Wydatki reklamowe w lutym 2019

Branże:

Handel

Farmacja

Finanse

Telekomunikacja

Motoryzacja

Raport IMM: Wydatki reklamowe w wybranych branżach II 2019

- Raport został opracowany na podstawie danych z monitoringu reklam admonit IMM, obejmuje okres 1-28 lutego 2019 r.
- **Badaniem objęte zostały reklamy opublikowane w prasie oraz wyemitowane w radio i telewizji.**
- Wydatki prezentowane w raporcie podawane są według oficjalnych cenników netto poszczególnych mediów.
- Więcej o admonit: www.imm.com.pl/admonit_monitoring_reklam

Instytut Monitorowania Mediów zbadał wydatki reklamowe w lutym 2019 roku w wybranych branżach: farmaceutycznej, handlowej, finansowej, telekomunikacyjnej i motoryzacyjnej.

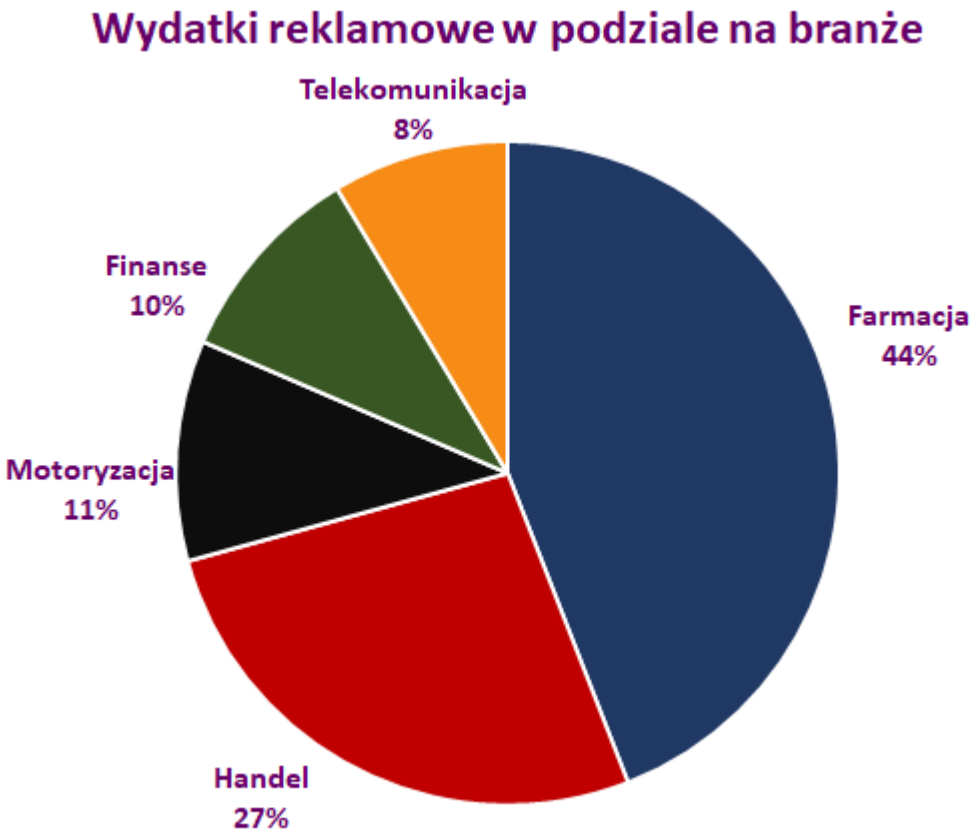
W raporcie:

- Wydatki reklamowe w podziale na branże
- Wydatki reklamowe w podziale na media
- Branża handlowa
- Branża farmaceutyczna
- Branża finansowa
- Branża telekomunikacyjna
- Branża motoryzacyjna

II 2019

Wydatki reklamowe w podziale na branże

Według danych IMM, w mediach największy budżet na reklamy przeznaczyła **branża farmaceutyczna**, której wydatki w lutym wyniosły 44 proc. spośród wszystkich przeanalizowanych branż. Nieco mniejszy udział kwot zainwestowanych w reklamy zanotowała **branża handlowa** (27 proc.). Na trzecim miejscu znalazła się **motoryzacja** (11 proc.), za nią **finanse** (10 proc.) i **telekomunikacja** (8 proc.).



