

## AD INTEL NEWS SEGMENT: KLENOTY A BIŽUTERIE

### MEZI LEDNEM A KVĚTNEM BYLA NEJSILNĚJŠÍM INZERTNÍM ZADAVATELEM PANDORA

Výzkumná agentura Nielsen Admosphere připravila v rámci svého měsíčního seriálu krátkých zpráv z monitoringu reklamy Ad Intel přehled nejsilnějších zadavatelů inzerce v segmentu klenotů a bižuterie, a to v období leden–květen 2022. Hodnoty odpovídají ceníkovým cenám inzerce.

#### Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 5 zadavatelů v segmentu KLENOTY A BIŽUTERIE za leden–květen 2022

Pořadí	Zadavatel (vlastník značky)	leden–květen 2022
1.	Pandora Jewelry CR	24 020 000 Kč
2.	APART Czech Republic	18 055 000 Kč
3.	ALOVE on-line	9 214 000 Kč
4.	HALADA	8 378 000 Kč
5.	ALO jewelry CZ	7 307 000 Kč

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

V příštím vydání se zaměříme na segment **energy drinků**.

Monitoring reklamy Ad Intel společnosti Nielsen Admosphere přináší ucelený a strukturovaný přehled o tuzemské reklamě napříč celou mediální sférou. V České republice funguje již od roku 2010. Data pro něj jsou získávána nezávislým sběrem (Televize, Tisk, Rozhlas), deklaracemi zapojených subjektů (OOH sektor) i kombinací obou přístupů (Internet). Sběr i analýza probíhají na základě transparentních metodologických postupů. Více informací přináší webová stránka [nielsen-admosphere.cz](https://nielsen-admosphere.cz).

*\*Ceníková hodnota není ekvivalentem reálných (čistých) investic do nákupu reklamního prostoru (na reálnou cenu, kterou firmy za nákup reklamního prostoru skutečně zaplatí, má vliv řada faktorů jako celkový objem nakoupeného prostoru, uplatnění slev, barterové spolupráce a podobně). Reporting ceníkových hodnot reklamního prostoru ovšem spolehlivě zachycuje vývoj a trendy současného reklamního trhu (umožňuje např. porovnávat jednotlivé zadavatele, média nebo odvětví mezi sebou apod.).*

**Eliška Morochovičová**

Communication Manager

[eliska.morochovicova@admosphere.cz](mailto:eliska.morochovicova@admosphere.cz)[eliska.morochovicova@nielsen.com](mailto:eliska.morochovicova@nielsen.com)

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763 | mob.: +420 725 612 020

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)**Bianka Smejkalová**

Key Account Manager

[bianka.smejkalova@admosphere.cz](mailto:bianka.smejkalova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)**Doplňující informace:**

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím.

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



**PRO VÝZKUM** ([www.provyzkum.cz](http://www.provyzkum.cz)) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.