



WYDATKI
REKLAMOWE
-
BRANŻA
FARMACEUTYCZNA

PAŹDZIERNIK 2019

RAPORT IMM

METODOLOGIA



ZAKRES

Raport opracowany na podstawie danych z monitoringu reklam admonit IMM, obejmuje okres **1-31 października 2019.**



MEDIA

Badaniem objęte reklamy opublikowane w **prasie** oraz wyemitowane w **radiu i telewizji.**



KWOTY

Wydatki prezentowane w raporcie podawane są według **oficjalnych cenników netto** poszczególnych mediów.

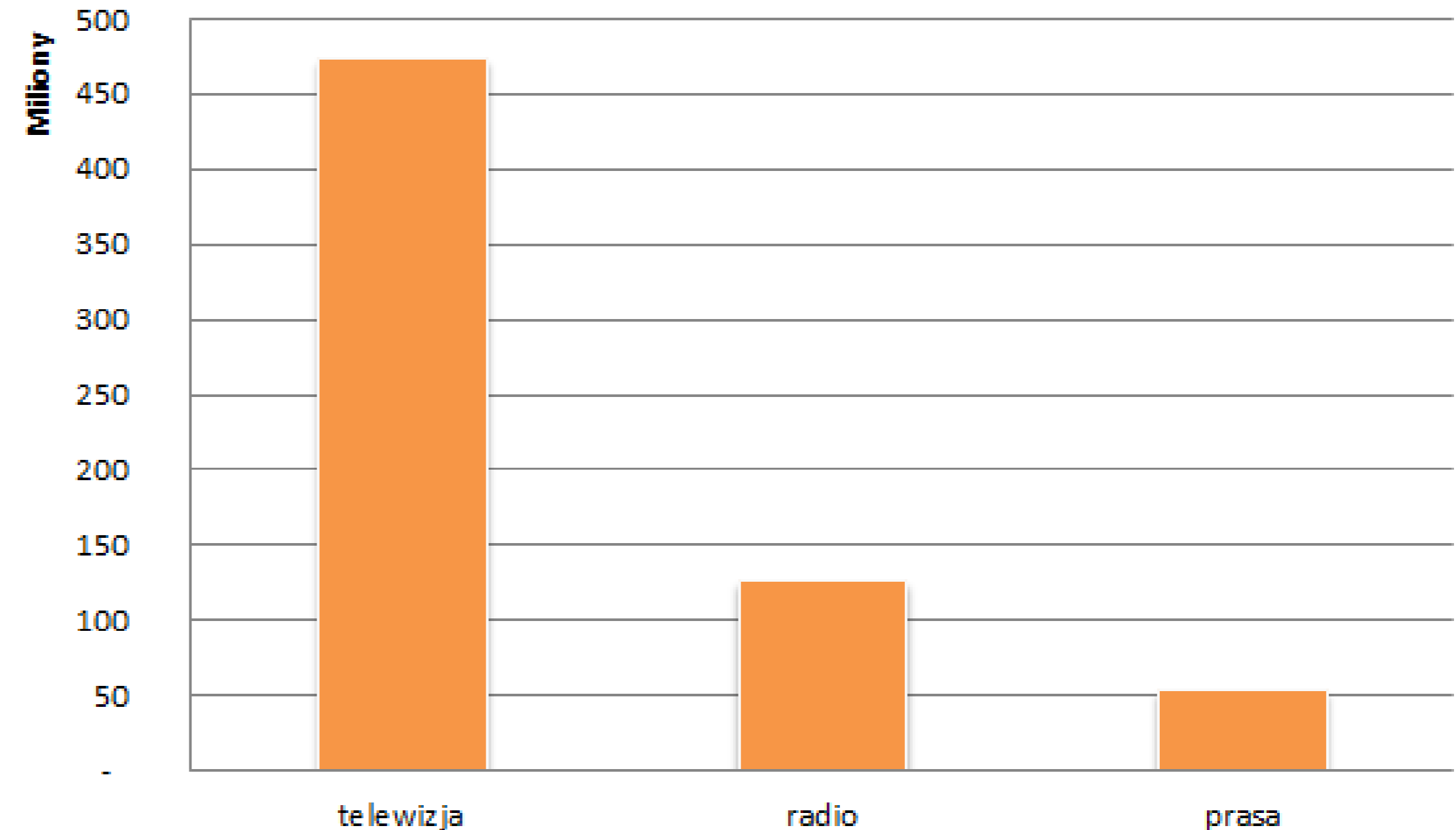
WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA MEDIA

Branża farmaceutyczna największe budżety przeznaczyła na reklamę w telewizji, na którą przeznaczono ponad 472,6 mln zł.