II 2019

Wydatki reklamowe w podziale na branże

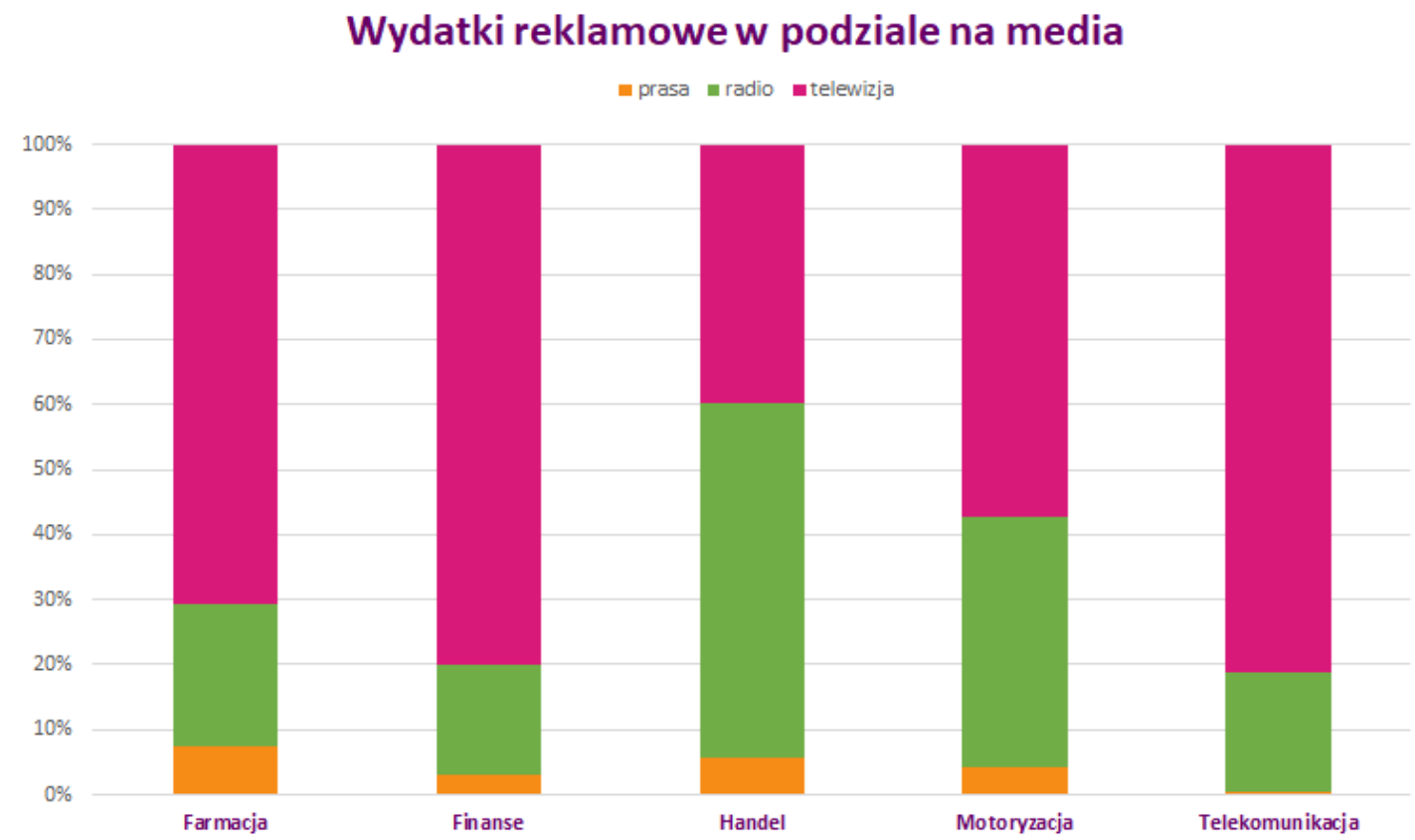
W lutym **wydatki branży farmaceutycznej** wyniosły ponad **422 mln zł** na promocję w telewizji, prasie i radio. Kwota ta jest niemal o ponad 167 mln większa od tej, którą na reklamę przeznaczyła branża handlowa. Sumy te istotnie przekraczają budżety pozostałych branż.

BRANŻA	Wydatki reklamowe
farmaceutyczna	422,4 mln
handlowa	255,1 mln
motoryzacyjna	102,9 mln
finansowa	94,9 mln
telekomunikacyjna	82,4 mln

II 2019

Wydatki reklamowe w podziale na media

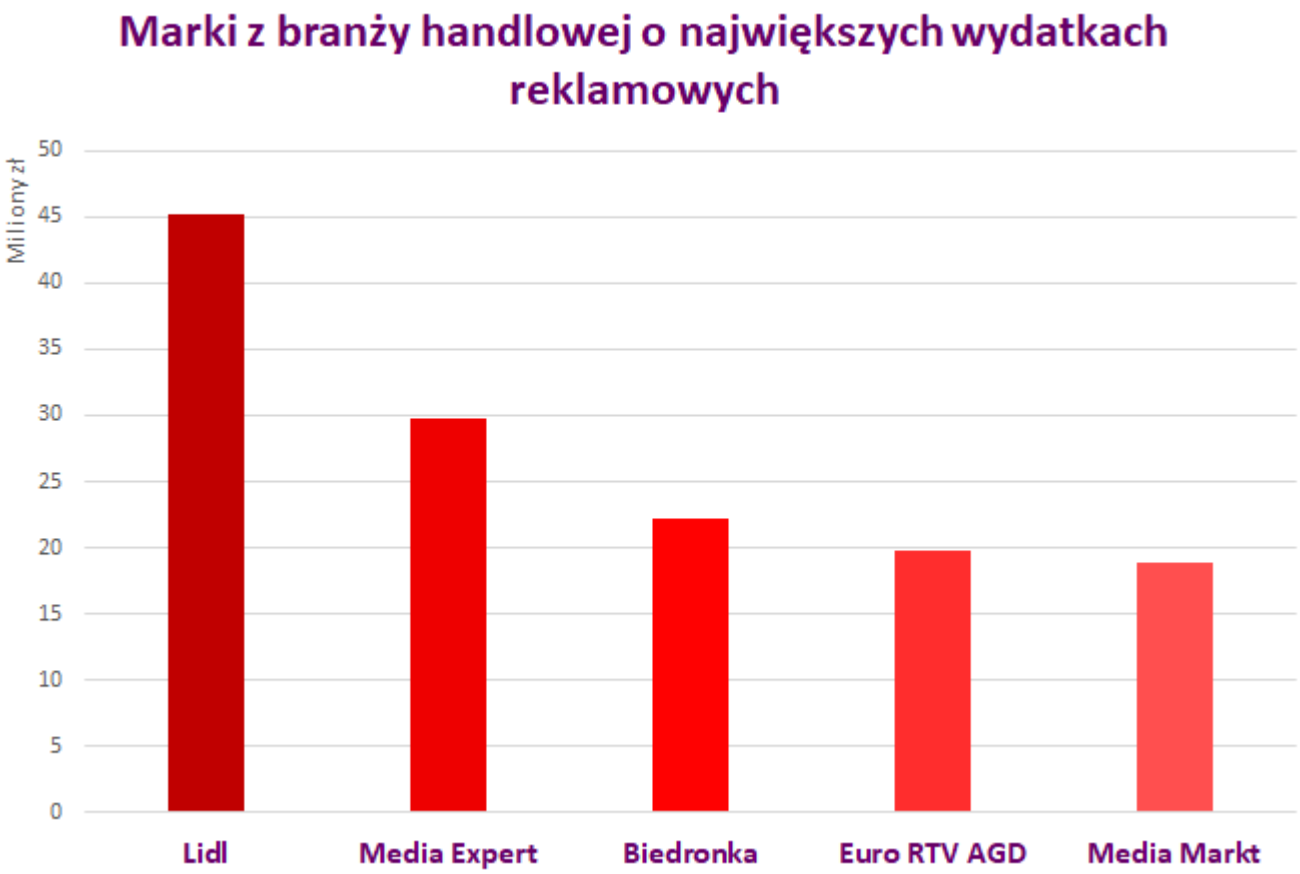
Największe kwoty w przeanalizowanych branżach nadal inwestowane są w **reklamy telewizyjne** (średnio po 60 proc.), gdzie np. branża farmaceutyczna przeznaczyła na reklamę ponad 298 mln zł. Najmniejsze budżety przeznaczane są na promocję w prasie.



