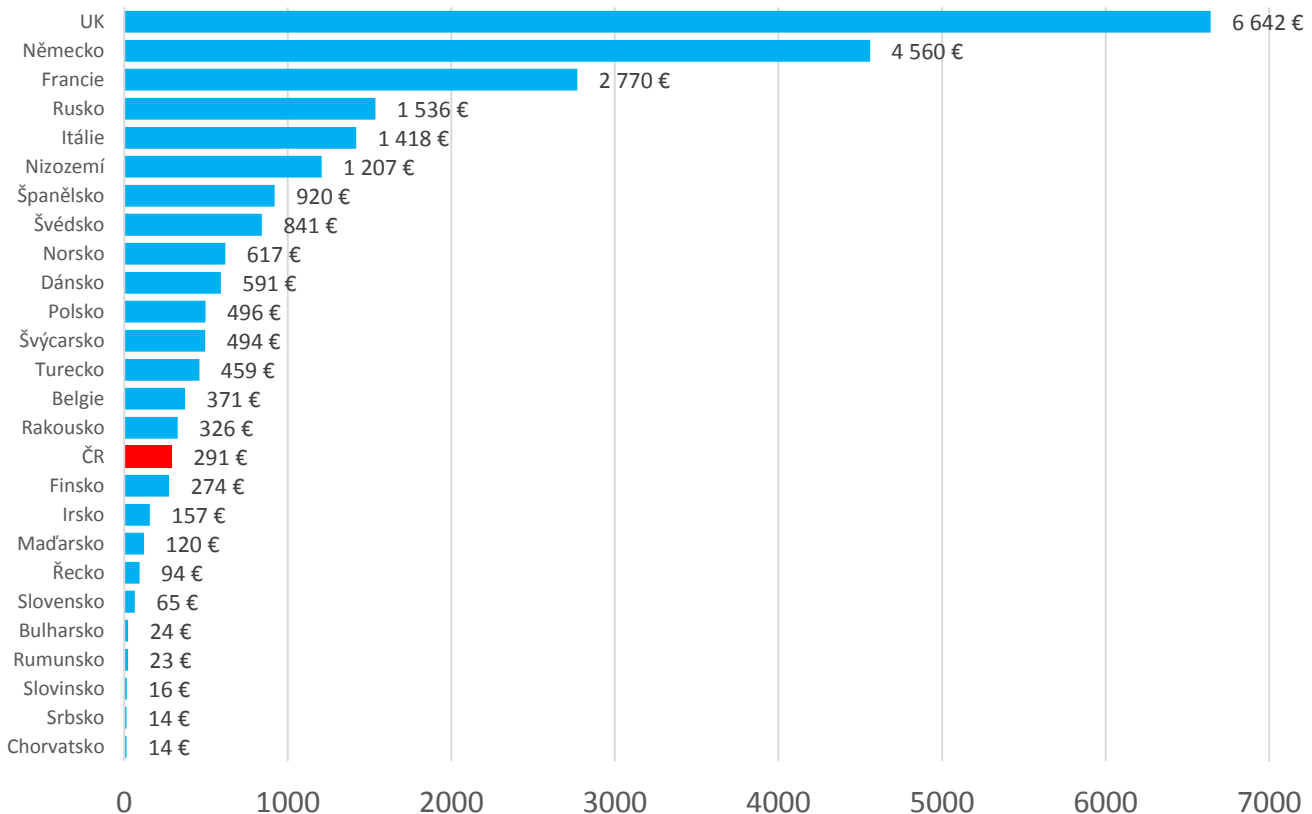


Tisková zpráva

PRAHA, 19/9/2013 – ČR má v regionu CEE největší výdaje na online reklamu na hlavu

Z celkových 24,3 miliard euro, které byly loni utraceny za internetovou reklamu v Evropě, připadá na Českou republiku 291 milionů (cca 7,3 mld. korun¹), což je přibližně stejná částka, jako v sousedním Rakousku nebo ve Finsku či Belgii. Celková výše inzertních výdajů na online se mezi jednotlivými zeměmi velmi liší. Největší jsou trhy ve Velké Británii, Německu a Francii, kde se investice pohybují v řádech miliard euro, nejméně peněz jde na internetovou reklamu v jihovýchodních zemích Evropy (desítky milionů euro). Údaje pocházejí z mezinárodní studie AdEx 2012 monitorující inzertní výdaje v 26 evropských státech².