W reklamę radiową zainwestowano 125,6 mln zł.

Najmniejsze kwoty przeznaczono na reklamę w prasie – 53,3 mln zł.

**Wydatki reklamowe branży farmaceutycznej
w podziale na typ mediów**

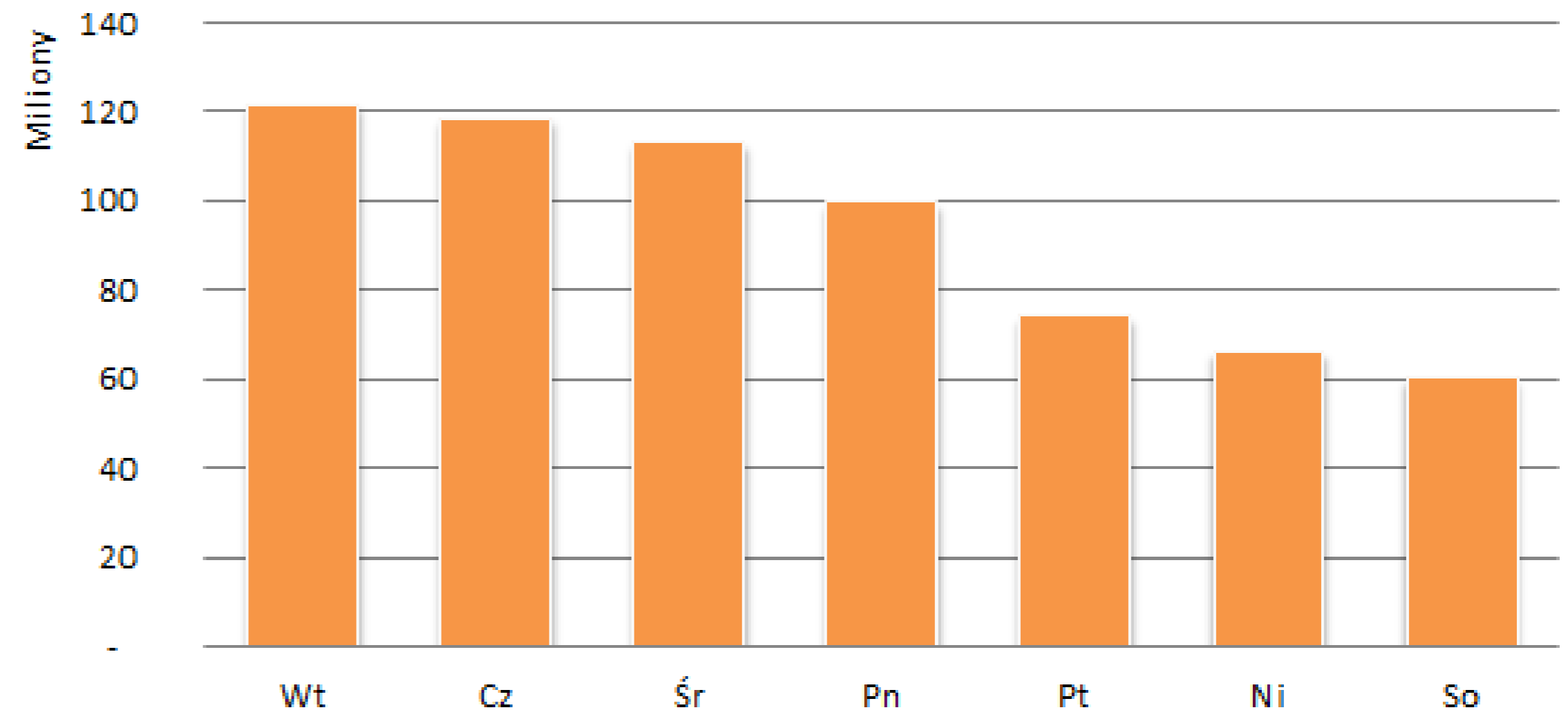


WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA DNI TYGODNIA

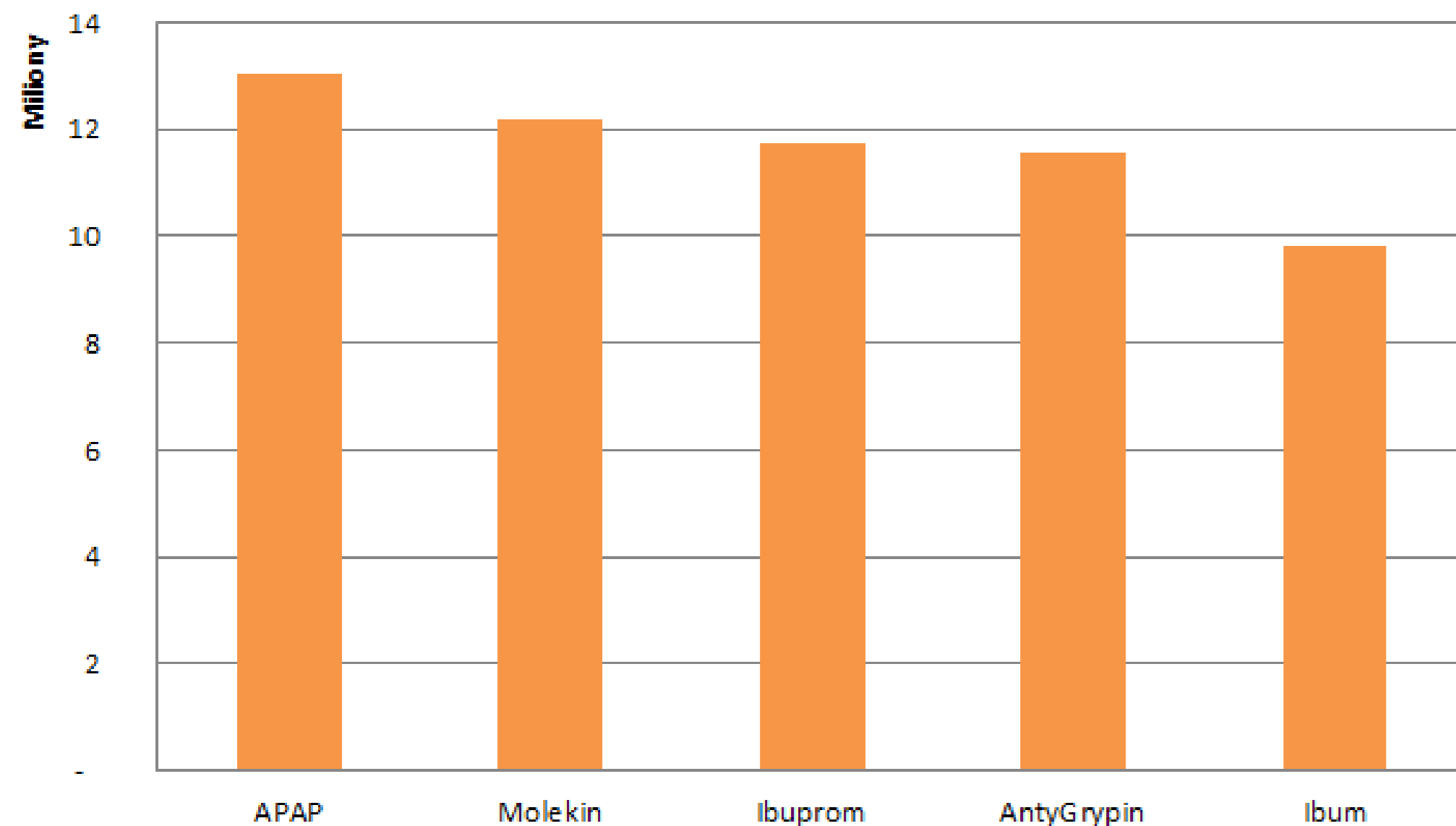
W kwietniu największe budżety reklamowe lokowane były we wtorki i wyniosły w sumie 121,2 mln zł.

Najniższe wydatki reklamowe zostały zanotowane w soboty – ok. 60 mln zł.

