

mediaTRUST: Catena, Profi și Kaufland au fost cele mai vizibile branduri la TV și radio în săptămâna 13-19 martie 2023.

MediaTRUST a realizat topul săptămânal al celor mai vizibile branduri la TV, radio și presa scrisă, în perioada 13-19 martie 2023, analizând peste 14.000 de reclame din presa scrisă, radio și TV.

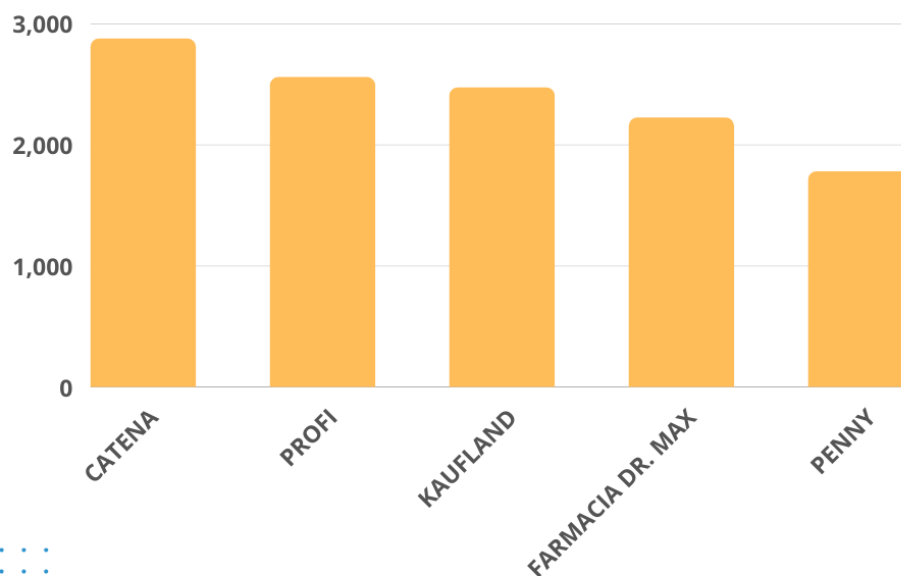
Cu 2.875 de reclame difuzate, Catena a ocupat prima poziție în topul celor mai vizibile branduri la TV și radio. Pe locul doi s-a clasat Profi, cu 2.558 de reclame și un Rate Card estimat la 2,55 milioane de euro, în timp ce Kaufland a ocupat poziția a treia cu 2.472 de reclame și un Rate Card estimat la 2.3 milioane de euro.

Printre celelalte branduri prezente în top se numără Farmacia Dr. Max, care a ocupat locul patru cu 2.222 de reclame, urmată de Penny, care a înregistrat 1.779 de reclame.

Distributia reclamelor pe canalele media arată că notorietatea brandurilor se construiește preponderent pe posturile TV și radio. Niciunul din brandurile din top 5 nu s-a promovat în presa scrisă, ceea ce indică faptul că acestea au adoptat o strategie de promovare diferită sau că au ales să își concentreze eforturile de marketing pe alte canale de comunicare. Dacă analizăm campaniile primilor 10 investitori în publicitate, un singur advertiser, LIDL, a folosit în săptămâna analizată presa scrisă pentru a-și comunica mesajele.

