

Słodczyce podbijają ekrany i podniebienia

Analiza wydatków reklamowych Q1 2023

1.01 – 31.03.2023 r.

Producenci słodczy lokują ogromne kwoty w reklamy swoich produktów. W pierwszym kwartale bieżącego roku marka **Kinder**, z portfolio **Grupy Ferrero**, zdominowała rynek reklamy słodczy. Najczęściej reklamowanymi słodczymi były **batony**, dla których odnotowano aż **298 emisji dziennie**. Największe budżety przeznaczono na reklamy batonów **Kinder**, **Snickers**, **Twix** oraz **ETI Dare**. Analiza pokazuje, że producentom zależy przede wszystkim na **reklamach telewizyjnych**.

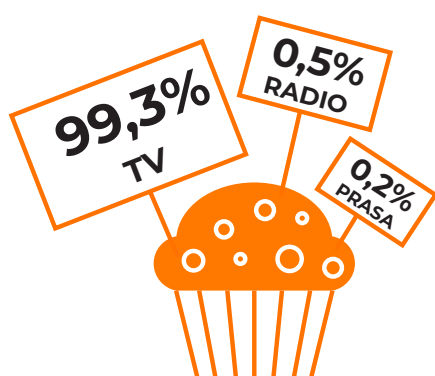
WYDATKI REKLAMOWE PRODUCENTÓW SŁODCZY

214,5 mln zł

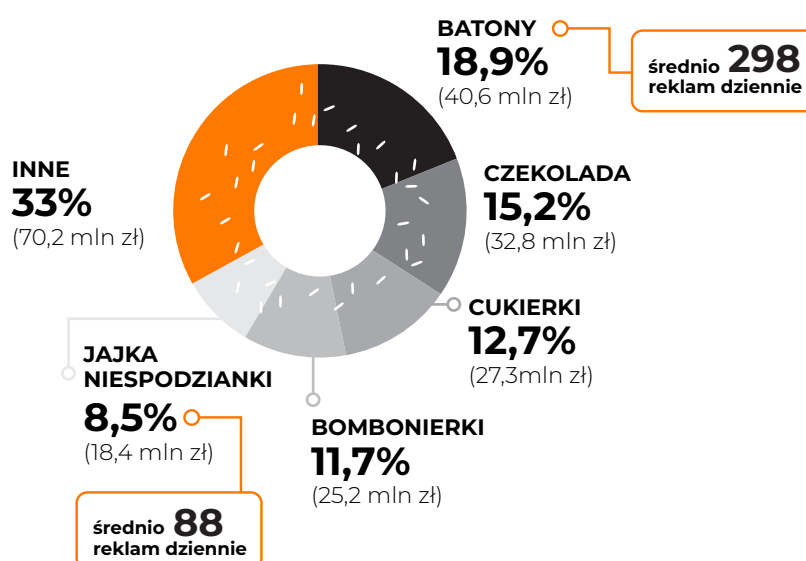


Koszt emisji

PODZIAŁ REKLAM NA MEDIA



WYDATKI NA KONKRETNE PRODUKTY



REKLAMOWI GIGANCI – MARKI

64,7 mln zł



2,6 mln zł

KINDER

13,7 mln zł



4,1 mln zł

WEDEL

13,3 mln zł



1,1 mln zł

LINDT

9,1 mln zł



8,1 mln zł

MILKA



REKLAMA
BEZPOŚREDNIA*

* REKLAMA REALIZOWANA
BEZPOŚREDNIO PRZEZ
MARKĘ



REKLAMA
POŚREDNIA**

** REKLAMA REALIZOWANA
PRZEZ DYSTRYBUTORÓW
LUB SPRZEDAWCÓW
DETALICZNYCH

KORZYŚCI MONITORINGU REKLAM ADMONIT:

- ✓ analiza i porównanie wydatków reklamowych w prasie, radiu i telewizji
- ✓ natychmiastowe alerty o nowych kampaniach reklamowych
- ✓ monitoring ok. 70 stacji telewizyjnych, ok. 70 stacji radiowych i ok. 300 źródeł prasowych
- ✓ rozróżnienie na reklamy pośrednie i bezpośrednie
- ✓ monitoring bloków reklamowych oraz plansz sponsorskich w radiu i telewizji
- ✓ mapping otoczenia biznesowego
- ✓ monitoring kampanii reklamowych konkurencji
- ✓ stały dostęp do multimediów
- ✓ analiza reklamodawców w prime-time

Chcesz mieć podgląd wydatków reklamowych w branży na bieżąco?

Skontaktuj się z nami! imm.com.pl

O mediach
wiemy wszystko.