



# **NAGY SZEKTOROK 2011**

## **Magyar Média 2012 konferencia**

Mihálszki Zsuzsa

# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## TELJES REKLÁMPIAC 2/3

FMCG +0,6%

GYÓGYÁSZAT, GYÓGYHATÁSÚ KÉSZÍTMÉNY +18%

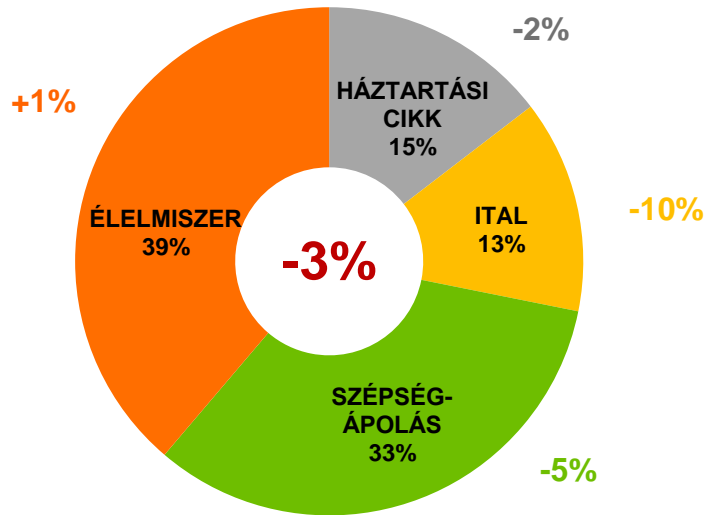
PÉNZINTÉZET, BIZTOSÍTÓTÁRSASÁG +1%

TÁVKÖZLÉS -14%

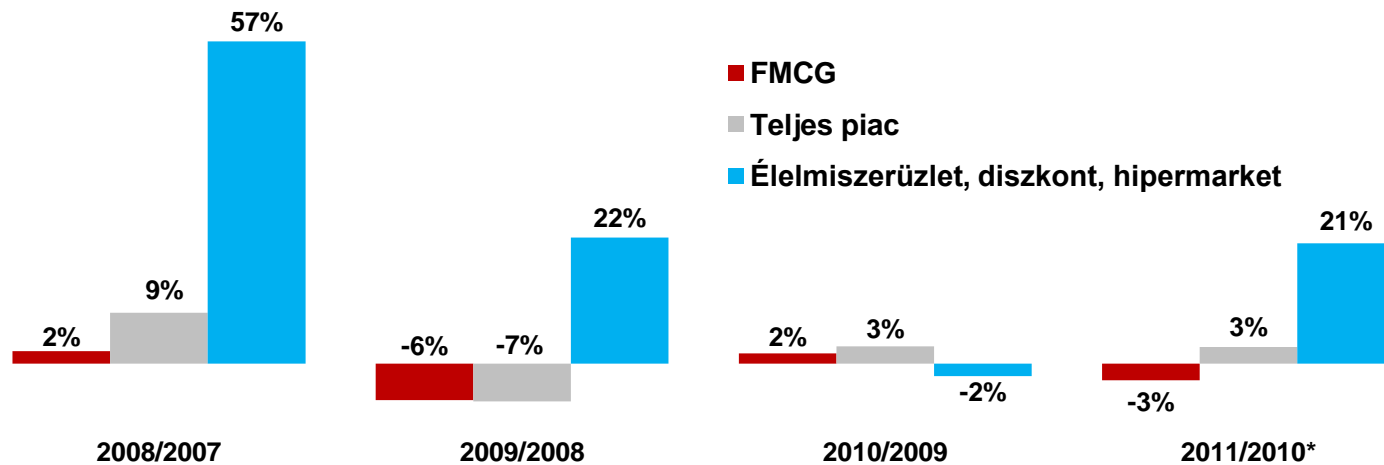
**+2%**

# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## FMCG & KERESKEDELMI LÁNCOK