II 2019

Handel: marki o największych wydatkach reklamowych

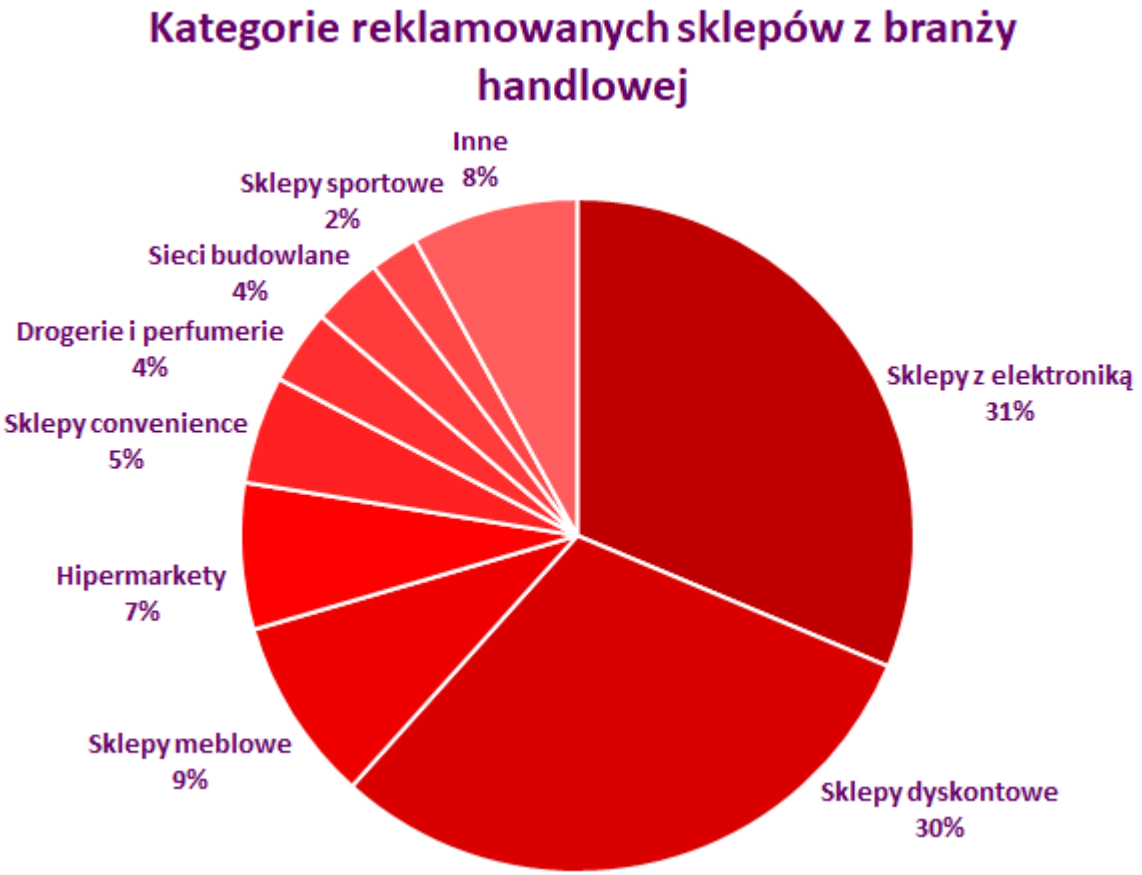
W lutym 2019 roku największym budżetem reklamowym mógł pochwalić się **Lidl**, który przeznaczył **ponad 45 mln zł** na promocję w mediach tradycyjnych. Na kolejnych miejscach znalazły się: **Media Expert, Biedronka, Euro RTV AGD** oraz **Media Markt.**



