



Raport AUDYT PBC (dawniej ZKDP)

Rozpowszechnianie Tytułów Prasowych w II kw. 2023 r.

Spis treści

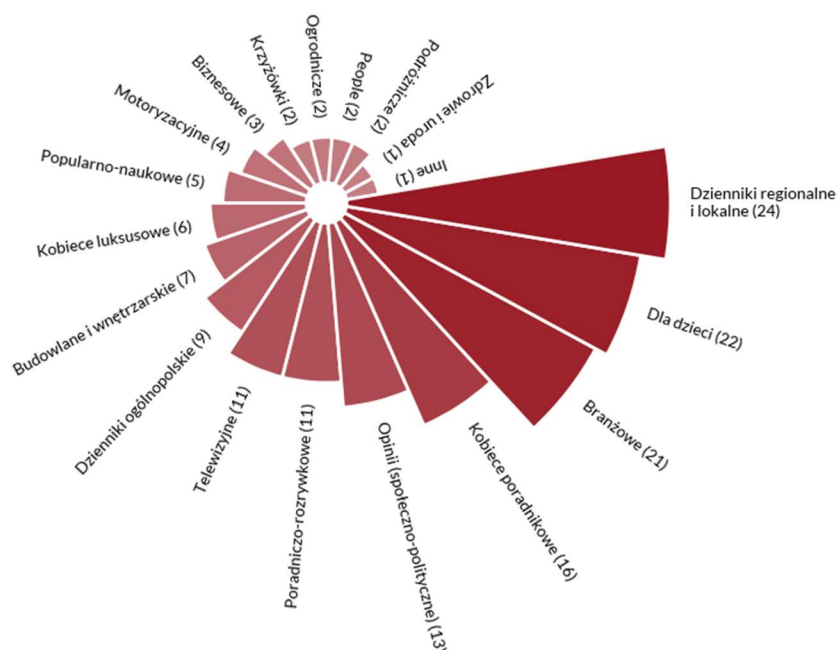
Wstęp	2
Dzienniki ogólnopolskie, regionalne i lokalne	6
Magazyny	7
Magazyny biznesowe	7
Magazyny budowlane i wnętrzarskie.....	7
Magazyny dla dzieci	8
Magazyny hobbystyczne	9
Magazyny kobiece luksusowe.....	10
Magazyny kobiece poradnikowe	10
Magazyny motoryzacyjne.....	11
Magazyny opinii (społeczno-polityczne).....	11
Magazyny people.....	12
Magazyny popularno-naukowe	12
Magazyny poradniczo-rozrywkowe	13
Magazyny telewizyjne.....	14
Magazyny zdrowie i uroda	14
Magazyny inne	15
Magazyny branżowe	16
O spółce Polskie Badania Czytelnictwa	17

Wstęp

Prezentujemy raport rozpowszechniania tytułów prasowych audytowanych w PBC w II kw. 2023 roku. **W tym okresie rozdystrybuowano 79 314 712 egzemplarzy prasy drukowanej i cyfrowej.** 94,14% stanowiła prasa płatna, a 5,86% 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



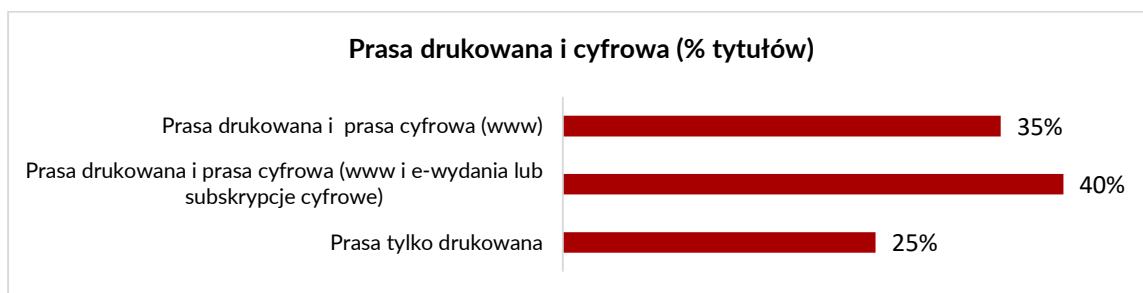
Dodatkowe informacje do raportu za II kw. 2023 r.

