

„Dziennik Gazeta Prawna” zakończył 2009 rok z bardzo dobrym wynikiem reklamowym i sprzedażą zgodną z prognozami wydawcy.

Według najnowszego raportu ZKDP rozpowszechnianie płatne razem „Dziennika Gazety Prawnej” w listopadzie 2009 r. wyniosło 110 tysięcy egzemplarzy.

Analizując wyniki „Gazety Prawnej” z analogicznego okresu w 2008 r. warto zauważyć, że DGP zanotował 124% wzrost sprzedaży egzemplarzowej w stosunku do wyniku „Gazety Prawnej” z analogicznego okresu w 2008 r., i wyniósł ponad 42 tys. egzemplarzy. (sprzedaż egzemplarzowa „Gazety Prawnej” w listopadzie 2008 r. wyniosła 18 770).

„Dziennik Gazeta Prawna” jest absolutnym liderem sprzedaży e-prenumeraty – eDGP, wśród dzienników na polskim rynku. W listopadzie 2009 r. sprzedało się 8 809 egzemplarzy. Dla porównania wyniki Gazety Wyborczej to 809 egz., a „Rzeczpospolitej” 3 346 egz.

W listopadzie 2009 r. najwyższą średnią sprzedaż dzienną DGP odnotowało w piątki – 69 888 tysięcy egz. (dla porównania w listopadzie 2009 r. w te dni „Rzeczpospolita” sprzedawała w się na poziomie 34 524 tysięcy egz.).

„Dziennik Gazeta Prawna” cieszy się także zainteresowaniem reklamodawców. Według danych z Expert Monitora DGP z sumą ponad 43 mln zł znalazł się na dziewiątej pozycji wśród tytułów prasowych pod względem wpływów z reklam w 2009 roku. Warto podkreślić, że wyniki dotyczą zaledwie 3,5 miesięcznego okresu obecności DGP na rynku prasowym (14 września – 31 grudnia 2009 r.). Dla porównania ubiegłoroczne wyniki „Gazety Prawnej” za okres 8,5 miesiąca (od stycznia do połowy września 2009 r.) wyniosły 23 955 719 zł.

INFOR Biznes