II 2019

Handel:
typy reklamowanych sklepów

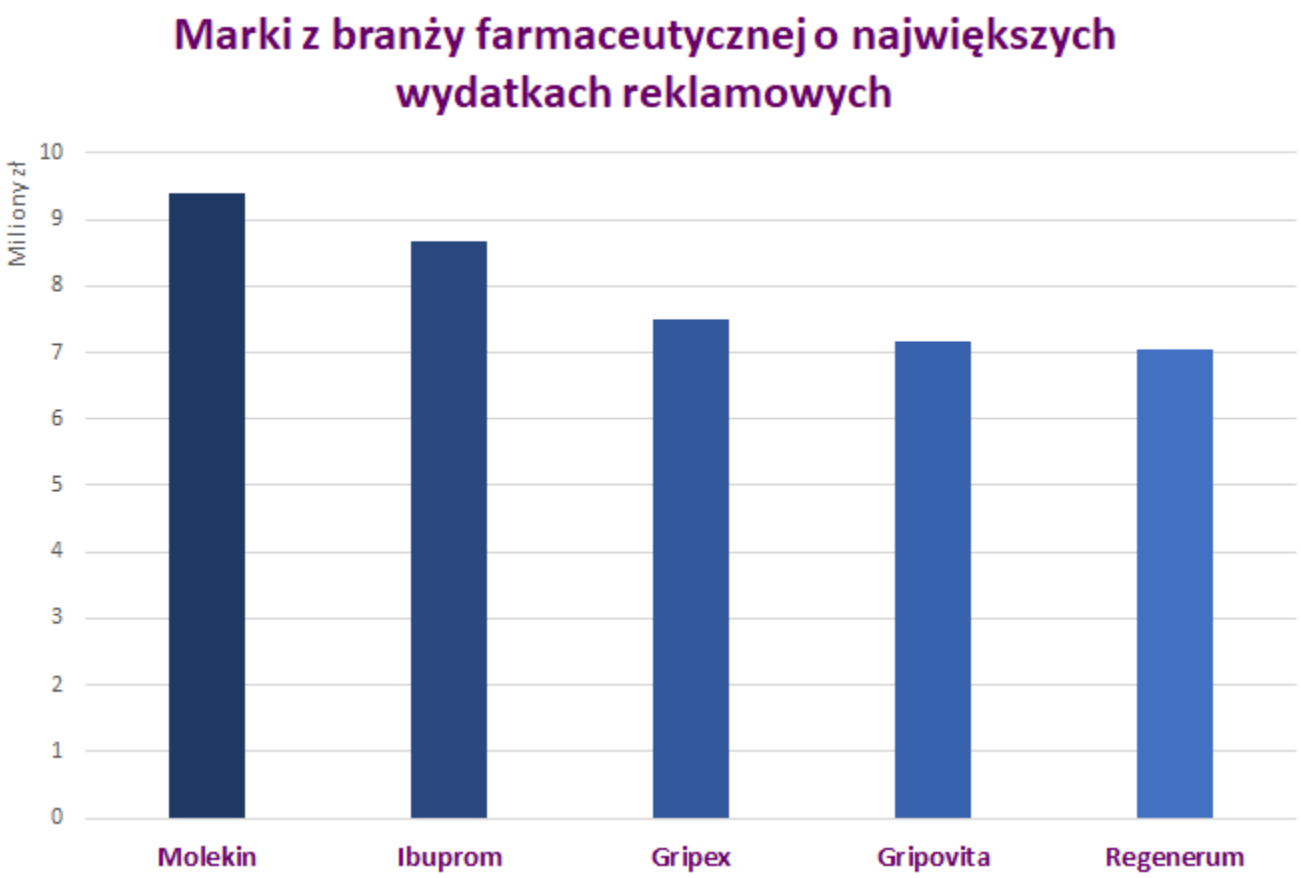
Wśród kategorii reklamowanych produktów w branży handlowej – oprócz **sklepów z elektroniką (31 proc.) i dyskontów (30 proc.)**, w zestawieniu na wysokim miejscu znalazły się **sklepy meblowe (9 proc.)**, a za nimi **hipermarkety (7 proc.)** oraz **sklepy typu convenience (5 proc.), drogerie i perfumerie (4 proc.), sieci budowlane (4 proc.)** oraz **sklepy sportowe (2 proc.)**



II 2019

Farmacja: marki o największych wydatkach reklamowych

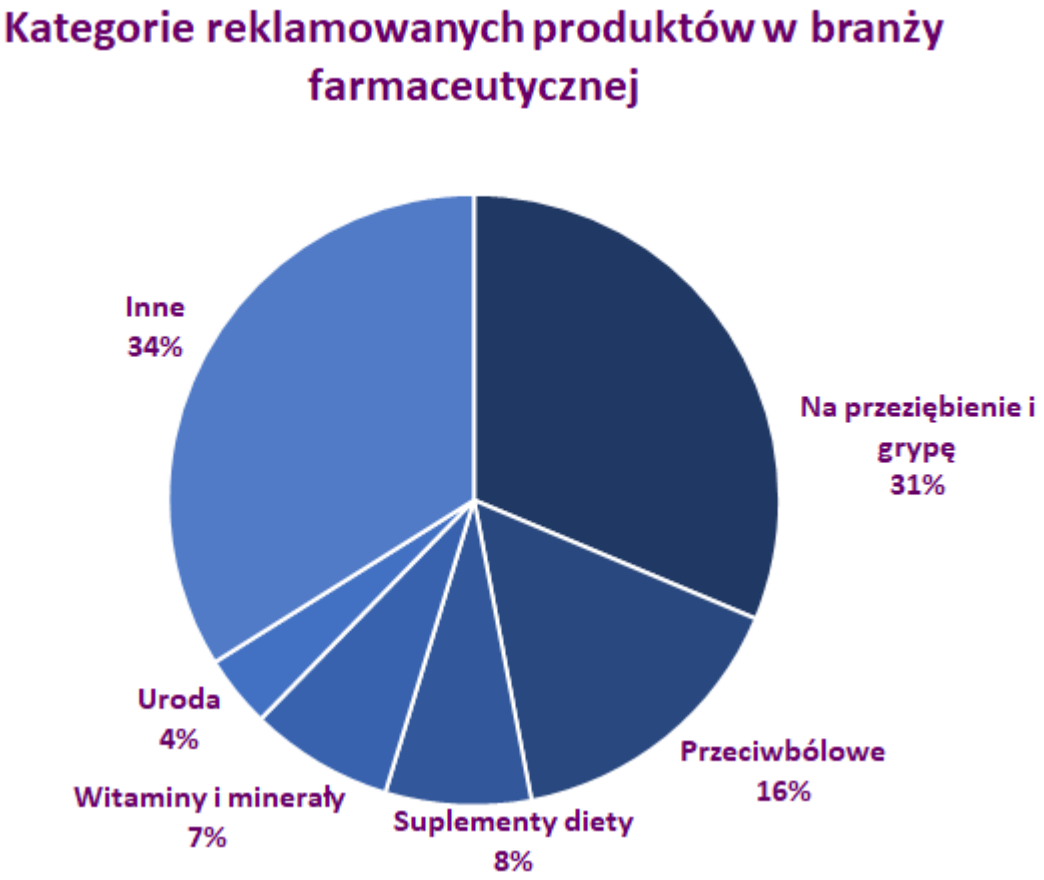
W lutym marka **Molekin** zainwestowała największe kwoty w reklamy – ponad 9 mln zł. Na kolejnych miejscach znalazły się **Ibuprom, Griperx, Gripovita** oraz **Regnerum**.