Graf č. 1: Výdaje do online reklamy v roce 2012 v jednotlivých zemích (v mil €)



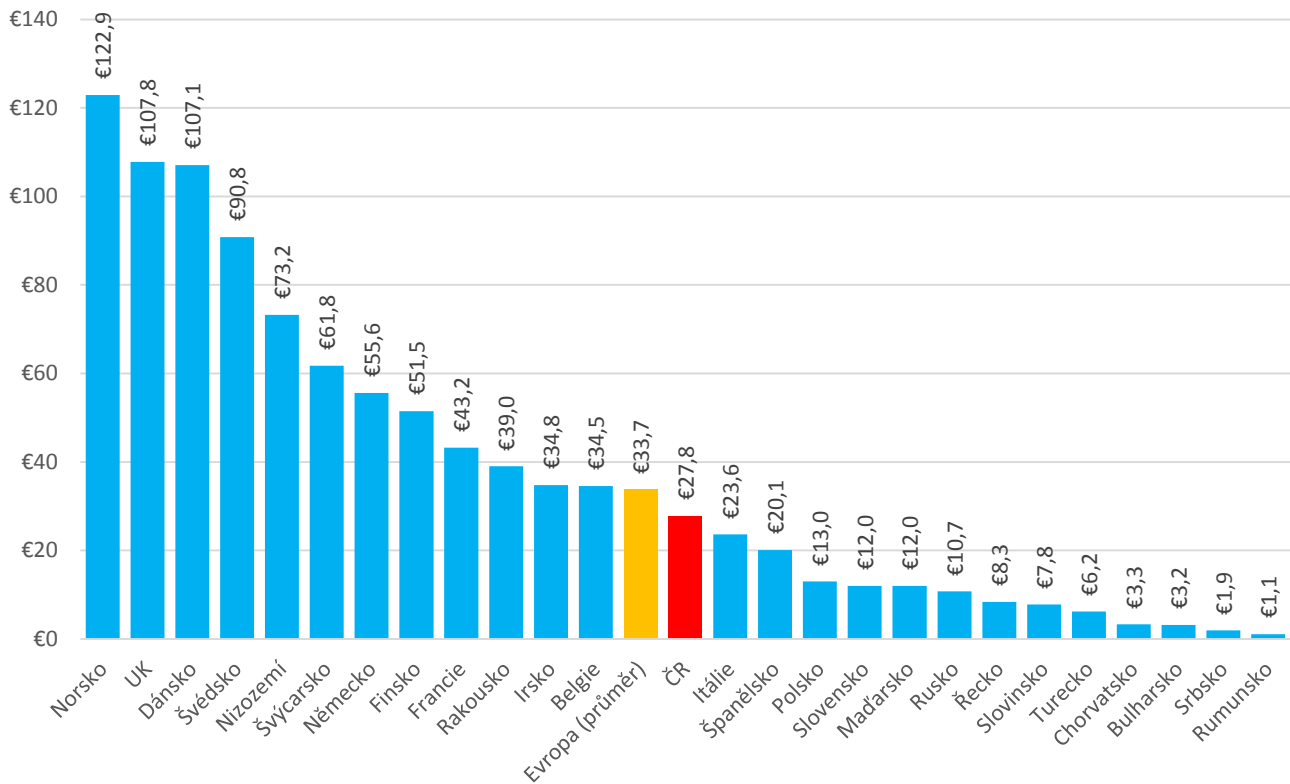
Zdroj: AdEx 2012, IAB Europe, IHS

¹ V inzertních odhadech SPIR zveřejněných v únoru 2013 je uvedena částka 11,2 mld. Kč. Rozdíl je způsoben použitím jiných cen. Zatímco v inzertních odhadech SPIR se zjišťují a prezentují ceníkové ceny internetové reklamy, ve studii AdEx jsou uváděny gross cenách, tedy cenách, za které vydavatel reklamu skutečně prodal, včetně případných provizí (v Česku se používá spíše výraz medianet ceny).