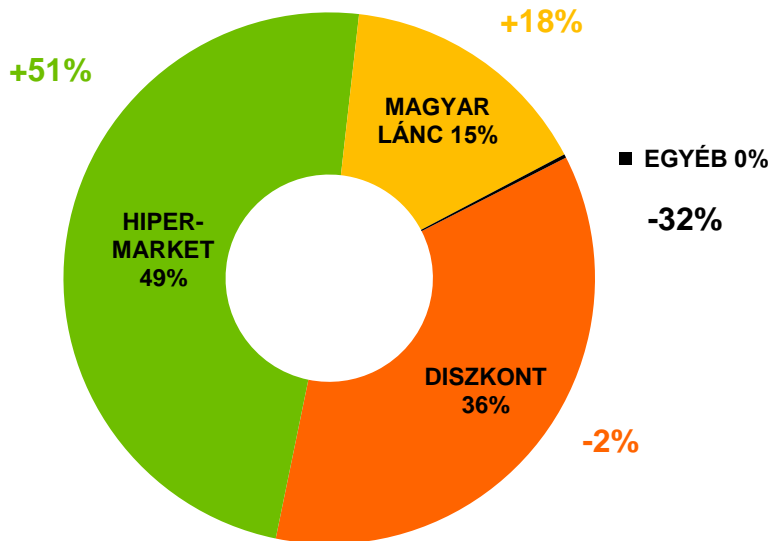


2010	2011	TOP 10 KATEGÓRIA	2011.jan-okt. (ezer Ft)	2011/2010
1	1	TISZTÍTÓSZER	19 920 087	-6%
2	2	TEJTERMÉK	16 532 416	-17%
4	3	CSOKOLÁDÉ, ÉDESSÉG	14 599 586	8%
3	4	HAJÁPOLÁS	12 911 953	-10%
6	5	ILLATSZER	10 399 248	-6%
5	6	ALKOHOLMENTES ITAL	10 181 874	-10%
7	7	SZESZESITAL	7 623 076	-10%
8	8	FOG- ÉS SZÁJÁPOLÁS	7 549 373	-2%
10	9	EGYÉB ÉLELMISZER	7 316 748	15%
11	10	SÜTŐIPARI TERMÉK	6 971 509	24%

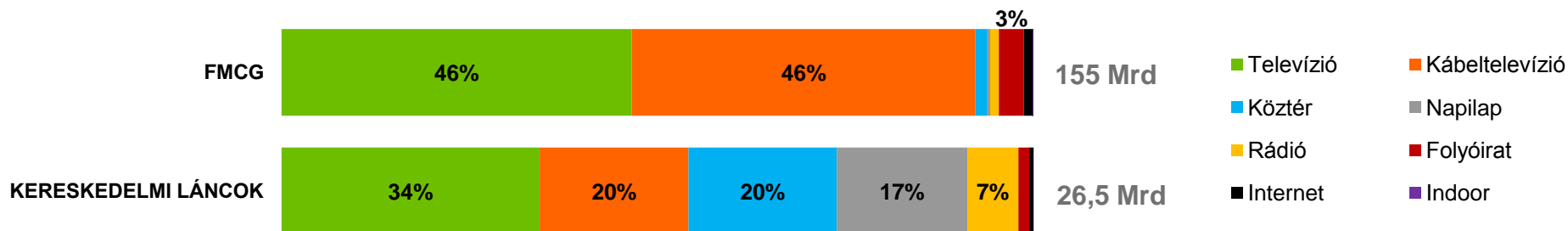


# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## FMCG & KERESKEDELMI LÁNCOK



2010	2011	TOP 10 HIRDETŐ	2011.jan-okt. (ezer Ft)	2011/2010	
4	1	SPAR MAGYARORSZÁG KFT.	6 041 038	123%	▲
1	2	LIDL MAGYARORSZÁG	3 974 061	-3%	
6	3	TESCO GLOBÁL ÁRUHÁZAK RT.	3 607 902	75%	▲
3	4	ALDI MAGYARORSZÁG KFT.	3 117 049	7%	
2	5	AUCHAN CSOPORT	2 576 991	-17%	▼
5	6	PENNY MARKET KFT.	2 151 421	-13%	▼
7	7	CBA	1 943 018	27%	
8	8	REÁL HUNGÁRIA ÉLELMISZER RT.	1 119 340	0%	
9	9	COOP HUNGARY RT.	1 050 012	27%	
10	10	CORA MAGYARORSZÁG KFT.	661 689	4%	
<b>KERESKEDELMI LÁNCOK ÖSSZESEN</b>			<b>26 537 669</b>	<b>22%</b>	



# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## FMCG & KERESKEDELMI LÁNCOK - TRENDEK

