

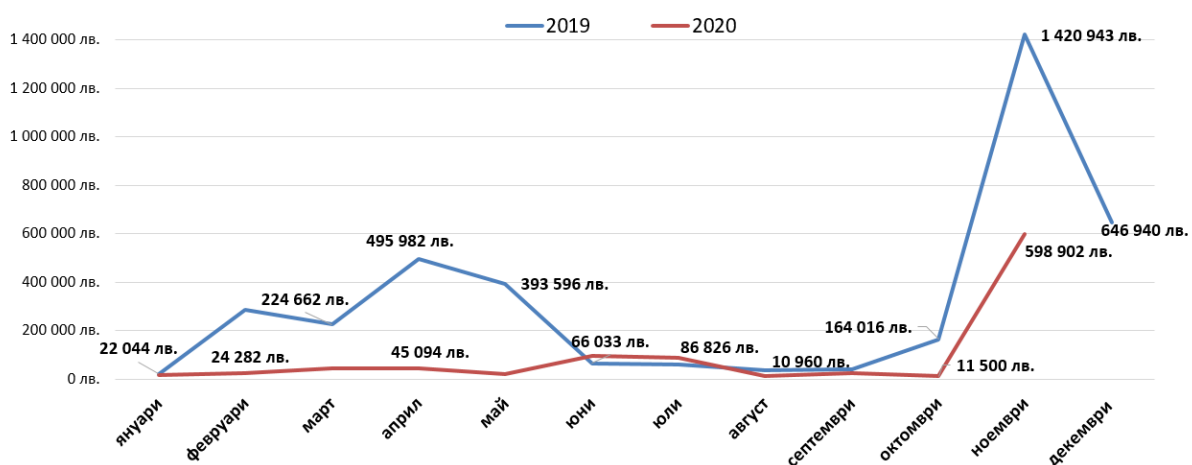
Краят на годината е най-силният период за реклама на вино

Краят на годината е най-натовареният период за винарните и винопроизводителите – не само защото през есента се събира реколтата, а и защото се засилва рекламното присъствие, което цели да предостави свежа продукция на винолюбителите за празниците. И тази година не е изключение, въпреки че рекламните инвестиции са значително по-ниски от тези през 2019 г. – вероятно последиция от пандемията от Ковид-19 и ограниченията в инвестициите, породени от тях.

Рекламният мониторинг на Нилсен Адмосфер България сочи, че по-голяма част от годишните рекламни инвестиции в категория „Вино“ се влага точно преди края на годината, особено през ноември, както и до известна степен през декември. Рекламната стойност през ноември 2019 г. (над 1 420 000 лв.) почти достига тази за всички предходни месеци, взети заедно. Тази година, дори и с по-ниските брутни инвестиции, стойността на рекламата през ноември е била 57% по-висока от тази за всички останали месеци на 2020 г., взети заедно (близо 599 000 лв.). Прави впечатление, че рекламните инвестиции през есенния сезон миналата година са започнали да нарастват още през октомври, докато тази година не се забеляза подобна тенденция.

Увеличението през декември месец се дължи също на това, че виното е естествена част от коледните и новогодишните празници. През декември 2019 инвестициите са достигнали близо 647 000 лв., което е повече от пролетните и летните месеци. Тази година не се забелязва значително по-висока рекламна активност в периода февруари-май, както бе отчетена миналата година.

Сравнение на брутни рекламни инвестиции в категория "Вино"



Реклама в телевизия, радио и преса / Източник: Нилсен Адмосфер България

Eliska Morochovicova | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.bg | eliska.morochovicova@nielsen.com
Nielsen Admosphere Bulgaria JSC | 81-A Bulgaria Blvd. Building 1, fl. 2, office 3 | 1404 Sofia
www.nielsen-admosphere.bg
Nielsen Admosphere, a.s. | Ceskobratrskа 2778/1 | 130 00 Prague 3 | Czech Republic | www.nielsen-admosphere.eu

Magida Sukkari | Commercial Lead

magida.sukkari@admosphere.eu | magida.sukkari@nielsen.com
Nielsen Admosphere Bulgaria JSC | 81-A Bulgaria Blvd. Building 1, fl. 2, office 3 | 1404 Sofia
www.nielsen-admosphere.bg
Nielsen Admosphere, a.s. | Ceskobratrskа 2778/1 | 130 00 Prague 3 | Czech Republic | www.nielsen-admosphere.eu

Допълнителна информация:

Nielsen Admosphere Bulgaria JSC (www.nielsen-admosphere.bg) е дъщерно дружество на чешката изследователска агенция Nielsen Admosphere a.s. (част от NIELSEN Group), която предлага широка гама продукти и услуги в сферата на маркетинга и медийните изследвания, анализа на данни и развитието на специализиран софтуер. Агенцията развива редица мащабни, методологично и технологично сложни изследователски проекти, като Електронно измерване на телевизионната аудитория, с помощта на ТВ-метри, в Република Чехия и в България; Мониторинг на интернет трафика и мониторинг на социо-демографската структура на интернет потребителите в Република Чехия (NetMonitor); Мониторинг на инвестициите в медийна реклама на територията на Република Чехия; Мониторинг на интернет трафика и социо-демографската структура на интернет потребителите в Република Словакия (AIMonitor).

Развиваме и използваме наша собствена технология за електронно измерване на медиите – платформата SimMetru™, която включва ТВ-метърът SimEar™ - стационарно измерващо устройство, SimAir™ - мобилно измерващо устройство, както и система за производство и поддържане на данни за аудиторията SimBios™. За целта на провежданите от нас маркетингови изследвания в Република Чехия, ние сме съпритежател и на голяма представителна извадка от онлайн респонденти (Чешки Национален Панел).

Всички дружества от нашата група предлагат професионални услуги от най-високо качество. Членуваме в професионални организации като ESOMAR, SIMAR, TUESDAY Business Network. Притежаваме филиали в Република България, Чехия и Словакия, и развиваме тясно сътрудничество с голям брой чуждестранни партньори.

Български Национален Панел (www.nacionalenpanel.bg) е онлайн панел от респонденти. Той е част от мрежата панели на компанията European National Panels, опериращата към момента на пазарите в пет европейски държави – Чехия (55,000 респонденти), Словакия (28,000 респонденти), Полша (30,000 респонденти), Унгария (25,000 респонденти) и България (10,000 респонденти). Nielsen Admosphere е един от собствениците на European National Panels и в това си качество предоставя на българския пазар един качествен източник на данни, събирани сред интернет потребителите в страната.