

Farmaceutické přípravky v reklamě: nejdražší inzerci má zatím letos Voltaren

Voltaren, značka přípravku proti bolesti svalů a kloubů, měl v prvním čtvrtletí 2018 nejdražší reklamu v segmentu farmaceutických přípravků. Její cena dosáhla téměř 47 milionů korun. To je zároveň o 147 % více než v prvním kvartálu loňského roku. Údaje vychází z monitoringu reklamy Ad Intel společnosti Nielsen Admosphere.

Reklamní prostor v druhé nejvyšší ceníkové hodnotě – 45 milionů korun – patřil v prvním kvartálu značce Paralen. Třetí nejdražší reklamu měla značka Theraflu, dosáhla celkové hodnoty 44 milionů korun.

Čtvrté místo v žebříčku ceníkových hodnot reklamy patřilo v prvním čtvrtletí značce Vicks (41 milionů korun) a pětici uzavírá GS (36 milionů korun).

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 10 firemních značek v segmentu "Farmaceutické přípravky" za 1. čtvrtletí 2018

Pořadí	Firemní značka	1. čtvrtletí 2017	1. čtvrtletí 2018	Změna	
1.	Voltaren	19 009 000 Kč	46 958 000 Kč	147 %	↑
2.	PARALEN	45 630 000 Kč	44 625 000 Kč	-2 %	↓
3.	THERAFLU	- Kč	43 681 000 Kč	N/A	N/A
4.	VICKS	34 193 000 Kč	41 182 000 Kč	20 %	↑
5.	GS	34 854 000 Kč	35 925 000 Kč	3 %	↑
6.	Streptfen	49 627 000 Kč	34 390 000 Kč	-31 %	↓
7.	Wobenzym	31 940 000 Kč	32 181 000 Kč	1 %	↑
8.	Revalid	- Kč	30 160 000 Kč	N/A	N/A
9.	Durex	10 670 000 Kč	27 681 000 Kč	159 %	↑
10.	Otrivin	19 724 000 Kč	26 719 000 Kč	35 %	↑

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring
bez vlastní inzerce

Jakub Fulín | Key Account Manager

Jakub.Fulin@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.