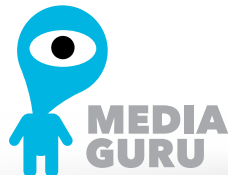


GURUweekly

06 week

2. únor 2015



Týdenní přehled
ze světa médií, reklamy
a marketingu.

Náhlovský přebírá vedení agentury OMD

Od 1.2. se posunul na post managing directora

Dosavadní client service director mediální agentury OMD Czech (skupina Omnicom Media Group) Marcel Náhlovský se od začátku února posouvá na post managing directora OMD Czech. Nahrazuje tak Jana Řeháka, který OMD dosud vedl. Řehák odchází věnovat se vlastním aktivitám. [Více...](#)



Jitka Bosáková opustila skupinu VLP

Její místo zaujal Jaromír Skopalík



Jitka Bosáková, předsedkyně představenstva skupiny Vltava-Labe-Press (VLP), opustila k 31.1. 2015 vydavatelskou společnost. Její odchod byl plánovaný. Novým předsedou představenstva VLP se od 1.2. 2015 stal Jaromír Skopalík, stávající generální ředitel. [Více...](#)

Tvrz a Leitner odešli z Dentsu Aegis Network

Spekuluje se o příchodu Ondřeje Zahoříka

Tuzemská síť mediálních agentur Dentsu Aegis Network učinila změny ve vedení svých hlavních agentur. Z pozice managing directora agentury Carat odešel v průběhu ledna Daniel Tvrz. Z pozice managing directora agentury Vizeum pak odešel ke konci loňského roku Šimon Leitner. [Více...](#)



Renč po 20 letech skončil v Group M

Z Group M odešel zástupce printových médií



Po přibližně dvaceti letech odešel z Group M šéf tištěných médií Tomáš Renč. Jeho agendu převzali David Menšík a Roman Vosáhlo. Renč se dlouhodobě věnoval inzerci v tištěných médiích, je jednou z hlavních tváří inzertního byznysu posledních dvaceti let. [Více...](#)

Babiš a vydavatel Blesku budou jednat o smíru

Jde o starší články v Blesku, které útočily na Babiše

Vydavatel deníku Blesk bude jednat o smíru s majitelem vydavatelství Mafra Andrejem Babišem kvůli článkům o něm. Právní zástupci obou stran sporu, ve kterém Babiš žaluje vydavatele Blesku, Vrchnímu soudu řekli, že dohoda je pravděpodobná. [Více...](#)



Zpívá celá rodina měla poprvé 839 tisíc

ČT1 uvedla první talentovou reality show

Návrat první talentové reality show Zpívá celá rodina (ČT1) vidělo v průměru 839 tisíc diváků starších 15 let (podíl 21 %). Byl to druhý nejlepší výsledek večera. Úspěšnější byl v sobotu večer thriller Podfukáři (Nova), který zhlédl necelý jeden milion diváků.

Více... [🔗](#)



Lidové noviny získaly Jana Macháčka

Komentátor přichází z vydavatelství Economia

Ekonomický komentátor Jan Macháček, který doposud psal do Hospodářských novin a do týdeníku Respekt komentáře na aktuální politicko-ekonomické otázky, nastoupil od února do redakce Lidových novin mediální skupiny Mafra. Více... [🔗](#)



Agenturám se nelíbí cenová politika Admosphere

Otazník visí nad využíváním softwaru Kite

Tuzemské mediální agentury nesouhlasí s úpravou cenové politiky společnosti Admosphere. Předmětem nesouhlasu má být i požadované zvýšení ceny, pokud data nebudou zpracovávána v softwaru AdWind Kite, který produkuje dceřiná společnost Admosphere AdWind Software. Více... [🔗](#)



Vlastníci Business Media CZ založili nové firmy

Chtějí je využít pro budoucí akvizice

Vlastníci Business Media CZ založili tři nové firmy: Business Media Capital, Business Media Invest a Business Media Solution. Generální ředitel Tomáš Tkačik vysvětlil, že vlastníci aktuálně nemají s těmito firmami konkrétní plány, založili je údajně pro možné budoucí akvizice. Více... [🔗](#)



Personální informace

Za Českou spořitelnu mluví Havligerová

Novou tiskovou mluvčí České spořitelny se stala Kristýna Havligerová (na fotografii). Region střední Evropy výzkumné agentury Millward Brown vede Petra Průšová. Novým módním ředitelem tuzemské verze časopisu Marie Claire je od ledna Eli van Poeyer. Asociace public relations agentur (APRA) na své řádné valné hromadě zvolila novou Výkonnou radu, jejímž předsedou se stal Jan Kučmáš z AMI Communications. [🔗](#)



Reklamní kampaně uplynulého týdne

Vybíráme přehled aktuálních kampaní.