² Výzkum probíhal v členských zemích sdružení IAB Europe, které zahrnuje i Turecko a Rusko.

Realističtější pohled na význam online inzerce v jednotlivých zemích přibližuje graf přepočtený na počet obyvatel dané země. Nejrozvinutější trhy jsou britské a severské, což s ohledem na vysoké pokrytí internetovým připojením a pokročilou internetovou gramotnost populace neudiví. Česká republika v mezinárodním srovnání vyšla jako země s nejvyššími výdaji na internetovou reklamu v regionu střední a východní Evropy. S téměř 28 euro na hlavu ročně patří k evropskému průměru.

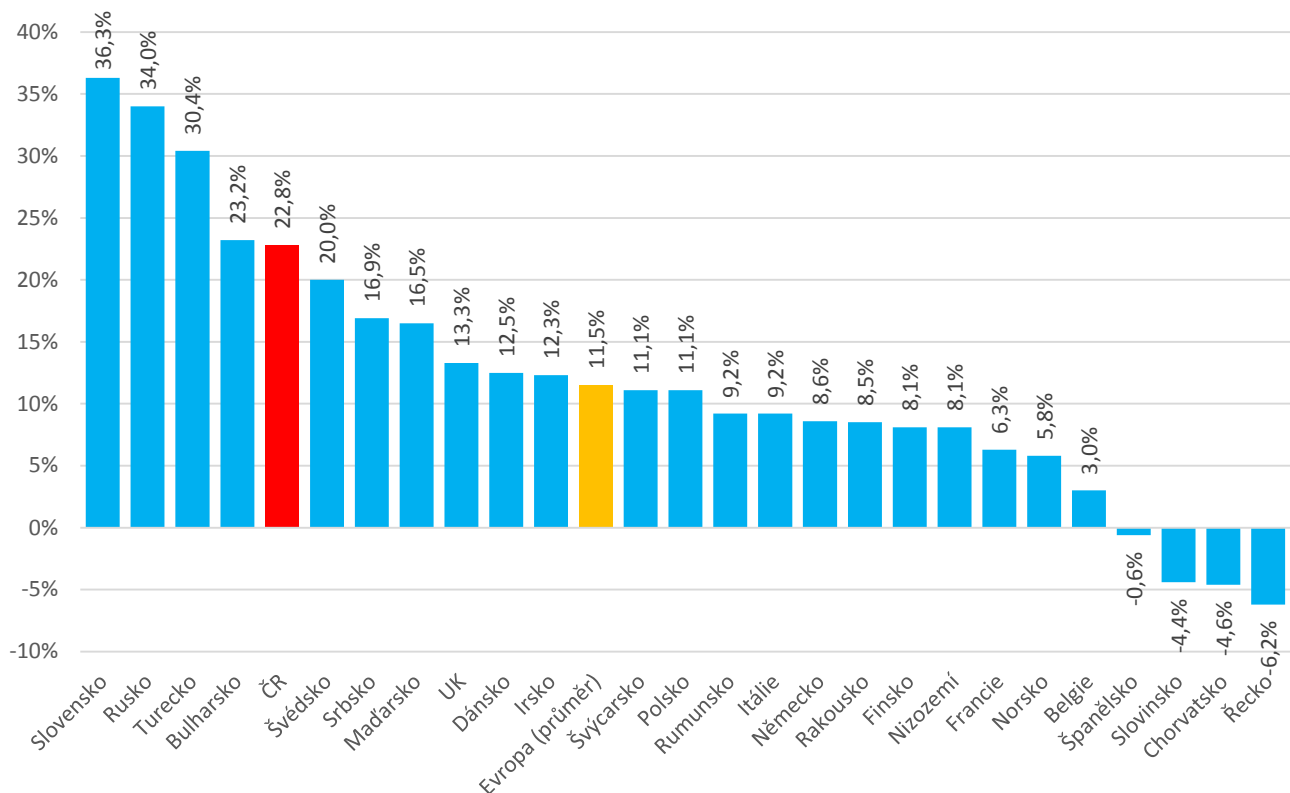
Graf č. 2: Srovnání investic do internetové reklamy na hlavu v jednotlivých zemích v € na obyvatele



