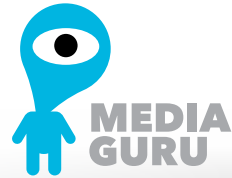


# GURUweekly

# 34 week

21. srpen 2017



Týdenní přehled  
ze světa médií, reklamy  
a marketingu.

## Prima: Odložená sledovanost má navýšit GRP

### Media Club upravil obchodní podmínky

Rozšíření výstupů dat TV sledovanosti o tři dny, ke kterému dochází od 1. září, nemá podle provozního ředitele FTV Prima Vladimíra Pořízka znamenat nárůst ceny televizní reklamy. Cílem je údajně zabránit tomu, aby na trhu klesal počet GRP. Rozšíření má v současnosti přinést TV Prima navýšení cca 150 GRP měsíčně. [Více...](#)



## TV podzim startuje, vrací se známé seriály

### Největší souboj se zřejmě odehraje v neděli



V týdnu od 21. srpna se vracejí seriály, které měly přes léto přestávku. Objeví se nové díly Ulice, Ordinace, Ohnivýho kuřete nebo Modrého kódu. Největší TV souboj se odehraje v neděli, kdy se objeví Policie Modrava a Kapitán Exner. TV Nova mimořádně předsune start svého pořadu o pět minut na 20:15. [Více...](#)

## Mladá fronta sází na online média

### Strategie firmy se po prodeji změnila

Onlinová část Mladé fronty by měla do budoucna vytvářet zisk vydavatelské části, řekl generální ředitel David Hurta. Aktuálně má vyhlédnuté další akvizice v onlinu. Zvažuje také návrat magazinové značky Ohniček a potvrzuje, že bude chtít získat podíl Motor-media v distribuční firmě Mediaprint & Kapa. [Více...](#)



## Óčko: Youtuberi mají vliv na prodeje

### Óčko a Confess Research vytvořily panel mladých



Necelá třetina facebookových fanoušků (31 %) TV Óčko se v posledním půl roce řídila doporučením youtuberů při koupi produktu. Výsledky přináší výzkumný projekt, který vznikl ve spolupráci s Confess Research. Óčko a Confess Research zároveň oznámily vznik panelu mladých pod názvem Ó Teen panel. [Více...](#)

## Sousedé po prvním týdnu mají 200 tisíc

### TV Barrandov zahájila seriálovou novinku

Průměrná sledovanost všech čtyř dílů nového seriálu Sousedé představovala 200 tisíc diváků starších 15 let při podílu necelých 7%. Ten odpovídá průměrnému podílu TV Barrandov na sledovanosti. První díl přilákal téměř 300 tisíc diváků, následující díly ale poklesly na cca 170 tisíc diváků. [Více...](#)



## ČT dotočila thrillerový seriál Vzteklna

*Do vysílání půjde v roce 2018*

Česká televize ukončila natáčení nové thrillerové minisérie Vzteklna v hlavních rolích s Kryštofem Hádkem. Režie šestidílné minisérie se ujal Tomáš Bařina. Vysílat by se měla na obrazovkách České televize v příštím roce. [Více...](#)



## Komerční rádioví vlastníci zvýšili podíl



*Nejsilnějším subjektem zůstává Český rozhlas*

Media Bohemia zvýšila meziročně podíl na rozhlasovém trhu o jeden procentní bod na více než 20%. O necelý jeden procentní podíl si polepšily i Lagardere Active ČR a Radio United Broadcasting. Nejsilnějším subjektem ale zůstává i přes meziroční snížení Český rozhlas. [Více...](#)

## Rádia čelí Spotify nebo YouTube

*Myslí si to šéf Lagardere Michel Fleischmann*

Největší konkurencí rádií jsou streamovací služby v podobě Spotify nebo YouTube, myslí si prezident rádiové společnosti Lagardere Active ČR Michel Fleischmann. Podle Fleischmanna neleží budoucnost rádií ve způsobech šíření signálu, rozhodující pro poslech rádia má být mobilní telefon. [Více...](#)



## Mall Group přebírá Košík.cz



*Má v plánu spojit ho s Koloniálem*

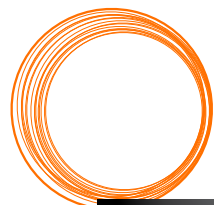
Mall Group se nakonec podařilo dokončit dohodu o koupi Košík.cz. V těchto dnech má probíhat převzetí společnosti a vznikat nové vedení. Mall Group kupuje Košík.cz od podnikatele Josefa Kollera, který se v posledních týdnech stal jeho 100% vlastníkem. [Více...](#)

## Personální informace

*Spark Foundry vede Petra Dvořáková*

Mediavest, mediální agentura z komunikační skupiny Publicis Media, ohlásila přejmenování na Spark Foundry. Pozici managing directora zaujímá Petra Dvořáková (foto). Do marketingového oddělení společnosti UPC Česká a Slovenská republika nově nastoupili Jindřich Rampulka a Tomáš Janovec. Oba dva jsou v týmu UPC Business. Šéfem interní komunikace mobilního operátora T-Mobile se stal Jan Kopecký.





## Reklamní kampaně uplynulého týdne

Vybíráme přehled aktuálních kampaní.