TOP 5 CELE MAI ACTIVE BRANDURI

Săptămâna 13-19 martie 2023

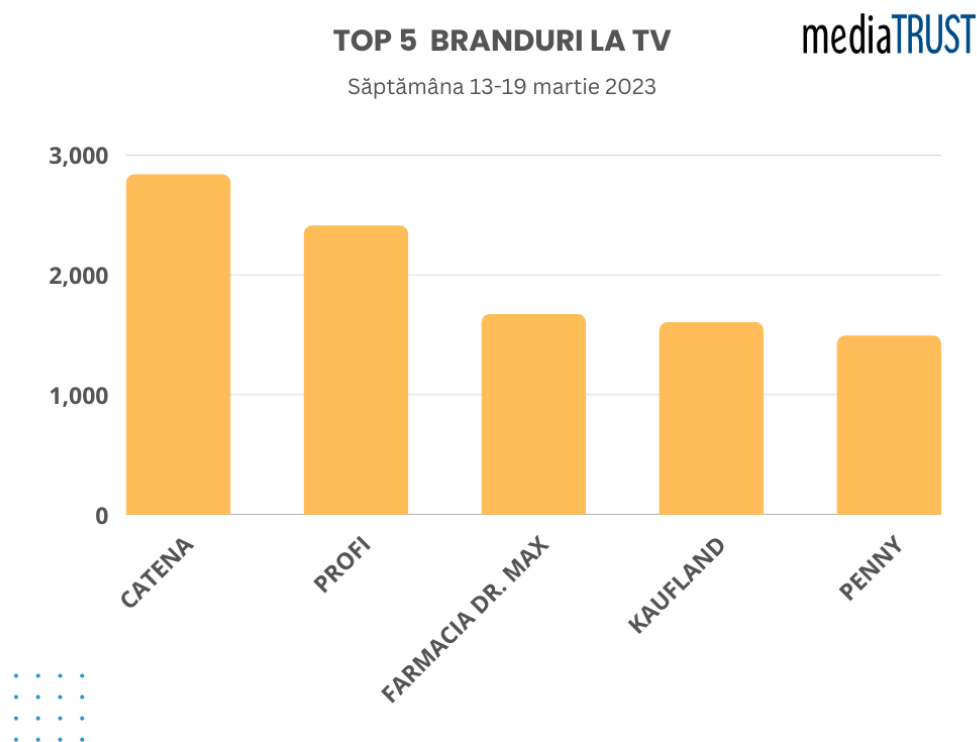


Distribuția reclamelor pe medii de difuzare

În perioada monitorizată, Catena, Profi și Farmacia Dr. Max s-au numărat printre cele mai active branduri în ceea ce privește publicitatea difuzată la TV. Conform datelor furnizate de MediaTRUST, Catena a avut un total de 2.836 spoturi la TV iar cele mai multe difuzări au fost la postul TVR 1, 438 de spoturi publicitare, în timp ce Profi a înregistrat cea mai mare vizibilitate la posturile ZU TV și B1TV, cu 326 și, respectiv, 272 de reclame.

Farmacia Dr. Max completează podiumul, înregistrând 1.670 spoturi la TV, cele mai multe difuzări fiind la postul B1TV, cu 192 de spoturi publicitare și la postul Antena 3CNN, cu 185 de spoturi publicitare.

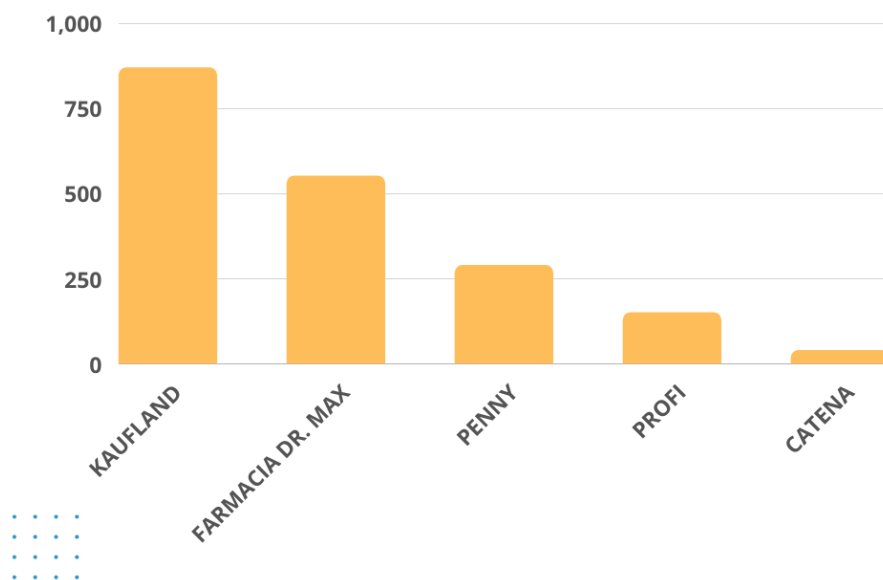
Kaufland a avut 1.602 spoturi difuzate la TV iar reclamele Penny au apărut la TV de 1.490 ori, cele mai multe fiind la N24 și B1TV, 261 respectiv 205 spoturi.



