabawek	3 900	-	-	-	3 900	Miesięcznik	Płatny
Komunalne							
Technika Komunalna	3 052	7	7	-	3 045	Dwumiesięcznik	Płatny
Motoryzacyjne							
Miesięcznik Dealer	-	-	-	-	2 110	Miesięcznik	Bezpłatny

ROZPOWSZECHNIANIE	PŁATNE			BEZPŁATNE	KATEGORIE		
	Rozpowszechnianie Wydania	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego		Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania	Częstotliwość
Rolnicze							
Tygodnik Poradnik Rolniczy	43 122	40 434	40 434	-	2 688	Tygodnik	Płatny
Top Agrar Polska	35 440	28 209	28 041	167	7 231	Miesięcznik	Płatny
Farmer	8 209	2 288	2 288	-	5 921	Miesięcznik	Płatny
Nowoczesna Uprawa	8 163	5 107	5 107	-	3 056	Miesięcznik	Płatny
Wiadomości Rolnicze Polska	-	-	-	-	50 000	Miesięcznik	Bezpłatny
Wieści Rolnicze	-	-	-	-	41 063	Miesięcznik	Bezpłatny



O spółce Polskie Badania Czytelnictwa

Polskie Badania Czytelnictwa to nowoczesny ośrodek badań i analiz rynku prasowego oraz komunikacji z rynkiem reklamy. Źródła danych o prasie publikowane przez PBC:

- **Audyt rozpowszechniania.** Dostęp do wszystkich danych z audytu posiadają osoby, które wykupiły abonament do programu Teleskop (www.teleskop.org.pl). W programie publikowane są informacje o: sprzedaży egzemplarzowej i prenumeracie wydań drukowanych oraz e-wydań, sprzedaży subskrypcji cyfrowych, liczbie egzemplarzy rozdanych lub rozesłanych bezpłatnie oraz geograficznej strukturze rozpowszechniania (w podziale na województwa).
- **Raporty Prasa+ Siła Marki.** Dziś prasa to nie tylko tytuły drukowane. PBC publikuje na swojej stronie internetowej (<https://www.pbc.pl/badane-tytuly>) bezpłatne, cyklicznie aktualizowane raporty integrujące wieloźródłowe dane o aktywnościach Wydawców pod marką tytułu (wyniku audytu i czytelnictwa, dane o pozycji marki w internecie pochodzące z badań PBI, dane o pozycji marki w mediach społecznościowych, informacje o wydaniach specjalnych czy eventach). W raportach można znaleźć także kontakty do poszczególnych Wydawców.
- **Badania Czytelnictwa.** Dostęp do wszystkich danych posiadają osoby, które wykupiły abonament do programu PBC Planner. Badania dostarczają informacji ile osób czyta rozpowszechnione czasopisma. Badania są prowadzone za pomocą comiesięcznych wywiadów bezpośrednich oraz komputerowych (próba ponad 20 tys. rocznie). Czym różnią się te dane od audytu? Jeden egzemplarz prasy drukowanej czyta zazwyczaj więcej niż jedna osoba, bo gazeta jest dostępna w gospodarstwie domowym lub w miejscach publicznych. Z tych badań można dowiedzieć się jaki jest profil demograficzny oraz zainteresowania czytelników. Badania czytelnictwa są badaniami zasięgowymi, podobnymi do badań innych mediów m.in. radia czy tv.
- **Badania liczby kontaktów z reklamą w prasie na poziomie tytułu i kampanii.** Badania umożliwiają obliczenie intensywności kampanii. Badania, podobnie jak badania czytelnictwa, są publikowane w programie PBC Planner. Liczba kontaktów z reklamą odróżnia prasę od innych mediów. W innych mediach 1 emisja to jeden kontakt z reklamą, w prasie kontaktów jest wiele. To jedna z najważniejszych zalet prasy. Badania łączą całą wiedzę o sposobie konsumpcji prasy pochodzącą z badań czytelnictwa oraz eyetrackingowych badań reklamy. Na ich podstawie wiemy, że JEDEN czytelnik w prasie może mieć średnio kontakt 11 razy z JEDNĄ emisją reklamy w JEDNYM egzemplarzu czasopisma. Badania uwzględniają w wyliczeniach liczbę powrotów do tytułu, czytanie części wydania, miary skupienia uwagi (większe w prasie niż w innych mediach) oraz zauważalność reklamy.

Polskie Badania Czytelnictwa

ul. Foksal 16 p. 414

tel. 48 504 285 416, e-mail: biuro@pbc.pl