### Vodafone se vrací do školy



Vodafone ve své nové kampani k nabídce 40 GB ve sdíleném rodinném tarifu Red+ jde se svou rodinou zpět do školy, děti do vyučování, rodiče na třídní schůzky. [Více...](#)

*Zadavatel: Vodafone  
Mediámix: TV, tisk, OOH, internet  
Reklamní agentura: McCann Prague  
Režie: Vojta Kotek*



### Fio banka přilétá z kosmu



Fio banka dále rozvíjí svou kampaň „Nad e-maily diváků“. Tentokrát se z Jakuba Koháka stává kosmonaut, z kozy Vlasty kozonautka a přidá se k nim slovenský kolega Daniel Dangl. [Více...](#)

*Zadavatel: Fio banka  
Mediámix: TV, internet  
Kreativa: Pavel Sobek  
Produkce: Savage*



### Raiffeisenbank si hraje se slovy



V podzimní kampani sází Raiffeisenbank na slovní hříčku. Ukazuje, co se stane, když při poslechu Pucciniho Viktorie přeslechne, co jí říká detektiv Artur. [Více...](#)

*Zadavatel: Raiffeisenbank  
Mediámix: TV, internet  
Reklamní agentura: Made by Vaculik  
Produkce: Armada Films  
Režie: Tomáš Rehořík*



### Home Credit si zpívá o mikropůjčce



Home Credit podporuje mikropůjčku Kamali chytlavou písní, kterou si lidé snadno zapamatují a zazpívají v autě, třeba jako její zaměstnanci. [Více...](#)

*Zadavatel: Home Credit  
Mediámix: TV, rádio, internet  
Reklamní agentura: Oliver  
Produkce: Soft Pillow  
Režie: Kasal & Navrátil*

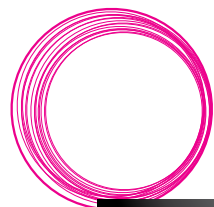


### Nadace O2 se spojuje s rapperem



Nadace O2 odstartovala kampaň ke svému programu SmartUp. Název „Vidiš, co jiní nevidí“ si pro ni vypůjčila z písně českého rappera Lipo. [Více...](#)

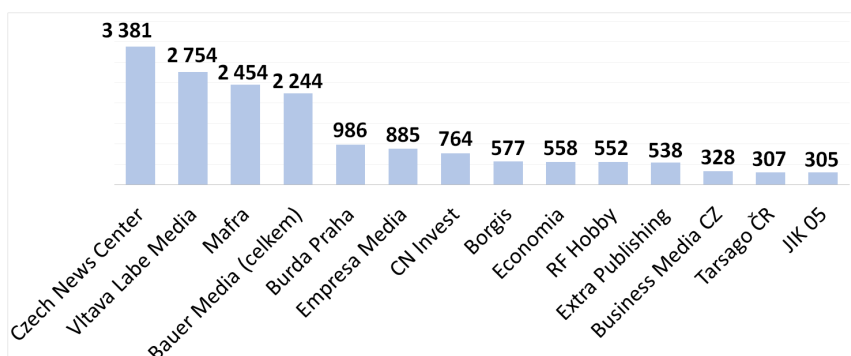
*Zadavatel: O2  
Mediámix: OOH, internet  
Reklamní agentura: Oliver*



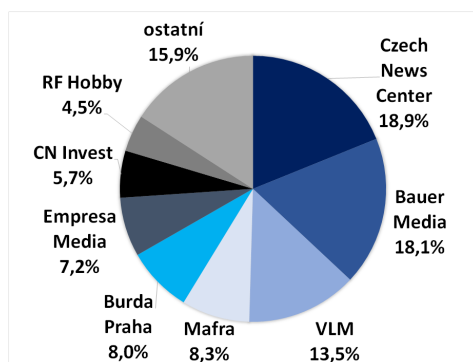
## Podíl vydavatelství v 1. pololetí 2017

Czech News Center (CNC) upevnila svoji pozici nejsilnějšího tuzemského vydavatele podle počtu čtenářů, které oslovuje svými tituly. Celkový zásah titulů CNC představuje 3,38 mil. čtenářů, což je o 1 procento více než v předcházejícím měřeném období za první čtvrtletí 2017 a poslední čtvrtletí 2016. Majetkově spřízněné vydavatelství CN Invest přidává dalších 764 tisíc čtenářů. Druhá Vltava Labe Media (VLM) vykazuje celkový zásah na úrovni 2,75 mil. čtenářů (o 1 procento méně než v uplynulém měřeném období), třetí Mafra si pak o procento polepšila na 2,45 mil. čtenářů. CNC má nejsilnější postavení mezi deníky i mezi časopisy.

### Souhrnný zásah vydavatelů (tis. osob)



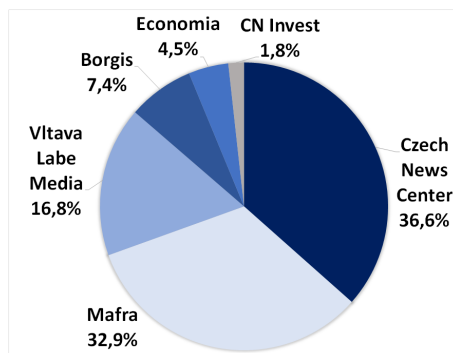
### Podíl vydavatelství na časopiseckém trhu



### Procentuální změny v zásahu vydavatelů

	změna vs. 4Q/2016+1Q/2017 (%)	změna vs. 1+2Q/2016 (%)
Czech News Center	1	-2
Vltava Labe Media	-1	-7
Mafra	1	0
Bauer Media	1	-3
Burda Praha	-1	-15
Empresa Media	23	24
CN Invest	2	-3
Borgis	0	-7
Economia	4	3
RF Hobby	0	4
Extra Publishing	54	62

### Podíl vydavatelství na deníkovém trhu



Zdroj: Media projekt, 1+2Q/2017, Unie vydavatelů, Median, Stem/Mark