Zdroj: AdEx 2012, IAB Europe, IHS

Další zajímavé srovnání je meziroční tempo vývoje investic. V ČR byl evidován růst ve výši 22,8 %, což je dvojnásobek průměrného evropského růstu. Pozitivním signálem je, že inzerce dále roste i na západních trzích.

Graf č. 3: Srovnání meziročního tempa vývoje investic do internetové reklamy v jednotlivých zemích



Zdroj: AdEx 2012, IAB Europe, IHS

„Data ze studie AdEx jasně ukazují, že v Česku i celém regionu CEE nabývá internetová inzerce na významu. V porovnání se západními státy sice nedosahuje takového objemu, ale má potenciál a všechny předpoklady k dalším investicím“ říká k výzkumu Pavel Ševera ze Sdružení pro internetovou reklamu, které výzkum koordinovalo v ČR. „Většina české populace je již online, na internetu tráví lidé skoro 2 hodiny denně, máme poměrně rozvinutou internetovou ekonomiku, etablovaná média a úspěšné, začínající projekty. Nejde jen o reklamní výdaje, ale o význam internetové ekonomiky pro české hospodářství.“

sidlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 **e-mail:** info@spir.cz **internet:** www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank **č.účtu:** 375076001/5500 **IČO:** 70108005 **DIČ:** CZ70108005

Poznámka:

AdEx je mezinárodní srovnávací studie velikosti internetové inzerce agregující data za 26 evropských zemí (vč. Ruska a Turecka), kde působí lokální sdružení asociace IAB. Zdrojem dat jsou pravidelné průzkumy, popř. odhady inzertního spendu realizované v každé členské zemi IAB místním sdružením (v České republice SPIR). Finální zpracování provádí společnost IHS. Ceny jsou uvedeny v tzv. gross cenách (v Česku se používá spíše výraz medianet ceny), tedy cenách, za které vydavatel reklamy skutečně prodal, včetně případných provizí. Po vyloučení dvojího započítávání je z výsledků odečten inzertní výkon směřující do zahraničí i výrobní náklady. Výsledky jsou považovány za nejrelevantnější zdroj informací o online reklamě v Evropě.

IAB Europe je mezinárodní asociace firem podnikajících na internetu a lokálních národních sdružení. Jejím cílem je propagovat a standardizovat trh s online reklamou. Skládá se z 27 národních poboček a více než 5.000 společností z řad reklamních zadavatelů, vydavatelů, agentur, výzkumných a technologických firem apod.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 60 členů. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor, realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, audit reklamních kampaní AdAudit, odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC a je samoregulátorem audiovizuálního a autorského obsahu a behaviorálně cílené reklamy v ČR. Poskytuje také expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás. SPIR je členem nadnárodní asociace IAB Europe.

V případě zájmu o celou závěrečnou zprávu můžete kontaktovat IAB Europe na adrese adex@iabeurope.eu.

Pro další informace kontaktujte:

Pavel Ševera

Koordinátor výzkumných projektů SPIR

Tel: 224 251 250

e-mail: pavel.severa@spir.cz