TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha, 25. února 2013

OBRAT VÝZKUMU TRHU A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ 2012: SIMAR VIDÍ KONZERVATIVNÍ OPTIMISMUS

V roce 2012 se obrat výzkumu trhu a veřejného mínění stabilizoval na 2 350 mil Kč a vykázal dokonce mírný, 2% růst oproti roku 2011 (2 300 mil Kč). Dvouprocentní růst je, výzkumnicky řečeno, v rámci statistické chyby, v současné ekonomické situaci se však dá považovat za úspěch. Růst výzkumu trhu může být také barometrem ochoty firem zlepšovat své aktivity a i ochotu vytvářet a testovat inovace, které mohou vést k dalším úspěchům budoucnosti.

Data pro předběžný odhad obratu trhu za rok 2012 poskytlo kromě 12 členských agentur SIMAR také dalších 11 agentur (celkem tedy 23), zbytek trhu, 25%, byl dopočítán odhadem. Trh nabízí širokou škálu agentur, od menších, specializovaných po agentury s mezinárodním působením a širokou nabídkou nástrojů a řešení. Obratové rozsahy jsou v tabulce níže.

Agentura	Rozsah obratu v mil Kč
IPSOS	340 - 360
A.C. Nielsen	300 - 320
GfK Czech	200 - 220
TNS AISA	180 - 200
Millward Brown	120 - 140
Mediaresearch, STEM/MARK	100 - 120
ppm factum	80 - 100
Median, Incoma GfK, NMS	40 - 60
Market Vision, Simply 5, Focus, Data Collect	20 - 40
Opinion Window, Confess Research, CEE Insight, MindBridge, Kleffmann, Insiqua Mareco, Psyma	5 - 20

Výhled na rok 2013 se jeví jako optimistický, 85% agentur předpokládá růst, popřípadě podobný obrat jako v předešlém roce. 20% dotazovaných agentur dokonce očekává dvouciferný růst obratu. Zdroje růstu lze vysledovat hlavně v segmentu zákaznické zkušenosti, tedy retail, shopper a mystery shopping. Zkušenosti českých profesionálů ve výzkumu trhu v poslední době jsou také využity v regionálních projektech, kde se Česká republika stává regionálním analytickým centrem regionu. Nové příležitosti a výzvy čekají marketingový výzkum v technikách poháněných internetem, experimentům v mobilním výzkumu a analýze kombinovaných datových zdrojů skrývající se pod stále častěji skloňovaným termínem „Big data“.

Agentury si také uvědomují zvyšující se poptávku po výzkumných řešeních a výstupech, které zadavatelům výzkumu umožňují okamžitou použitelnost, inspiraci při hledání nových příležitostí na trhu a nabízí pokud možno efektivní řešení úkolu. Sdružení SIMAR v letošním roce také plánuje aktivnější dialog se zadavateli a partnery výzkumu, například díky nově vznikajícímu Klubu SIMAR.

Poznámky pro editory

SIMAR
SIMAR je výběrové neziskové sdružení předních agentur výzkumu trhu a veřejného mínění působících v České republice. SIMAR věnuje hlavní pozornost zvyšování kvality služeb poskytovaných členskými agenturami. Dbá na důsledné dodržování vlastních etických a metodických standardů výzkumu trhu a veřejného mínění, které vycházejí z pravidel ESOMAR. SIMAR formuluje české kvalitativní standardy závazné pro členské agentury SIMAR. Členskými agenturami jsou CONFESS RESEARCH, GfK CZECH, INCOMA GfK, IPSOS TAMBOR, MEDIAN, MEDIARESEARCH, MILLWARD BROWN CZECH REPUBLIC, NMS MARKET RESEARCH, OPINION WINDOW, PPM FACTUM RESEARCH, STEM/MARK a TNS AISA.

Kontakt pro média

Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejné mínění SIMAR
Hana Huntová
výkonná ředitelka
+420 602 353 874
hana.huntova@simar.cz
www.simar.cz