**Wydatki reklamowe branży farmaceutycznej
w podziale na dni tygodnia**



Marki z branży farmaceutycznej o największych wydatkach reklamowych

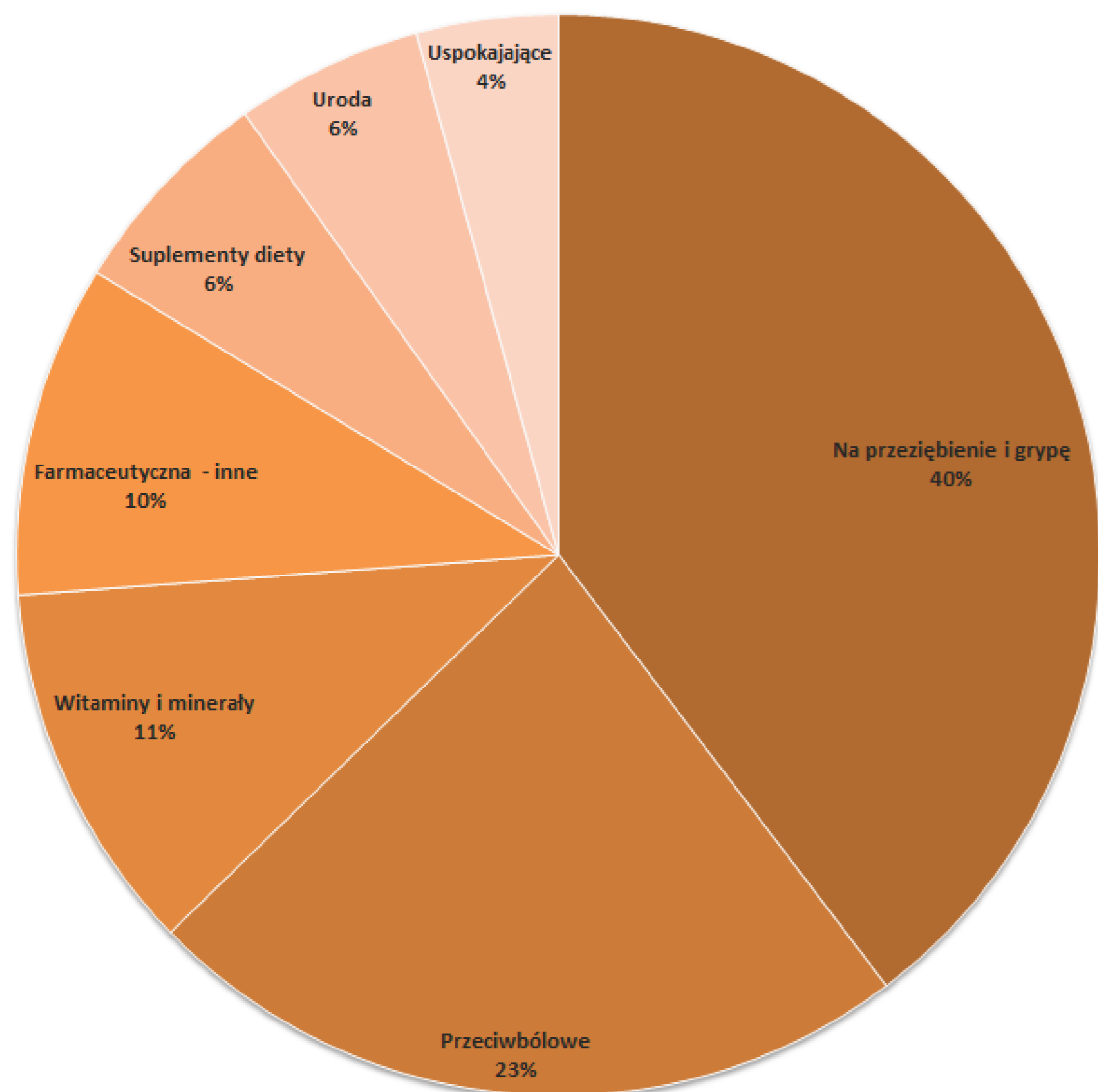


MARKI O NAJWIĘKSZYCH WYDATKACH REKLAMOWYCH

W kwietniu marka **APAP** zainwestowała największe kwoty w reklamy – ponad **13 mln zł**.

Na kolejnych miejscach znalazły się **Molekin** (12,1 mln zł), **Ibuprom** (11,7 mln zł), **AntyGrypin** (11,5 mln zł) oraz **Ibum** (9,8 mln zł).

Wydatki reklamowe branży farmaceutycznej w podziale na produkty



TYPY REKLAMOWANYCH PRODUKTÓW

W październiku 2019 roku najwyższe budżety w branży farmaceutycznej zostały przeznaczone na reklamy **środków na przeziębienie i grype** (40 proc.) oraz **środków przeciwbólowych** (23 proc.).