Dane następujących tytułów ze względu na ich częstotliwość ukazywania się lub okres dystrybucji nie zostały jeszcze złożone: Evo Magazine, Magazyn Ogólnopolski Zagroda, Scooby - Doo!, Sprawny. Marketing, Technika Komunalna.

Czy wiesz, że:

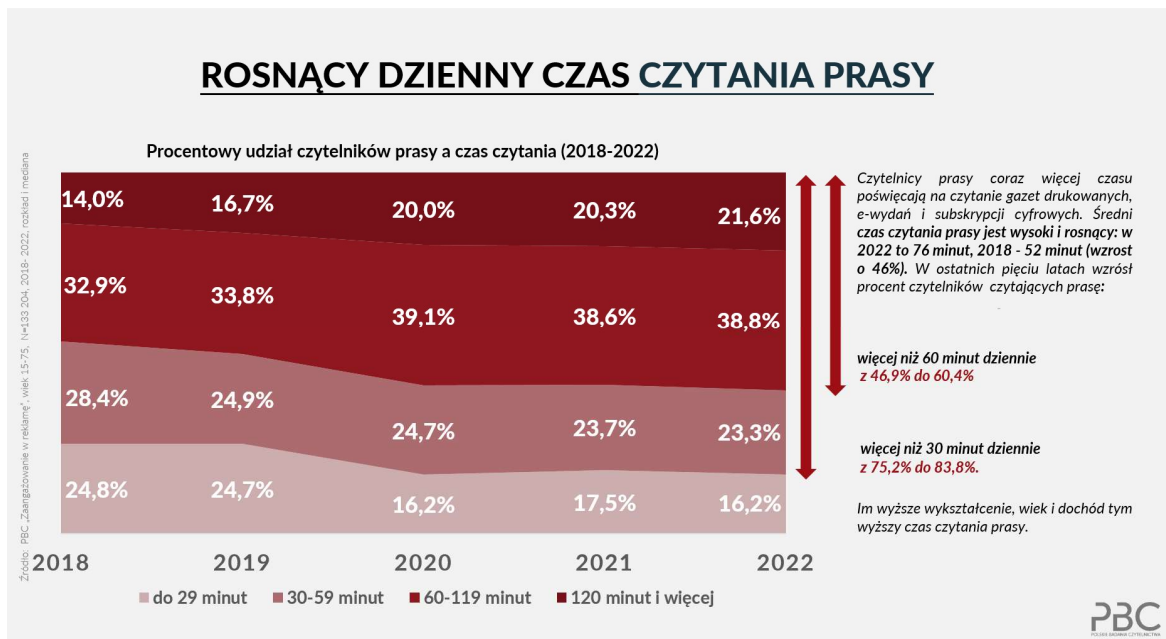


- 41% rozpowszechnianych w Polsce egzemplarzy wydań drukowanych i e-wydań stanowią dzienniki a 51% magazyny.
- **75% tytułów wydawana jest w formach drukowanych i cyfrowych** (40% tytułów poza wydaniem drukowanym sprzedaje e-wydania lub subskrypcje cyfrowe oraz prowadzi strony www, 35% tytułów równoległe z wydaniem drukowanym prowadzi swoją działalność także w internecie), **25% tytułów ukazuje się tylko w druku.**