II 2019

Farmacja: typy reklamowanych produktów

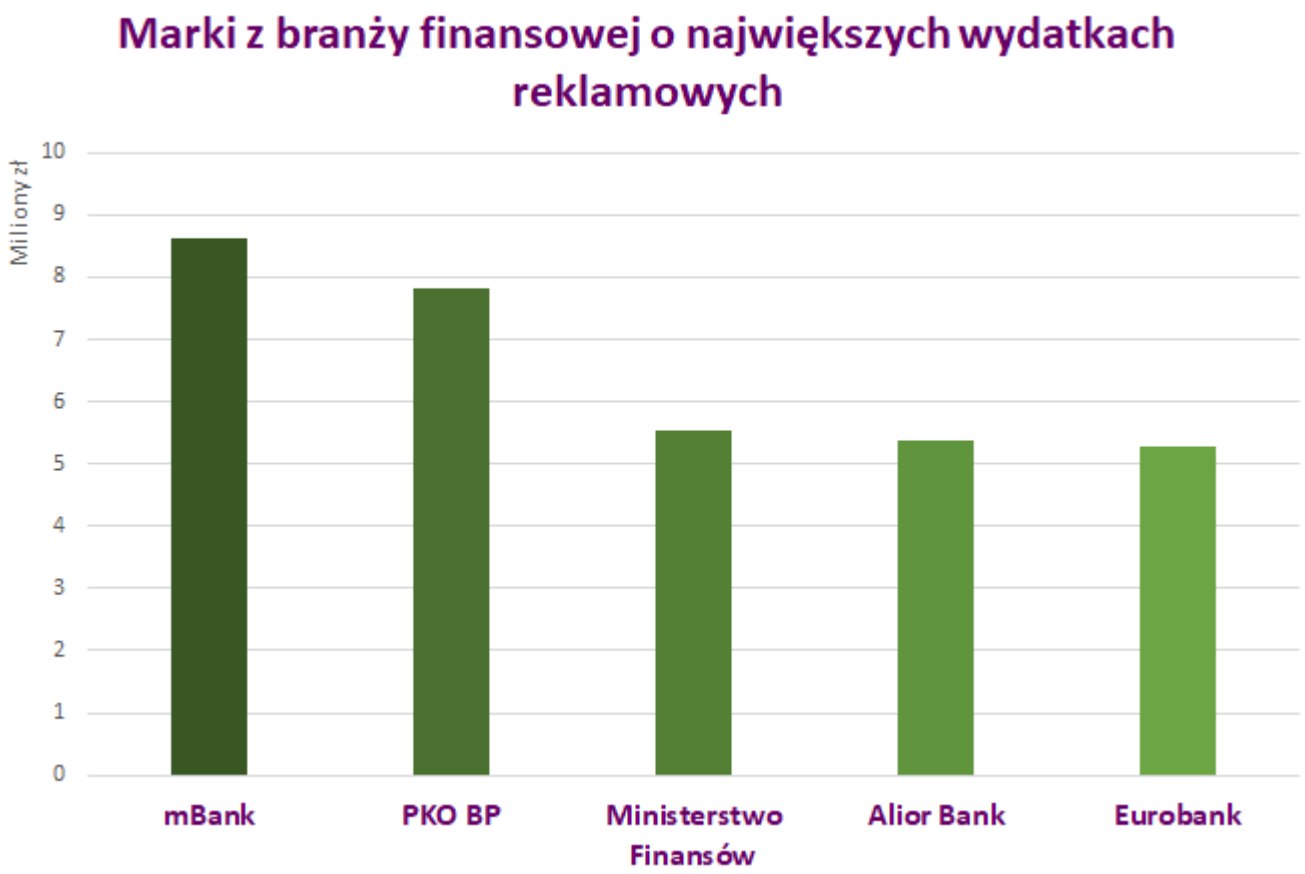
W lutym 2019 roku największe budżety w branży farmaceutycznej zostały przeznaczane na **preparaty wspomagające w czasie przeziębiania i grypy (31 proc.)** oraz **środki przeciwbólowe (16 proc.).** Inwestowano również w promocję m.in. **suplementów diety, witamin i minerałów**, a także **preparatów pielęgnacyjnych.**



II 2019

Finanse: marki o największych wydatkach reklamowych

W lutym na pierwszym miejscu wśród marek o największych wydatkach reklamowych w branży finansowej znalazł się **mBank.** Kolejne pozycje zajmują **PKO BP**, **Ministerstwo Finansów, Alior Bank** oraz **Eurobank.**

