

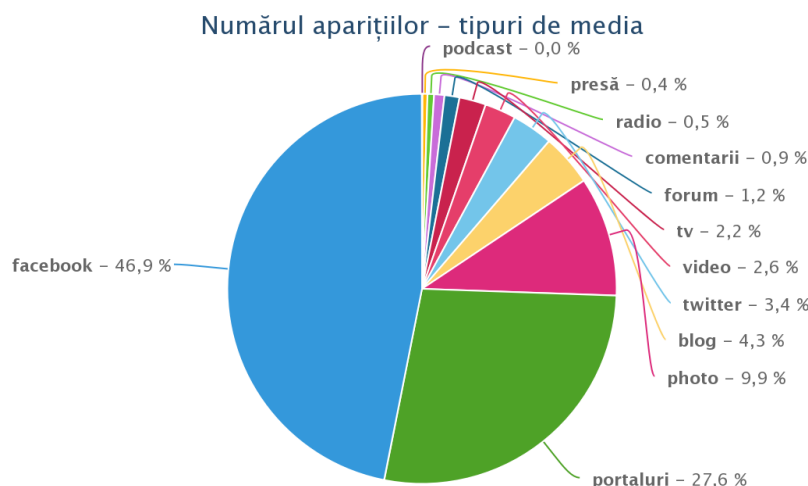
# Vizibilitatea fenomenului Black Friday in mass media

## 1-13 noiembrie 2022

**București, 14 noiembrie 2022:** mediaTRUST a analizat în perioada 1-13 noiembrie 2022, peste 19.000 de surse de informare din presa scrisă, radio, tv, online și social media, analizând vizibilitatea fenomenului Black Friday în materialele difuzate.

În România, Black Friday 2022 s-a organizat în data de 11 noiembrie, însă unele magazine au început promoțiile încă din octombrie, iar altele continuă reducerile și în perioada 14 – 30 noiembrie.

În perioada monitorizată de mediaTRUST, 1 – 13 noiembrie 2022 au fost publicate peste **19.000** de materiale care au făcut referire la Black Friday. Cele mai multe mențiuni s-au înregistrat în **online** și social media, **18.616**, dintre care 9.012 au fost pe Facebook. **Posturile de televiziune** au difuzat **425** de mențiuni ce au avut ca subiect Black Friday, iar **radiourile** **105** de materiale. În **presa scrisă** s-au înregistrat **80** de materiale, în perioada analizată.









Sursa: mediaTRUST

catalog	presă	tv	radio	portaluri	blog	forum	facebook	twitter	photo	video	comentarii	podcast	total
Black Friday	80	425	105	5,301	830	238	9,012	659	1,905	498	165	8	19,226

**Antena 3** este televiziunea cu cele mai multe mențiuni despre Black Friday – **59**, urmată de **Digi24** – **52** și **Antena 1** cu **49** de materiale. În online site-urile cu cele mai multe articole publicate despre Black Friday au fost **Playtech.ro**, cu **88** articole, **observatornews.ro** – **60**, **wall-street.ro** – **57** și **retail.ro** – **56** articole. În privința posturilor de radio, **Bucuresti FM** a difuzat cele mai multe mențiuni cu referire la Black Friday – **37**, urmat de **Digi FM** cu **18** materiale și **ProFM** cu **13**. **Ziarul Financiar** și **Transilvania Expres** au publicat câte **8**, respectiv **9** articole, iar **Nine o'Clock** și **Obiectiv de Suceava**, câte **4** articole în presa scrisă.

După cum era de așteptat, vineri, **11 noiembrie**, a fost ziua cu cele mai multe menționări pe site-urile de știri, 1.325, în social media – 3.473, TV – 125 iar la radio – 25.

catalog	 presă	 tv	 radio	 portaluri	 blog	 forum	 facebook	 twitter	 photo	 video	 comentarii	 podcast	total
Black Friday	11	125	25	1,325	168	53	2,551	173	400	102	25	1	4,959

La nivelul audienței pe toate mediile, **presă scrisă, online, radio și TV**, în 11 noiembrie 2022, după cum a calculat mediaTRUST, fiecare român a intrat în contact cu mesajele transmise de Black Friday de **aproape 4 ori** (ajungând la **67,784,463** de contacte).

**eMAG** conduce clasamentul retailerilor cu cele mai multe apariții pe canalele de comunicare monitorizate în intervalul 1 – 13 noiembrie 2022 – internet, social media, presă scrisă, radio și TV, în contextul reducerilor de Black Friday și a înregistrat **2.570** de mențiuni în intervalul monitorizat, dintre care 1.490 pe internet, 1.029 în social media, 41 la TV și 10 în presa scrisă.

Pe locul doi se situează **Fashion Days** cu **572** de mențiuni în media monitorizată, 557 mențiuni în online și social media, 4 în presa scrisă și 11 la TV.

**Altex** se situează pe locul trei în topul realizat de mediaTRUST cu **522** de menționări în media. Pe internet și social media – 505, 7 la TV, 10 mențiuni în presa scrisă. **Flanco** este în acest clasament cu **368** mențiuni, urmat de **Evomag** cu **350** mențiuni, **Media Galaxy** – **221** mențiuni, **Elefant.ro** – **206** referințe, **PC Garage** – 178, **F64** - 89 de mențiuni, iar site-urile **About You** și **Answer** cu câte **42**, respectiv **90** mențiuni înregistrate, în contextul reducerilor de Black Friday.

## Metodologie

**Notă:** În prezentul studiu, mediaTRUST a luat în calcul rezultatele monitorizării a 23 posturi TV naționale, 12 posturi radio naționale, peste 500 de publicații naționale și locale, peste 2500 de surse de știri online, peste 30.000 de blog-uri și forum-uri la care se adaugă conturile publice ale utilizatorilor români de Facebook, Twitter, Google+ și Youtube, în perioada 1 noiembrie– 13 noiembrie 2022. Nu au fost incluse reclamele.

Analiza include toate materialele din presa tipărită, posturile de radio și TV monitorizate de mediaTRUST precum și site-urile, paginile oficiale facebook, twitter, instagram, youtube, bloguri, podcast-uri și comentarii rețele socializare. Pentru mai multe detalii privind monitorizarea presei scrise, radio, TV, online și social media consultați [www.mediatrust.ro](http://www.mediatrust.ro).

Pentru măsurarea impactului (audienței) materialelor incluse în studiu sunt folosite datele de audiență furnizate de ARMA (pentru televiziuni), BRAT (pentru presa tipărită), ARA (pentru radio) și metode proprietate mediaTRUST în cazul mediului online (inclusiv Social Media).

## Despre mediaTRUST

Înființată în 1999, parte a Institute of Media Monitoring (IMM) din Polonia, **mediaTRUST România**, este compania de monitorizare media cu capital privat cu cea mai îndelungată experiență pe piață și cel mai vast portofoliu de clienți. Compania oferă clienților săi acces la informațiile apărute zilnic în mass media (presă scrisă, online, radio și TV) din 15 țări din Europa Centrală și de Est. Din 2004 suntem membri ai organizației internaționale de elită FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse), iar în 2014 am devenit membri BRAT (Biroului Român de Audit Transmedia) și ARMA (Asociației Române pentru Măsurarea Audiențelor).