- prasa to sprawdzone źródło informacji prywatnych i zawodowych: 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,
- reklamy w prasie są integralną częścią pisma i są nie tylko widziane ale i czytane: **dla 73% czytelników reklamy są źródłem użytecznych informacji**
- **jeden czytelnik prasy 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 cytawalności, 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
Dzienniki ogólnopolskie - suma średnich	350 851	300 783	50 068
Fakt Gazeta Codzienna	127 912	127 683	229
Super Express	69 698	69 473	225
Gazeta Wyborcza	39 485	38 264	1 221
Rzeczpospolita	30 767	16 688	14 079
Dziennik Gazeta Prawna	27 169	11 309	15 860
Przegląd Sportowy	19 811	18 510	1 301
Gazeta Podatkowa	19 351	14 782	4 569
Puls Biznesu	13 346	2 774	10 572
Parkiet Gazeta Giełdy	3 312	1 300	2 012
Dzienniki regionalne - suma średnich	106 036	91 312	14 726
Gazeta Pomorska	12 443	11 939	503
Dziennik Zachodni	7 953	7 195	759
Głos Wielkopolski	7 748	6 998	749
Polska Metropolia Warszawska	6 294	3 192	3 102
Głos - Dziennik Pomorza	5 845	4 981	865
Nowiny	5 787	4 531	1 256
Express Ilustrowany	5 629	5 368	261
Echo Dnia	5 559	4 780	779
Dziennik Łódzki	5 056	4 341	715
Dziennik Bałtycki	4 882	3 872	1 009
Dziennik Polski	4 817	4 496	321
Gazeta Krakowska	4 750	3 597	1 153
Gazeta Lubuska	4 341	3 946	395
Gazeta Wrocławska	3 668	2 936	732
Nowa Trybuna Opolska	3 563	3 116	448
Sport	3 463	3 413	51
Super Nowości	3 145	3 145	-
Kurier Szczeciński	2 925	2 804	121
Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski	2 698	2 542	155
Gazeta Współczesna	2 013	1 645	369
Kurier Lubelski	1 729	1 106	623
Kurier Poranny	1 728	1 369	360

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Dzienniki lokalne - suma średnich	6 380	6 100	280
Nowości - Dziennik Toruński	3 436	3 324	112
Express Bydgoski	2 944	2 776	168

Magazyny

Magazyny biznesowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Biznesowe - suma średnich	28 919	17 348	11 571
Miesięcznik			
Forbes. Profit	22 829	11 309	11 520
My Company Polska	6 090	6 039	51

Magazyny budowlane i wnętrzarskie

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Budowlane i wnętrzarskie - suma średnich	77 895	75 900	1 996	13 334
Miesięcznik				
Weranda Country	22 338	22 338	-	-
Weranda	16 200	16 200	-	-
Murator	12 635	10 649	1 986	-
Cztery Kąty	9 878	9 872	5	-
Ładny Dom	7 850	7 847	5	-
Dwumiesięcznik				
Elle Decoration	8 994	8 994	-	-
Ekspert Budowlany	-	-	-	13 334

Magazyny dla dzieci

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Dla dzieci - suma średnich	421 993	421 987	6
Miesięcznik			
LEGO Ninjago	38 828	38 828	-
LEGO Friends	33 343	33 343	-
Zabawy i Marzenia z Barbie	31 170	31 170	-
Mały Gość Niedzielny	25 669	25 663	6
Księżniczka	25 446	25 446	-
LEGO Jurassic World Magazyn	24 234	24 234	-
Świerszczyk	22 308	22 308	-
LEGO City	22 150	22 150	-
Mój Kucyk Pony	18 191	18 191	-
Magazyn Świnka Peppa	16 404	16 404	-
Kaczor Donald	13 828	13 828	-
Kraina Lodu	12 865	12 865	-
Magazyn L.O.L. Surprise	12 121	12 121	-
Tomek i Przyjaciele	5 932	5 932	-
Dwumiesięcznik			
LEGO Minecraft	37 659	37 659	-
LEGO Marvel Avengers	34 708	34 708	-
Hot Wheels	21 613	21 613	-
Magazyn MiniMini	16 333	16 333	-
Cartoon Network Magazyn	9 191	9 191	-