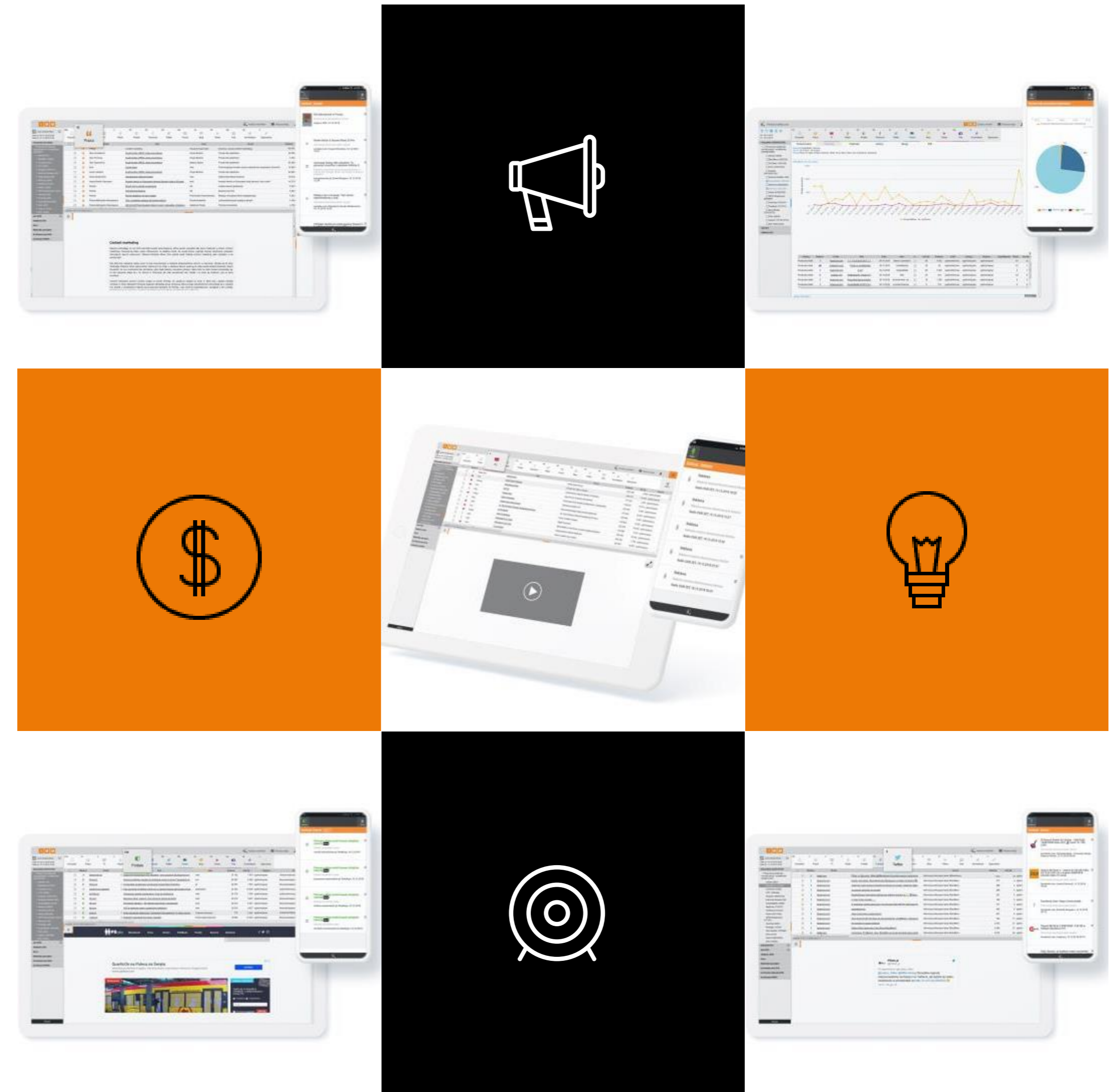
Inwestowano również w promocję m.in. **witamin i minerałów**, **suplementów diety**, **preparatów poprawiających urodę**, a także **środków uspokajających**.

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





Instytut Monitorowania Mediów (IMM) dostarcza kompleksowy monitoring wszystkich mediów od 2000 roku. Dostępny online moduł analityczny umożliwia pomiar efektywności działań PR oraz pozwala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych na tle konkurencji. Ponadto 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 w czasie rzeczywistym), ponad 1 000 tytułów prasowych oraz ponad 200 stacji radiowych i telewizyjnych z szerokim wyborem mediów regionalnych oraz lokalnych.

Więcej o IMM: www.imm.com.pl.



KONTAKT

imm@imm.com.pl
www.imm.com.pl

Sylwia Hornowska
shornowska@imm.com.pl
Tel. 603 348 033