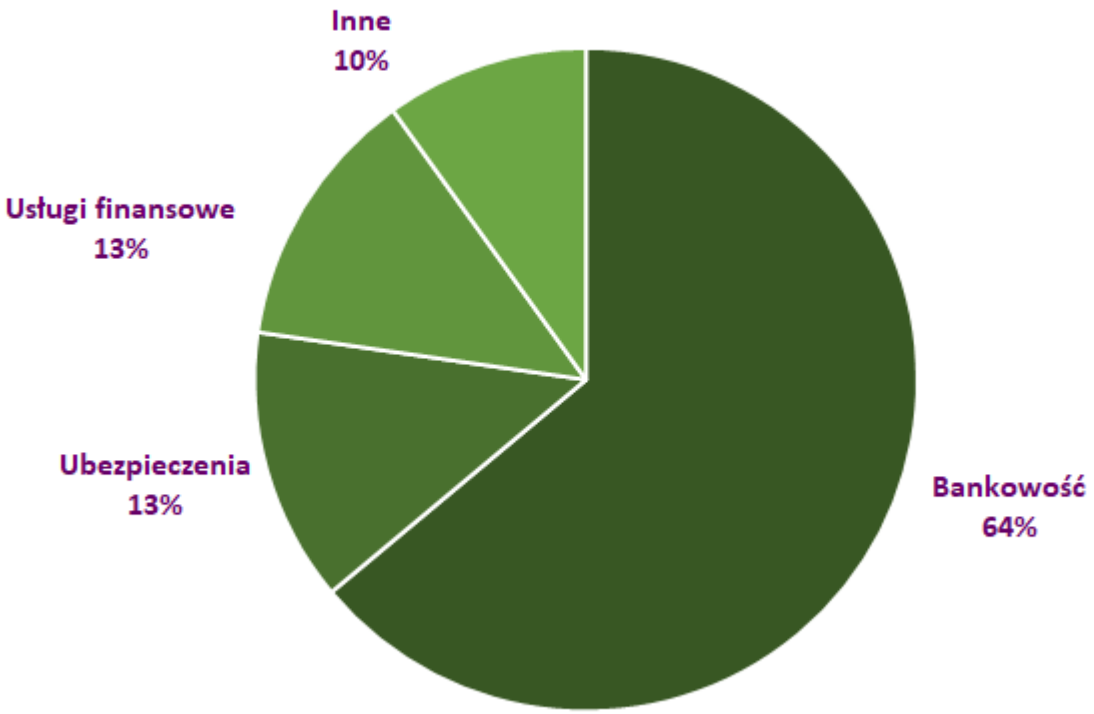


II 2019

Finanse:
typy reklamowanych usług

W lutym branża finansowa w największym stopniu inwestowała w reklamy **bankowości** (64 proc. wszystkich kategorii produktowych) oraz **ubezpieczeń i usług finansowych.**

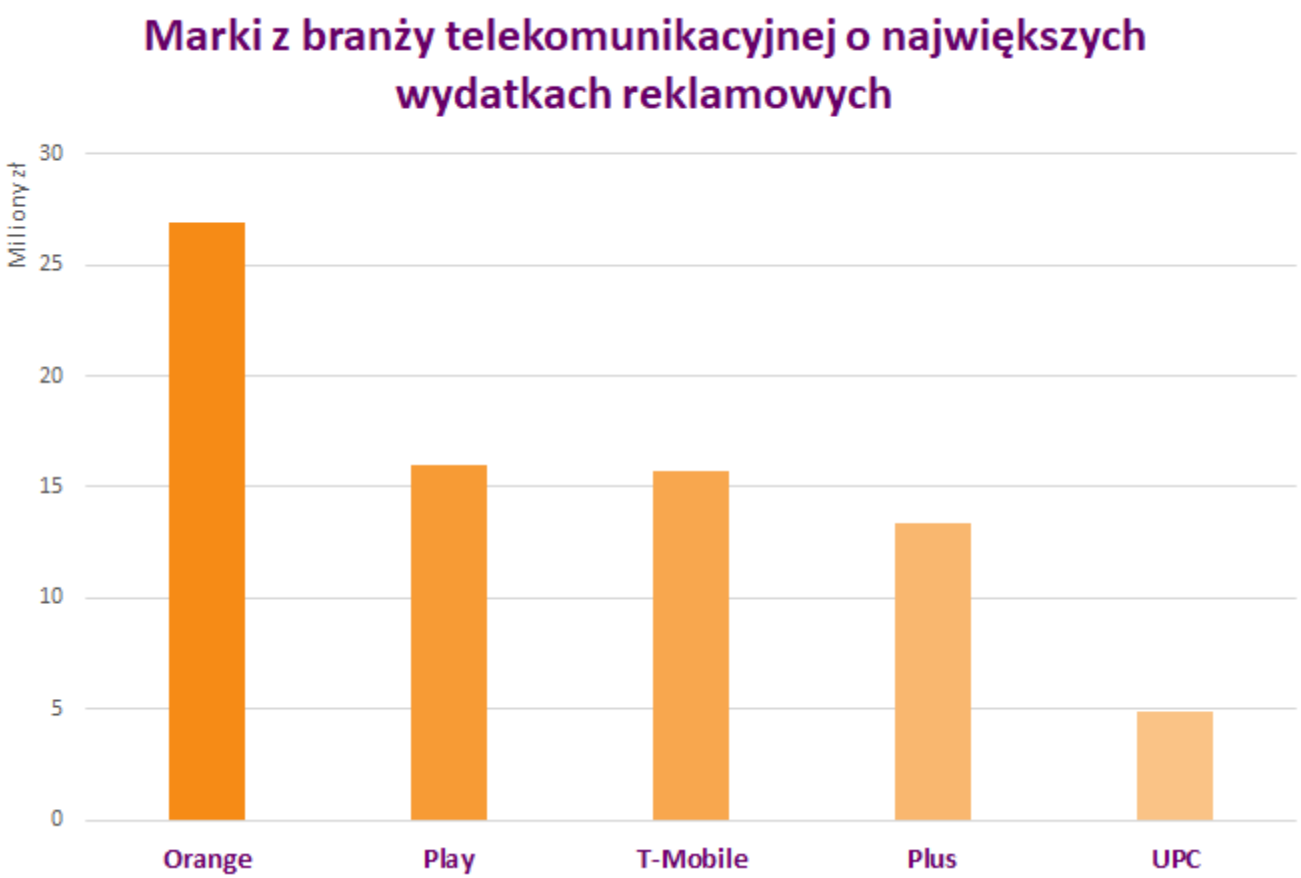
Kategorie reklamowych usług w branży finansowej