Magazyny hobbystyczne

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Hobbystyczne: krzyżówki - suma średnich	97 343	97 343	-
Miesięcznik			
Chwila na Relaks	60 977	60 977	-
Czas na Relaks	36 366	36 366	-
Hobbystyczne: ogrodnicze - suma średnich	158 372	158 364	9
Miesięcznik			
Działkowiec	89 507	89 507	-
Mam Ogród	38 573	38 565	9
Mój Ogródek	30 292	30 292	-
Hobbystyczne: podróżnicze - suma średnich	30 469	30 469	-
Miesięcznik			
National Geographic Traveler	15 653	15 653	-
National Geographic Polska	14 816	14 816	-

Magazyny kobiece luksusowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Kobiece luksusowe - suma średnich	274 260	262 931	11 328
Miesięcznik			
Twój Styl	89 498	87 659	1 839
Zwierciadło	78 522	69 292	9 230
Wysokie Obcasy Extra	41 866	41 866	-
Pani	31 330	31 070	259
Elle	22 867	22 867	-
Glamour	10 177	10 177	-

Magazyny kobiece poradnikowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Kobiece poradnikowe - suma średnich	915 156	914 729	427
Tygodnik			
100 Rad	109 241	109 241	-
Dwutygodnik			
Przyjaciółka	90 989	90 989	-
Tina	38 508	38 508	-
Pani Domu	34 624	34 624	-
Miesięcznik			
Kobieta i Życie	148 397	148 397	-
Poradnik 50+	146 401	146 401	-
Świat Kobiety	114 460	114 376	84
Poradnik Domowy	82 196	82 196	-
Cała Ty	77 232	77 232	-
Olivia	35 644	35 644	-
Wróżka	26 364	26 364	-
SENS	11 100	10 757	343

Magazyny motoryzacyjne

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Motoryzacyjne - suma średnich	74 465	73 961	504
Tygodnik			
Motor	44 866	44 362	504
Miesięcznik			
Automobilista	4 739	4 739	-
Classic Auto	4 582	4 582	-
Nieregularny			
Auto Świat Katalog	20 278	20 278	-

Magazyny opinii (społeczno-polityczne)

TYTUŁY	PŁATNE			-
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Sprzedaż Subskrypcji Cyfrowych
Opinii (społeczno-polityczne) - suma średnich	482 842	423 004	59 839	1 760
Tygodnik				
Polityka	81 188	56 869	24 319	922
Newsweek Polska	63 970	45 843	18 127	-
Gość Niedzielny	63 647	63 541	106	-
Sieci	28 875	23 694	5 181	-
Tygodnik do Rzeczy	27 135	19 976	7 160	-
Tygodnik Powszechny	21 427	17 867	3 560	838
Gazeta Polska	17 235	15 951	1 284	-
Przegląd	11 917	11 917	-	-
Tygodnik Angora (pismo z przedrukami)	148 549	148 549	-	-
Tygodnik Zamojski (lokalne)	10 521	10 505	16	-
Życie Bytomskie (lokalne)	2 048	2 035	13	-
Dwutygodnik				
Forum	6 330	6 257	73	-

Magazyny people

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
People - suma średnich	69 263	69 263	-
Dwutygodnik			
Viva	40 574	40 574	-
Show	28 689	28 689	-

Magazyny popularno-naukowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Popularno-naukowe - suma średnich	74 690	74 139	553
Miesięcznik			
Świat Wiedzy	33 145	32 887	259
Wiedza i Życie	14 569	14 461	108
Newsweek Polska Historia	12 534	12 534	-
W Sieci Historii	8 112	8 070	42
Świat Nauki	6 330	6 187	144

