

Reklamě se v prvním pololetí opět dařilo, růstový trend pokračuje

Reklamní trh navýšil v prvním pololetí 2018 ve srovnání se stejnou částí minulého roku o 9 %. Dlouhodobý trend tak i nadále zůstává růstový. Největší zásluhu na tom má televize a rozhlas, oba mediatypy vykazují 11% nárůst. Neztrácejí však ani tisková nebo out-of-home média. Vyplyvá to z monitoringu reklamy Ad Intel výzkumné agentury Nielsen Admosphere.

Největším inzerentem byl v prvním pololetí Kaufland, ceníková hodnota jeho inzerce přesahuje 850 milionů korun. Ten zároveň vykazuje v rámci TOP 10 zadavatelů největší nárůst objemu inzerce oproti prvnímu pololetí minulého roku. Mezi 5 největších zadavatelů reklamy prvního pololetí 2018 dále patří Lidl, Alza, Procter & Gamble a Sazka.

Srovnání ceníkové hodnoty reklamního prostoru

Mediatyp	leden-červen 2017	leden-červen 2018	Změna	
TV	22 829 138 000 Kč	25 242 734 000 Kč	11%	↑
Tisk	9 220 349 000 Kč	9 524 464 000 Kč	3%	↑
Rádio	3 554 726 000 Kč	3 948 858 000 Kč	11%	↑
OOH*	2 468 889 000 Kč	2 485 889 000 Kč	1%	↑

Zdroj: Nielsen Admosphere (ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

bez vlastní inzerce

TOP 10 zadavatelů reklamního prostoru v období prvního pololetí 2018

Zadavatel	1. pololetí 2017	1. pololetí 2018	Změna	
Kaufland Česká republika	350 476 000 Kč	853 430 000 Kč	144 %	↑
Lidl Česká republika	558 213 000 Kč	729 647 000 Kč	31 %	↑
Alza.cz	609 160 000 Kč	652 904 000 Kč	7 %	↑
Procter & Gamble International Operations SA	579 365 000 Kč	649 005 000 Kč	12 %	↑
SAZKA	477 581 000 Kč	601 199 000 Kč	26 %	↑
UNILEVER ČR	597 241 000 Kč	561 966 000 Kč	-6 %	↓
Ferrero Česká	451 011 000 Kč	520 732 000 Kč	15 %	↑
Mountfield	514 319 000 Kč	514 667 000 Kč	0 %	●
HENKEL ČR	470 651 000 Kč	481 484 000 Kč	2 %	↑
Nestlé Česko	427 333 000 Kč	436 620 000 Kč	2 %	↑

Zdroj: Nielsen Admosphere (ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

bez vlastní inzerce

Hodnota reklamy vychází z ceníků jednotlivých médií. Její propojení s metodickým popisem inzerce umožňuje přiřadit jednotlivé reklamní výskyty daným zadavatelům.

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.