II 2019

Telekomunikacja: marki o największych wydatkach reklamowych

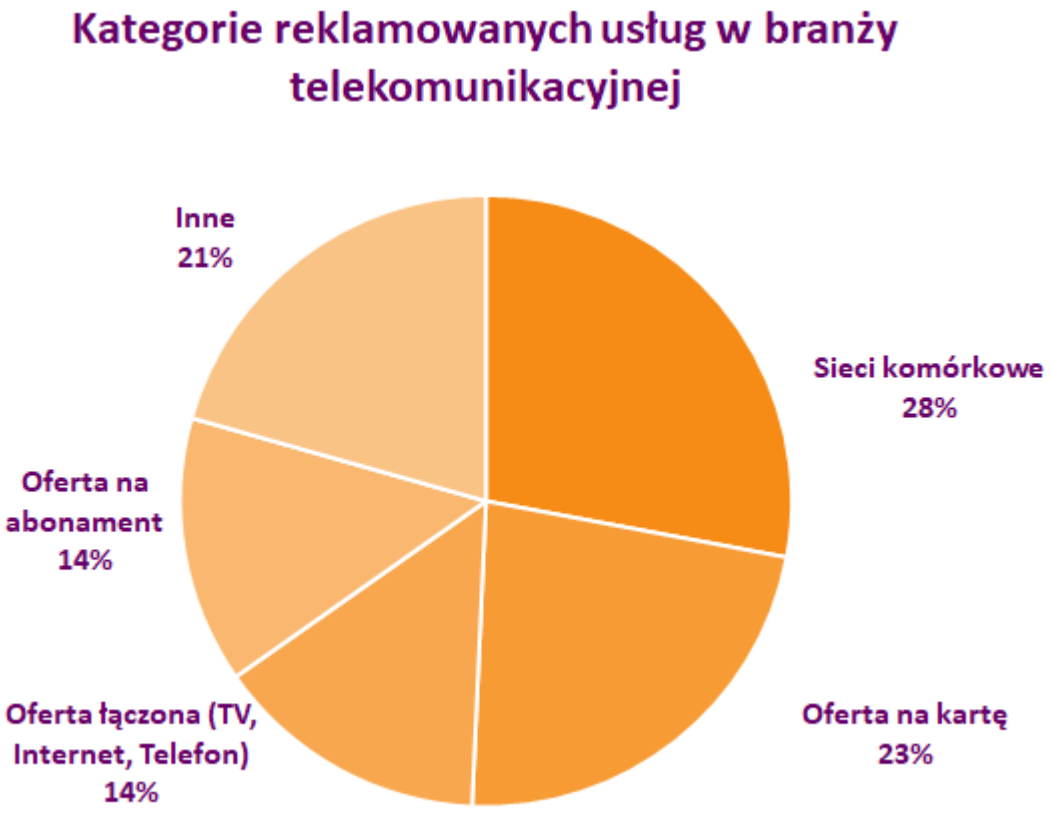
W lutym na pierwszym miejscu w zestawieniu marek o największych wydatkach reklamowych w branży telekomunikacyjnej znalazł się **Orange**, który wydał prawie 27 mln zł i wyprzedził **Play, T-Mobile, Plus** oraz **UPC**.



II 2019

Telekomunikacja: typy reklamowanych usług

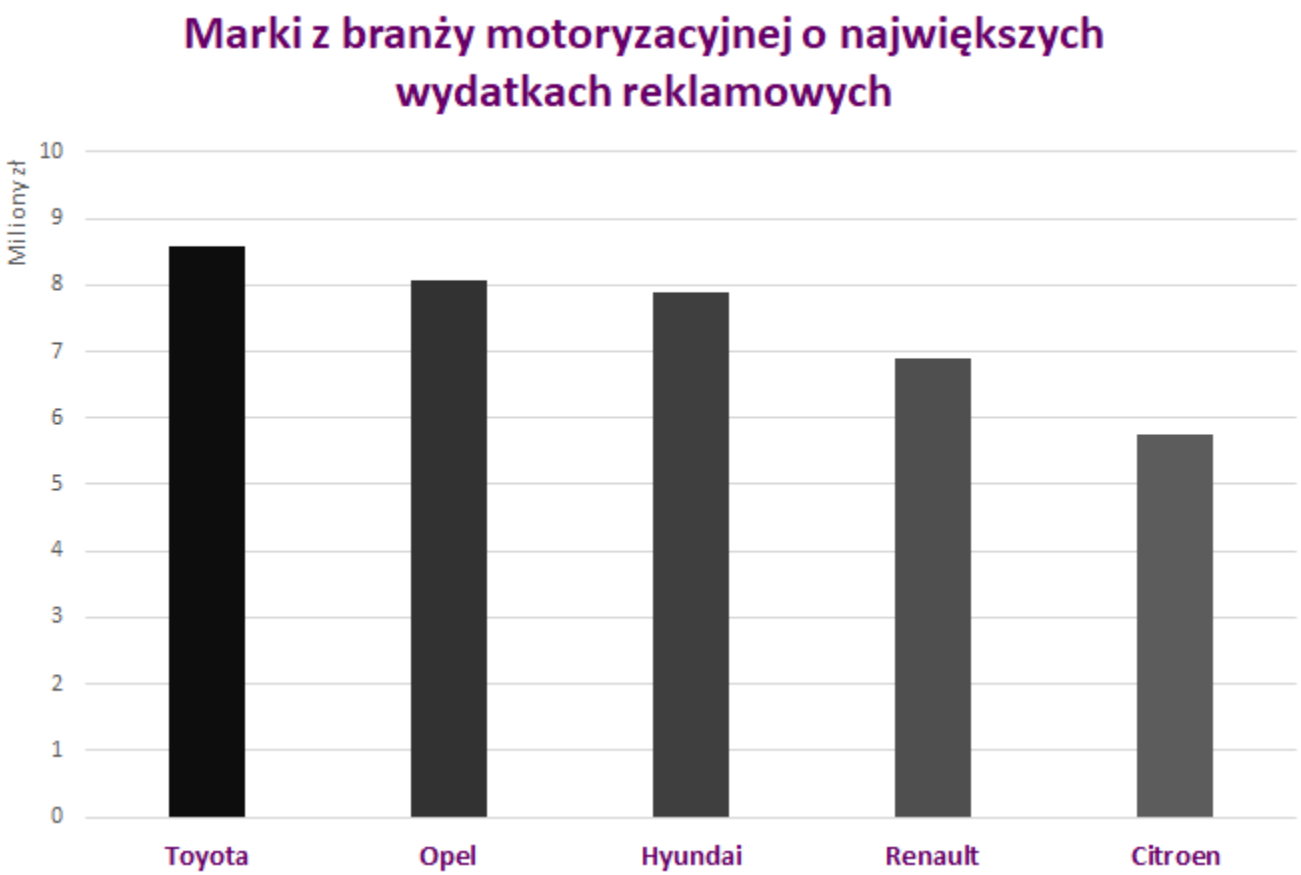
W branży telekomunikacyjnej większość styczniowych reklam dotyczyła **sieci komórkowych** (28 proc.). Na kolejnych miejscach w zestawieniu znalazły się m.in. **oferta na kartę, oferta łączona (TV, Internet, Telefon)** oraz **oferta na abonament.**