Magazyny poradniczo-rozrywkowe

TYTUŁY	PŁATNE		
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania
Poradniczo-rozrywkowe - suma średnich	1 332 416	1 332 416	-
Tygodnik			
Życie na Gorąco	293 580	293 580	-
Twoje Imperium	218 204	218 204	-
Chwila dla Ciebie	153 942	153 942	-
Rewia	140 933	140 933	-
Dobry Tydzień	114 658	114 658	-
Świat & Ludzie	114 472	114 472	-
Na Żywo	107 889	107 889	-
Dwutygodnik			
Z Życia Wzięte	70 930	70 930	-
Sukcesy i Porażki	47 249	47 249	-
Miesięcznik			
Retro	70 559	70 559	-

Magazyny telewizyjne

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Telewizyjne - suma średnich	1 224 966	1 224 966	-	197 399
Tygodnik				
Tele Tydzień	445 149	445 149	-	-
To & Owo	161 424	161 424	-	-
Magazyn Telewizyjny Kurier TV	61 856	61 856	-	-
Program TV	46 398	46 398	-	-
Tele Magazyn (regionalne)	-	-	-	197 399
Dwutygodnik				
Tele Świat	174 380	174 380	-	-
TV14	122 643	122 643	-	-
Tele Max	90 596	90 596	-	-
Super TV	55 322	55 322	-	-
Świat Seriali	48 208	48 208	-	-
Ekran TV	18 990	18 990	-	-

Magazyny zdrowie i uroda

TYTUŁY	PŁATNE			-
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania Drukowanego
Zdrowie i uroda - suma średnich	-	-	-	140 019
Miesięcznik				
DOZ Magazyn Dbam o Zdrowie	-	-	-	140 019

Magazyny inne

TYTUŁY	PŁATNE			BEZPŁATNE
	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E- wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania
Inne – suma średnich	-	-	-	7 980
Miesięcznik				
Teraz Wilanów (lokalne)	-	-	-	7 980

Magazyny branżowe

ROZPOWSZECHNIANIE	-	PŁATNE			BEZPŁATNE	KATEGORIE	
	Rozpowszechnianie Wydania	Sprzedaż Wydania	Sprzedaż Wydania Drukowanego	Sprzedaż E-wydania	Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania	Częstotliwość	Forma dystrybucji
Magazyny Branżowe – suma średnich	203 375	119 598	381	119 217	244 862	-	-
Budowlane							
Inżynier Budownictwa	124 442	119 466	249	119 217	4 975	Miesięcznik	Płatny
Zawód: Architekt	-	-	-	-	13 862	Kwartalnik	Bezpłatny
Gastronomia							
Food-Service Polska	5 801	79	79	-	5 722	Miesięcznik	Płatny
Poradnik Restauratora	-	-	-	-	10 057	Miesięcznik	Bezpłatny
Szef Kuchni Magazyn Branży Gastronomicznej	-	-	-	-	9 938	Miesięcznik	Bezpłatny
Handel: FMCG							
Handel	69 732	53	53	-	69 679	Miesięcznik	Płatny
Poradnik Handlowca	-	-	-	-	69 979	Miesięcznik	Bezpłatny
Ogólnopolskie Pismo Rynku FMCG Hurt & Detal	-	-	-	-	68 979	Miesięcznik	Bezpłatny
Handel: produkty dla dzieci							
Rynek Zabawek	3 400	-	-	-	3 400	Miesięcznik	Płatny
Motoryzacyjne							
Miesięcznik Dealer	-	-	-	-	2 133	Miesięcznik	Bezpłatny
Rolnicze							
Tygodnik Poradnik Rolniczy	43 884	39 731	39 731	-	4 153	Tygodnik	Płatny
Top Agrar Polska	33 442	27 184	26 978	206	6 258	Miesięcznik	Płatny
Farmer	7 109	2 169	2 169	-	4 940	Miesięcznik	Płatny
Nowoczesna Uprawa	7 482	4 912	4 912	-	2 570	Miesięcznik	Płatny
Wiadomości Rolnicze Polska	-	-	-	-	48 333	Miesięcznik	Bezpłatny
Wieści Rolnicze	-	-	-	-	40 325	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 rozesyłanych 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-tytuły>) 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