T-Mobile nově s tajným agentem



T-Mobile pokračuje i v letošním roce s Ivanem Trojanem, který se tentokrát předstává v roli tajného agenta. [Více...](#)

*Zadavatel: T-Mobile
Mediamix: TV, tisk, OOH, internet
Reklamní agentura: Saatchi&Saatchi
Produkce: Love Savage
Režie: Jakub Kohák*

Zentiva buduje image



Farmaceutická společnost pokračuje v podpoře své image. Novým spotem se zaměřuje především na odbornou veřejnost. [Více...](#)

*Zadavatel: Zentiva
Mediamix: TV
Reklamní agentura: Publicis
Režie: David Sís*

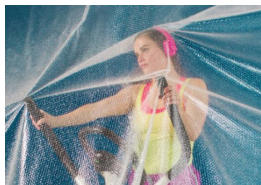
Uniqa usiluje o štěstí



Uniqa pojišťovna spouští další vlnu kampaně s podtitulem „Myslete na štěstí srdcem“. Poprvé komunikuje také produktově laděným spotem. [Více...](#)

*Zadavatel: Uniqa pojišťovna
Mediamix: TV, internet
Reklamní agentura: Springer & Jacoby
Adaptace: FCB Prague*

Jeden svět praská bubliny



Symbolem letošní kampaně festivalu Jeden svět se stala ochranná bublinková fólie, které je třeba se zbavit. [Více...](#)

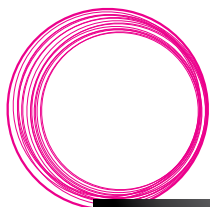
*Zadavatel: Člověk v tísni
Reklamní agentura: studio Družina*

Avon zdůrazňuje přátelství a vzpomínky



Avon podporuje od začátku února nový dámský parfém Avon Cherish EDP. Kampaň má akcentovat především lidské přátelství a příjemné vzpomínky. [Více...](#)

*Zadavatel: Avon
Mediamix: TV, tisk, internet
Reklamní agentura: Badger & Winters*



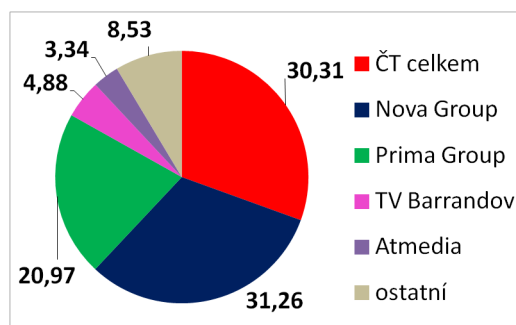
Televizní sledovanost v lednu 2015

Televizní skupina Nova obhájila v prvním letošním měsíci pozici nejsledovanější televizní skupiny, přestože ze všech sledovaných skupin v meziročním srovnání nejviditelnější poklesla. Stalo se tak zejména kvůli meziročně nižšímu podílu hlavního kanálu TV Nova. Celková sledovanost představovala v lednu 4:11 hodin, což bylo o cca dvě minuty méně než v lednu 2014.

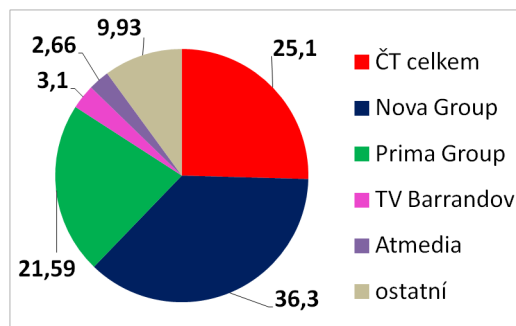
Podíl TV stanic v %, celý den, D15+, D15-54, leden 2015

celý den	D15+, I/2015	změna vs. I/2014	D15-54, I/2015	změna vs. I/2014
Nova	22,22	-1,36	25,2	-1,68
ČT1	16,54	-0,45	13,27	-0,45
Prima	13,4	-0,61	11,35	0,59
TV Barrandov	4,88	0,31	3,1	-0,63
Nova Cinema	4,53	0,22	5,95	0,2
ČT2	4,45	0,17	3,78	0,1
ČT24	4,2	-0,52	2,14	-0,19
ČT sport	3,48	1,12	3,37	0,91
Prima Cool	3,43	0,36	5,51	0,78
Atmedia	3,34	0,21	2,66	0,06
Prima Zoom	2,15	0,09	2,31	0,14
Prima Love	2	0,06	2,42	-0,01
Smichov	1,53	0,48	2,36	0,77
Fanda	1,51	-0,06	1,75	-0,08
Telka	1,47	0,18	1,04	0,02
ČT:D	1,37	0,22	2,26	0,31
ČT art	0,27	0,03	0,28	0,02
ostatní	8,53	-0,46	9,93	-0,97

Podíl TV skupin v %, celý den, D15+, leden 2015

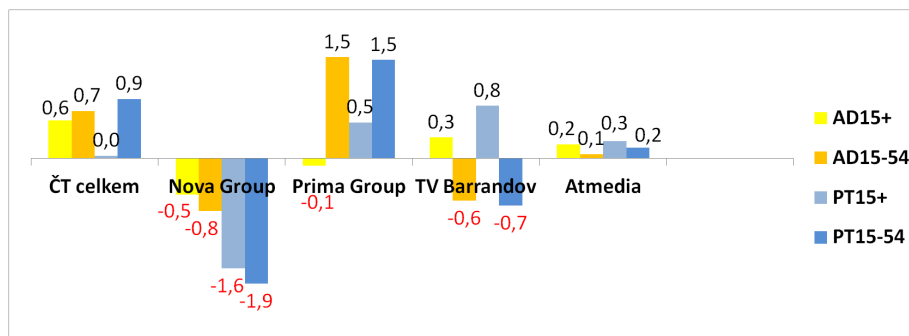


Podíl TV skupin v %, celý den, D15-54, leden 2015



Pozn.: Změna uvedena v procentních bodech

Změna podílu TV skupin leden 2015 vs. leden 2014



Pozn.: Změna podílu uvedena v procentních bodech, AD = celý den, PT = prime-time

Zdroj: ATO-Mediaresearch