Kereskedelmi láncok piacán **erős a verseny**  
(amióta Lidl és az Aldi megjelent a piacon)

Spar **2x** (6 Mrd)  
Tesco **+75%** (3,6 Mrd)

FMCG piacon a **szépségápolás** és az **élelmiszer**  
költések a meghatározók

Szépségápolás **2. félévben** kicsit ↑  
Élelmiszer ↓

**Hirdetői élboly fix**, nagy multik az élen,  
többnyire stagnáló vagy csökkenő büdzsével

**De! Nestlé +53%**

**Chips** szept-okt. **0Ft** (-257 millió)

**Tejtermék** -20%, tejes desszert -40%

**Kávé, tea** -17%

9 nagy termékbevezetés:

**Skittles** (Wrigley) 1 Mrd

**Max San** (Henkel) 860 millió

**Hiányzó FMCG pénzek:**

Tv2 -5,4 Mrd

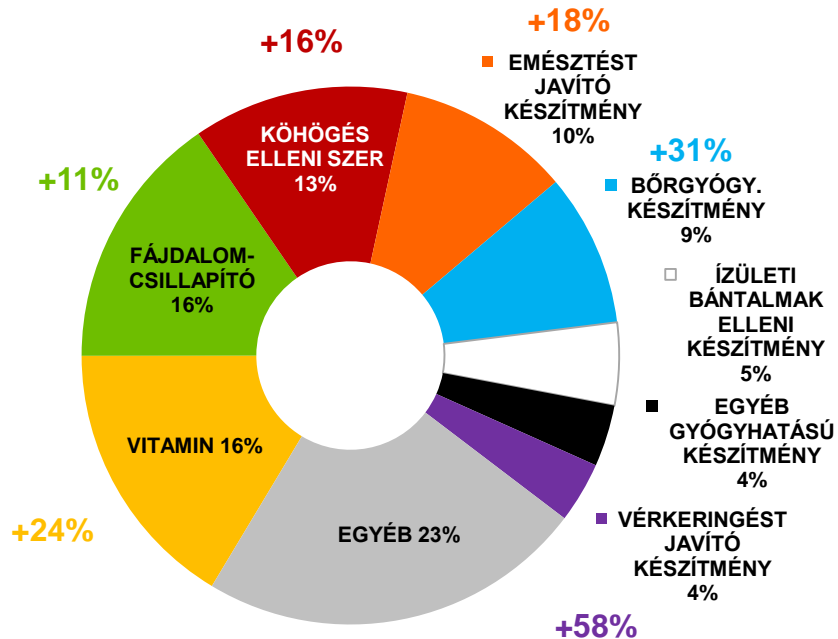
RTL Klub -3,9 Mrd

m1 -1,9 Mrd

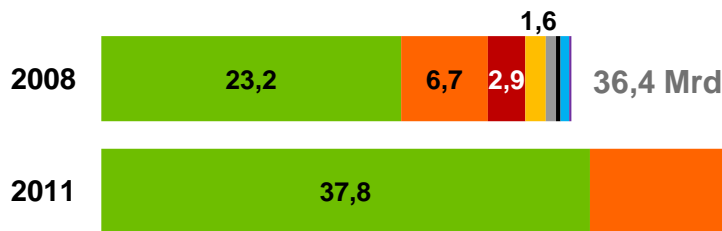
Médiahasználat erősen **TV-központú**  
De, ott nyitottak az új formátumokra  
→ szponzoráció, termékelhelyezés

# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## OTC



2010	2011	TOP 10 HIRDETŐ	2011.jan-okt. (ezer Ft)	2011/2010
1	1	BAYER HUNGARIA	11 845 165	9%
2	2	SANOFI-AVENTIS RT.	6 144 380	20%
7	3	RECKITT BENCKISER	5 562 590	100%
3	4	NOVARTIS HUNGÁRIA KFT.	5 064 176	4%
6	5	PFIZER HUNGARY	4 790 826	58%
4	6	BERLIN-CHEMIE	3 993 347	-4%
11	7	RICHTER GEDEON RT.	3 327 663	84%
9	8	BÉRES RT.	3 022 326	19%
12	9	WALMARK	2 918 229	62%
10	10	PHARMA NATURA GROUP KFT.	2 894 165	15%



# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## OTC - TRENDEK

**Vitaminok** átvették a vezetést a fájdalomcsillapítóktól

**De!** A top 5 OTC márkából 3 fájdalomcsillapító  
(Algoflex, Nurofen, Advil)

Hirdetői szempontból **koncentrált** piac:

Bayer 15%, top **10 hirdetőtől** a költség **2/3-a**

Reckitt Benckiser + SSL → RB költsége **2x**  
Pfizer + Wyeth → Pfizer **+58%**

2010-ben voltak **felvásárlások**, hatásuk idén érezhető

**Termékbevezetés** több mint **4 Mrd Ft**

**Min. 100 milliós bevezető kampány:**

Lacto Protect (Sandoz), Gaviscon (Benckiser)

Panangon (Richter), Varixinal (Walmart), Thermacare (Pfizer)

Pre- és probiotikumok **3x**

Vérkeringést javító készítmény **+58%**

**Részesezésük a reklámidőből:**

m1 35%

Universal Channel 31%

Duna Tv 28%

Tv2 21%

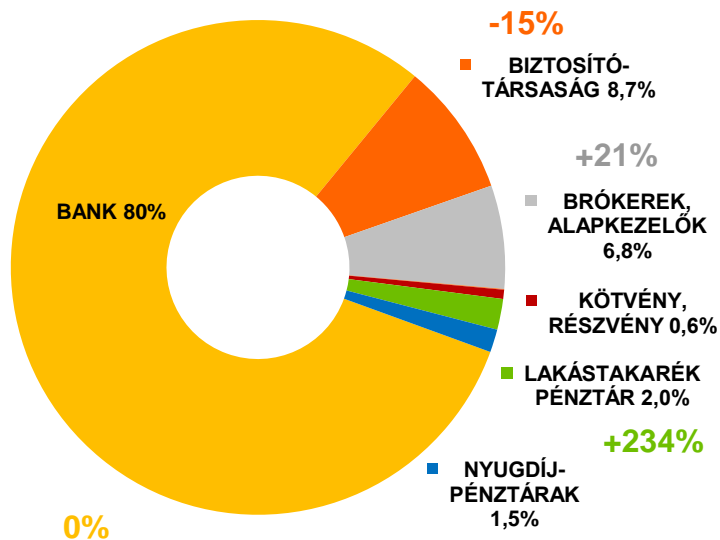
RTL 17%

**Kábeltévén** nagyon sokat hirdetnek, majdnem minden csatornánál ők a No.1. hirdetői szektor

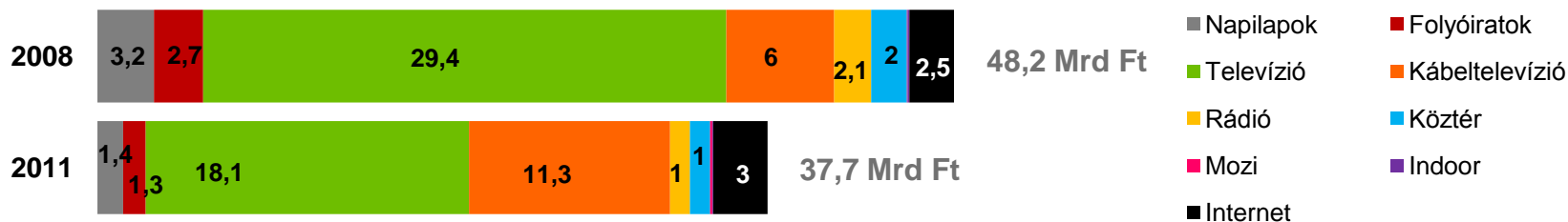
Köztér **+8%**, magazin **+23%**

# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## PÉNZINTÉZETEK



2010	2011	TOP 10 SZEKMENS	2011.jan-okt. (ezer Ft)	2011/2010	2011/2008	
2	1	SZEMÉLYI KÖLCSÖN	9 611 528	25%	13%	▲
1	2	BETÉT, LEKÖTÉS	9 484 005	9%	40%	
3	3	LAKÁSHITEL	4 380 500	-29%	-3%	
5	4	FOLYÓSZÁMLA	3 720 101	60%	189%	▲
4	5	BANK	2 942 415	-2%	-67%	▼
10	6	HITELKÁRTYA	2 227 787	158%	59%	▲
9	7	BANKKÁRTYA	1 429 822	-4%	27%	
6	8	SZABAD FELHASZN. JELZÁLOGHITEL	1 139 952	-44%	-84%	▼
8	9	BEFEKTETÉSI ALAP	1 089 483	-41%	-15%	
7	10	VÁLLALATI BANKI SZOLG.	998 946	-48%	-64%	▼



# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## PÉNZINTÉZETEK - TRENDÉK

Kölcsön, hitel >> megtakarítás  
(46 %) (28%)

Személyi kölcsön **No.1** , két éve ↑ **+35-25%**

Hitelkártya **2,6x**

Bank image **2008-as szint 1/3-a**, stagnál

Folyószámla **+60%** **0Ft**, ajándék, visszatérítés,  
pontgyűjtés (FMCG)

**Lakáshitel** októberben ↓  
**Lakástakarékpénztár 3,5x**

OTP Bank **No.1**, **+17%**

Cofidis **8x** CIB Bank **2008-as szint 1/5-e**

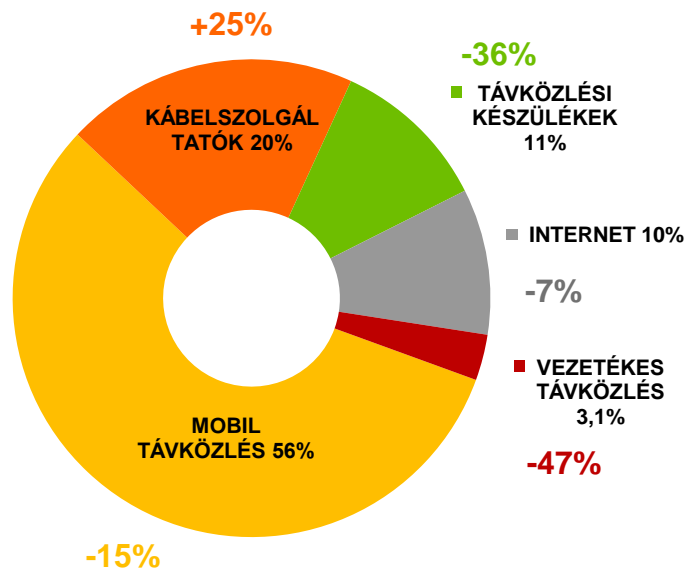
**Adósságrendező hitel ?**

**Nyugdíjbiztosítás 0 → 1Mrd**

ING Biztosító **No.1**, 2010-ben **3,5x**, idén stagnál

# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## TÁVKÖZLÉS



2010	2011	TOP 10 HIRDETŐ	2011.jan-okt. (ezer Ft)	2011/2010
1	1	TELENOR	7 483 767	0%
3	2	VODAFONE	5 908 355	-7%
4	3	UPC MAGYARORSZÁG	5 596 813	16% ▲
2	4	T-MOBILE	4 967 974	-22%
7	5	T-HOME	2 469 908	-16%
5	6	DJUICE	2 128 052	-48%
10	7	SONY ERICSSON MOBILE	1 544 640	56% ▲
14	8	UPC DTH S.Á.R.L.	1 540 591	511% ▲
6	9	SAMSUNG ELECTRONICS	1 316 446	-63%
9	10	ANTENNA HUNGÁRIA RT.	1 016 349	-13%



# NAGY SZEKTOROK REKLÁMKÖLTÉSE 2011

## TÁVKÖZLÉS - TRENDEK

6,5 Mrd Ft-ot vontak ki a távközlési cégek a médiapiacról

RTL Klub **-5,5 Mrd**, Viasat3 **-0,8 Mrd** Tv2 **-0,7 Mrd**

Djuice büdzsége eltűnt a piacról

Telenor + Djuice **-17%** (-1,9 Mrd)

Magyar Telekom cégek **-27%** (-2,9 Mrd)

Mobiltávközlés image **-64%** (-2,1Mrd)

A **készülékeket** is a szolgáltatók hirdetik:

Samsung **-63%** (-1,3 Mrd)

Készülék: -2,1 Mrd → Tarifacsomag+készülék: +1,7 Mrd

Sony Ericsson **+56%** (+1,5 Mrd)

postpaid >> prepaid, majdnem **5x-ös** arány

Mobilinternet + mobilfizetés **+48%**

Telenor **+42%**, Vodafone **+33%**, T-Mobile **+25%**

Talán az év utolsó két hónapja javít egy kicsit a mérlegen...