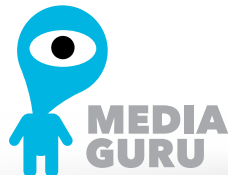


GURUweekly

26 week

23. červen 2014



Týdenní přehled ze světa médií, reklamy a marketingu.

○ Výkonný ředitel Vázan končí v CET 21

Odchází další člen „starého“ managementu

Vít Vázan, výkonný ředitel CET 21, která provozuje vysílání skupiny Nova, odchází z firmy. Vázan postoupil na pozici výkonného ředitele (COO/CFO) letos v únoru, a to v rámci úpravy vnitřní struktury CET 21. Do té doby zastával post finančního ředitele CET 21. Nova jeho pozici obsazovat nebude. [Více...](#)



○ Economia uzavírá fúzi, mění strukturu

Řezníčková dočasně vede obchod a marketing

Economia dokončí k 1.7. 2014 fúzi s Centrum Holdings a Respekt Publishing. Zároveň změní organizační strukturu, v níž slučuje obchod a marketing a zavádí rozvoj produktů. Obchod a marketing povede dočasně Zuzana Řezníčková, stávající obchodní ředitel Pavel Vopařil bude v čele divize Product Management. [Více...](#)



○ Mafra dál upravuje složení managementu

Přichází M. Nováková, odchází Michal Vodák

Ze skupiny Mafra odejde marketingový ředitel Michal Vodák. Řízení marketingu totiž přechází do pravomocí ředitelky distribuce a marketingu Kateřiny Jelínkové. Do managementu Mafry zároveň nastoupila na pozici public affairs ČR a SR Miloslava Nováková, bývalá marketingová ředitelka TV Nova. [Více...](#)



○ TV Barrandov sníží jmění o miliardu

Základní jmění se sníží na 88 mil. Kč

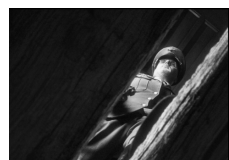
Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) udělila provozovateli TV Barrandov souhlas se snížením základního jmění o více než miliardu (1,009 mld. Kč) na 87,792 mil. Kč. O souhlas se snížením základního jmění požádal provozovatel TV Barrandov na začátku června. Televize loni skončila ve ztrátě 33 mil. Kč. [Více...](#)



○ Češi vezou zlato z festivalu v Cannes

Postarala se o něj agentura Young & Rubicam

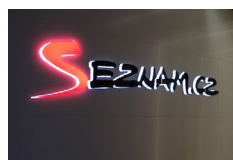
Česká republika získala na reklamním festivalu Cannes Lions zlato, a to díky agentuře Young & Rubicam, která byla v kategorii Press ohodnocena dvěma zlaty za vizuály pro Harley Davidson. V kategorii Outdoor získala agentura za kampaň pro stejnou značku bronz. [Více...](#)



Seznam.cz lokalizuje vyhledávání firem

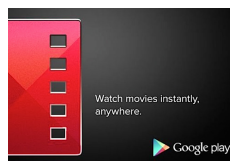
Záznamy se zobrazí podle lokality hledání

Seznam.cz zahájil testování nového způsobu vyhledávání. V nové podobě se budou zobrazovat záznamy z firemního katalogu Firmy.cz podle lokality, v níž uživatelé hledání provedli. Upoutávka na Počasí.cz bude zobrazovat, jaké je počasí v místě, kde lidé hledají. Lokalizaci bude využívat i našeptávač. [Více...](#)



Google spouští v Česku filmy Google Play

Uživatelé si mohou filmy půjčit i zakoupit



Google zpřístupňuje českým uživatelům v rámci platformy Google Play filmovou službu Filmy Google Play. Obsahovat má desítky tisíc titulů. Ceny filmů za zapůjčení ve standardním rozlišení začínají na 20 Kč, známé tituly jsou k dispozici od 59 Kč. U zakoupených filmů se cena pohybuje od 99 Kč. [Více...](#)

Pitaval začal z letních pořadů lépe než Obchoďák

Televize startují letní schémata

Nasazení archivního seriálu Malý pitaval z velkého města, který na léto zařadila ČT1, přineslo poprvé 700 tis. diváků starších 15 let. Malý pitaval si tak vedl lépe než další seriálová repríza, kterou místo Cest domů nabízí TV Prima – seriál Obchoďák. Ten v průměru sledovalo 300 tis. diváků starších 15 let. [Více...](#)



Burda a Impression Media ukončily spolupráci

Impression už nebude prodávat bannery pro Burdu



Internetové mediazastupitelství Impression Media a online divize Burda Media 2000 se dohodly na ukončení spolupráce v prodeji bannerové inzerce. Spolupráce skončí k 30.6.2014. Dohoda byla uzavřena na přátelské bázi, uvedl ředitel Burda Media 2000 Lukáš Polák. [Více...](#)

Personální informace

Mluvčím O2 Žabka, Erlebachová opouští Henkel

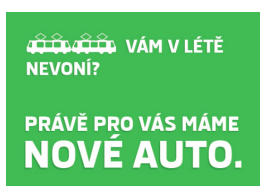
Manažerem pro komunikaci a firemní odpovědnost O2 se od 1. července stává Martin Žabka (na fotografii). Dosavadní mluvčí Hany Farghali O2 opouští Lidija Erlebachová odchází po jedenácti letech z pozice manažerky korporátní komunikace firmy Henkel. Pro společnost bude pracovat nadále externě. Lucii Borhyovou, která odchází na mateřskou dovolenou, nahradí Kristina Kloubková. Členkou představenstva skupiny Mafra se stala Petra Procházková z Agrofertu. Ředitelem regionálního televizního studia ČT Brno bude Jan Souček.