II 2019

Motoryzacja: marki o największych wydatkach reklamowych

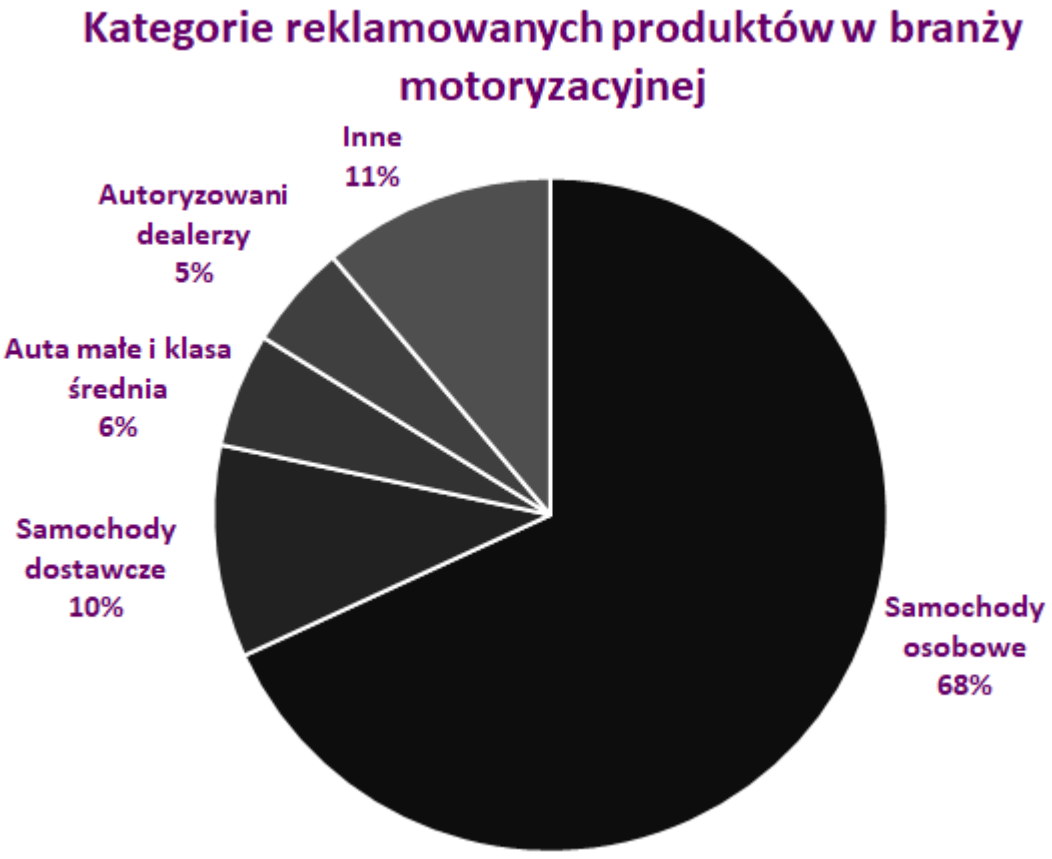
W lutym w pierwszej piątce marek motoryzacyjnych na czele znalazł się **Toyota** (ponad 8,5 mln zł), następnie **Opel, Hyundai, Renault** oraz **Citroen.**



II 2019

Motoryzacja: typy reklamowanych produktów

W branży motoryzacyjnej w reklamach niezmiennie największe udziały mają **samochody osobowe** (68 proc.). Na kolejnych miejscach znalazły się reklamy **samochodów dostawczych**, **aut małych i klasy średniej** oraz **autoryzowanych dealerów.**



Raport IMM: Wydatki reklamowe w wybranych branżach II 2019

Kontakt:

imm@imm.com.pl

Tel. 22 378 37 50

www.imm.com.pl

Kontakt dla mediów:

Joanna Górska

jgorska@imm.com.pl

Tel. 22 378 37 50

O admonit:

Admonit monitoring reklam to narzędzie do analizy wydatków reklamowych danej marki oraz jej konkurencji. Admonit monitoruje reklamy w niemal 100 stacjach RTV i ponad 400 tytułach prasowych. Wydatki podawane są według oficjalnych cenników netto poszczególnych mediów. Umożliwia monitorowanie nowych kampanii, a także analizę dotychczas wyemitowanych reklam, według marki oraz branż.

Więcej zalet admonit: www.imm.com.pl/admonit_monitoring_reklam

O IMM:

IMM dostarcza kompleksowy monitoring wszystkich mediów od 2000 r. Dostępny on-line moduł analityczny umożliwia pomiar efektywności działań PR i pozwala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych na tle konkurencji. Pomaga chronić reputację firmy i marki w sytuacjach kryzysowych.

Stałym monitoringiem objętych jest ponad milion domen z polskiego zasobu internetu wraz z social mediami (z aktualizacją wyników w czasie rzeczywistym), ponad 1000 tytułów prasowych oraz ponad 200 stacji RTV z szerokim wyborem mediów regionalnych i lokalnych.

Więcej o IMM: www.imm.com.pl