

Farmacile și supermarketurile continuă să domine piața reclamelor. Catena devine lider în topul lunar cu cele mai mari cheltuieli de publicitate în mai.

București, 8 iunie 2023: Potrivit analizei de monitorizare mediaTRUST, efectuată între 1 și 31 mai 2023, Catena a ocupat prima poziție în ceea ce privește cheltuielile de publicitate în luna mai, situându-se în fruntea clasamentului. Penny s-a plasat pe locul doi, iar Farmacia Dr. Max pe poziția a treia pe podium.

Catena, lider în cheltuielile de publicitate, a avut un rate card estimat la 14,6 milioane de euro și a difuzat 10.728 de reclame. Acest brand a avut cea mai mare expunere pe TVR 2, cu 1.386 de spoturi difuzate, urmat de Etno TV, unde au fost transmise 1.348 de spoturi și o prezență minoră pe radio și în presa scrisă, cu un total de 80 de reclame difuzate.

Penny se clasează pe locul doi în clasamentul cheltuielilor de publicitate, alocând un buget de 13,9 milioane de euro (rate card) pentru promovarea produselor sale în luna mai. Au fost difuzate 6.888 de reclame, iar publicul a fost expus în medie de peste 220 de ori pe zi la spoturile Penny. Brandul Penny a avut cea mai mare expunere la TV, cu 6.371 de spoturi difuzate, dintre care cele mai multe la N24 - 1.055 reclame. Prezența în presa scrisă și la radio este, de asemenea, limitată, cu un total de 517 reclame în aceste două medii.

Farmacia Dr. Max, situată pe locul trei, a avut difuzate 8.037 de spoturi publicitare, majoritatea pe canalele TV - 6.310. Rate card-ul estimat pentru acest brand a fost de 12,7 milioane de euro.

Potrivit datelor furnizate de Admonit, platforma mediaTRUST pentru monitorizarea reclamelor, peste 530.000 de spoturi publicitare au fost difuzate în intervalul monitorizat iar analiza arată că distribuția reclamelor pe canalele media a consolidat notorietatea brandurilor în special prin intermediul posturilor TV, puține branduri având reclame în presa scrisă.

În lista brandurilor de top cu cele mai mari cheltuieli în publicitate se regăsesc și **Lidl**, al cărui buget de publicitate s-a ridicat la 12,2 milioane euro (rate card) și având difuzate 8.273 de reclame dar și **Kaufland**, cu un rate card estimat la 10,4 milioane de euro și care a înregistrat 10.333 de reclame. Cele mai multe difuzări ale spoturilor Kaufland au fost la Kiss TV (1.293 spoturi) și B1 TV (794 spoturi).

Brandurile **Profi** și **Cicatridina** au demonstrat o creștere substanțială a investițiilor și a activității de promovare, punând un accent deosebit pe consolidarea și extinderea prezenței lor în piață. Profi a difuzat un total de 10.943 de spoturi publicitare și a investit peste 9,9 milioane de euro (rate card) în campaniile sale publicitare. Pe de altă parte, brandul Cicatridina (promovat de Naturpharma România) a alocat peste 9,6 milioane de euro (rate card) pentru cheltuielile de publicitate, însă numărul de spoturi publicitare a fost mai mic, adică 5.240.

Publicul a fost expus în medie de peste 350 de ori pe zi la spoturile Profi. În cadrul perioadei monitorizate, Profi a difuzat peste 10.000 de spoturi publicitare la televizor pentru diverse produse promovate. De asemenea, Cicatridina a avut o promovare intensă pe televiziune, având cel mai mare număr de spoturi difuzate la Realitatea Plus (790 spoturi) și Antena 3 CNN (692 spoturi în luna mai).

Carrefour se evidențiază ca un brand care desfășoară o promovare în toate mediile, inclusiv presa scrisă, radio și televiziune. Cu un buget de publicitate de 8,9 milioane de euro (rate card) și 6.619 spoturi difuzate în luna mai, se situează pe poziția a opta în clasamentul celor mai vizibile branduri.

Altex a investit 7,7 milioane de euro (rate card) în cheltuielile de publicitate în luna mai, difuzând un total de 5.450 de spoturi publicitare, cu o pondere semnificativă pe canalul Digi 24, unde au fost transmise 488 de spoturi.

Topul celor mai active 10 branduri în advertising în luna mai se încheie cu **Milka**. Brandul a investit un total de 7,2 milioane de euro (rate card) în cheltuieli de publicitate și a difuzat 3.977 de spoturi în această perioadă.

Potrivit analizei mediaTRUST, se observă tendințe clare în industria retail și farmaceutică, în care brandurile adoptă o abordare concentrată pe aspectul vizual și își reduc prezența în reclamele radio și în presă, orientându-se către investiții mai substanțiale în efecte vizuale. Această strategie se bazează pe dorința de a ajunge la grupul țintă prin intermediul mediilor care pot evidenția în mod coerent calitățile estetice ale brandurilor și pot stimula simțurile consumatorilor. Prin investiții mai mari în producția de spoturi publicitare la TV, brandurile caută să creeze experiențe vizuale captivante și să se conecteze emoțional cu audiența. Brandurile înțeleg că mesajele vizuale puternice pot avea un efect mai profund și pot contribui la creșterea notorietății și a atractivității lor în ochii consumatorilor.

Metodologie:

Raportul a fost elaborat pe baza datelor din monitorizarea reclamelor Admonit mediaTRUST în perioada 1 - 31 mai 2023. Studiul a inclus reclamele brandurilor din media difuzate la radio, TV și presă scrisă. Cheltuielile prezentate în raport sunt conform tarifelor nete oficiale ale fiecărui mediu, fără a include reduceri. Admonit permite monitorizarea campaniilor publicitare în timp real, inclusiv identificarea noilor spoturi și urmărirea cheltuielilor publicitare în funcție de categorii și mărci de produse detaliate.

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).