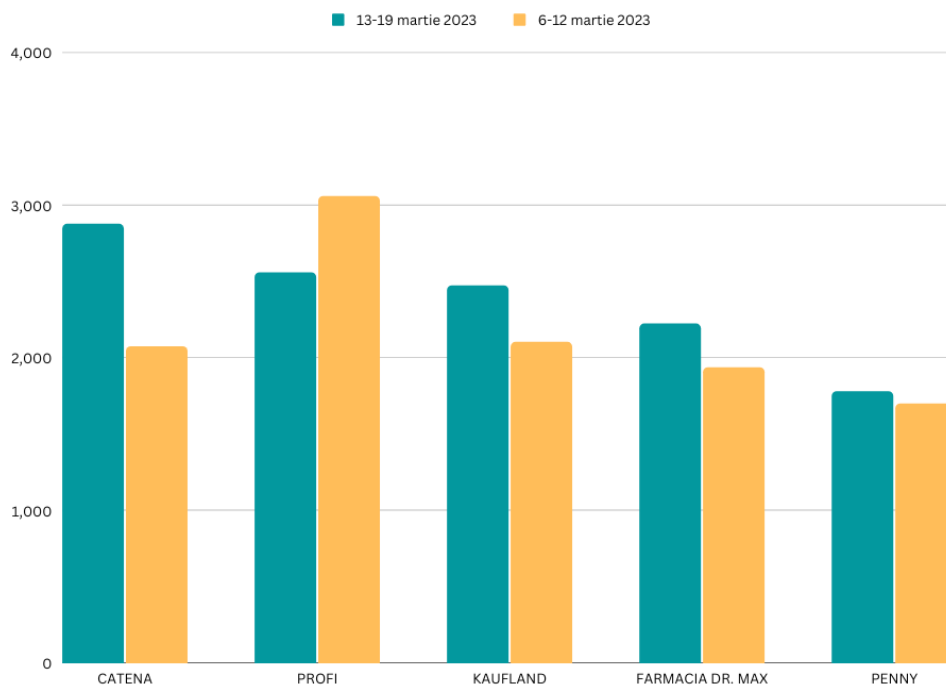
În același timp, la radio, Europa FM a fost postul care a difuzat cele mai multe reclame ale Kaufland, 130 de spoturi publicitare, din totalul de 870 spoturi la radio. Kiss FM a difuzat 96 spoturi ale Farmaciei Dr. Max în timp ce spoturile Penny au fost difuzate cel mai des la Kiss FM – 70 spoturi. Cu un total de 289 de spoturi difuzate la radio, Penny ocupă poziția a treia în topul celor mai active branduri la radio. Spoturile Profi s-au difuzat pe doar 2 posturi de radio, Europa FM și Kiss FM, un total de 150 spoturi în săptămâna 13-19 martie. Catena închide topul, cu 39 spoturi la radio.

TOP 5 BRANDURI LA RADIO

Săptămâna 13-19 martie 2023



EVOLUȚIA SĂPTĂMÂNALĂ A BRANDURILOR



Analiza săptămânală arată că brandurile Catena, Profi și Kaufland sunt cele mai vizibile în media în această perioadă. Studiul este un barometru al modului în care brandurile își promovează afacerile și oferă o imagine clară a mediului publicitar în momentul actual.

Metodologie

Despre raport

Raportul a luat în calcul rezultatele monitorizării a 14.114 reclame difuzate în intervalul de timp 13 – 19 martie 2023, la 21 de posturi de televiziune, 12 posturi de radio și 200 de publicații centrale. Prin intermediul aplicației admonit, mediaTRUST prezintă cele mai vizibile branduri în media. Costul estimat în euro a fost calculat pe baza valorii de Rate Card.

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). Datele de audiență și demografice se referă la numărul de telespectatori pentru toate aparițiile televizate, fiind luat în calcul publicul comercial.

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).