Reklamní kampaně uplynulého týdne

Vybíráme přehled aktuálních kampaní.

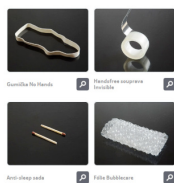
Škoda vysvětluje novinku piktogramy



Škoda Auto uvádí novou službu „Škoda Bez starostí“, kterou podporuje kampaní v duchu piktogramů. Více... [🔗](#)

*Zadavatel: Škoda Auto
Mediamix: TV, tisk, rádio, OOH, internet
Reklamní agentura: Zaraguzá Digital*

Tesco Mobile nabízí „vychytávky“



Mobilní operátor Tesco Mobile uvedl na svých webových stránkách limitovanou edici „Vychytávky“ pro dlouhé hovory či psaní SMS zpráv. Více... [🔗](#)

*Zadavatel: Tesco Mobile
Mediamix: internet
Reklamní agentura: Loosers*

Air Bank odhaluje nehnutí Yindistů



Air Bank představila novou kampaň, v níž odkrývá tzv. nehnutí Yindistů, zvyků bohyně odkládání Yindy [čtete „jindy“]. Více... [🔗](#)

*Zadavatel: Air Bank
Mediamix: TV, internet
Reklamní agentura: Ogilvy & Mather*

Miele představuje produktové novinky



Společnost Miele odstartovala letošní kampaň, která se zaměřuje především na komunikaci produktových novinek značky se 115letou tradicí. Více... [🔗](#)

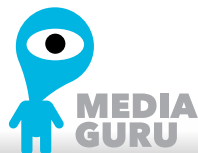
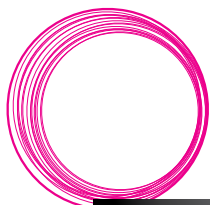
*Zadavatel: Miele
Mediamix: tisk, OOH, internet
Reklamní agentura: Dorland*

Albert dává tipy na prázdniny



Albert vydává knihu Prázdniny v jednom kole, která přináší 136 stran tipů na aktivity doma, v přírodě či na cestách. Doplň ji sběratelská sales kampaň. Více... [🔗](#)

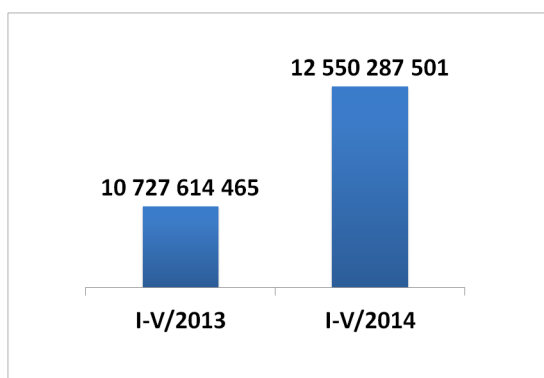
*Zadavatel: Ahold
Mediamix: TV, internet, instore*



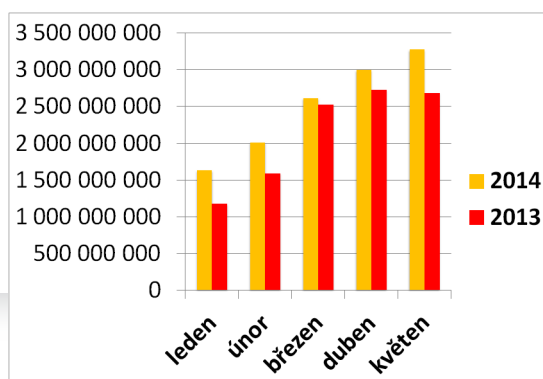
Mediální investice v květnu 2014

Květen je zatím inzertně nejúspěšnějším měsícem pro televizní stanice. Podle monitoringu inzerce Admosphere hrubé monitorované investice do TV reklamy v květnu meziročně vzrostly o 22 %. Ostatní mediatypy spíš stagnují nebo mírně klesají. Za prvních pět letošních měsíců je objem televizní reklamy podle ceníkových cen meziročně vyšší o cca 1,8 mld. Kč (+17 %).

Souhrnné hrubé investice do TV reklamy, I-V/2014 a I-V/2013



Vývoj monitorovaných investic do médií celkem, I-V/2014 a I-V/2013



Ceníková hodnota reklamního prostoru V/2013 a V/2014

| Mediatyp | Květen 2013 | Květen 2014 | Nárůst / Pokles |
|-----------|------------------|------------------|-----------------|
| celkem | 5 909 305 000 Kč | 6 462 937 000 Kč | 9,4% ↑ |
| TV | 2 688 183 000 Kč | 3 277 070 000 Kč | 21,9% ↑ |
| tisk | 1 613 876 000 Kč | 1 544 904 000 Kč | -4,3% ↓ |
| internet* | 613 183 000 Kč | 621 667 000 Kč | 1,4% ↑ |
| rádio | 532 882 000 Kč | 567 619 000 Kč | 6,5% ↑ |
| OOH | 461 180 000 Kč | 451 676 000 Kč | -2,1% ↓ |

* Internet zahrnuje display reklamu v rozsahu AdMonitoring

TOP 10 zadavatelů, I-V/2014

| zadavatel | objem I-V/2013 (Kč) |
|---------------------|---------------------|
| Unilever ČR | 732 222 488 |
| L'Oréal ČR | 424 456 420 |
| Lidl ČR | 398 227 394 |
| Procter & Gamble CR | 373 942 465 |
| Mountfield | 355 167 308 |
| Henkel ČR | 330 187 465 |
| Nestlé Česko | 315 255 769 |
| Sazka | 307 184 139 |
| Vodafone CR | 269 981 234 |
| Hyundai Motor Czech | 263 447 154 |

Zdroj: Admosphere