

**sídlo:** 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

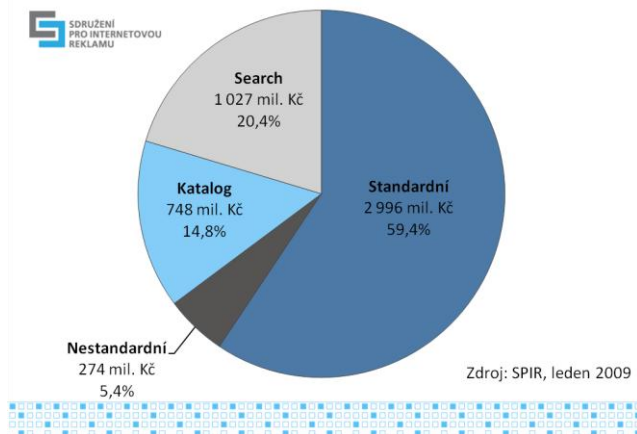
## Tisková zpráva

### PRAHA, 24/02/2009 – Internetová reklama hlásí 5 mld. korun za loňský rok

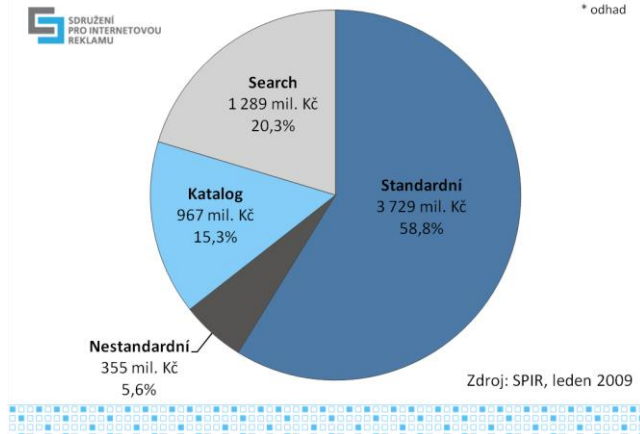
Internet za rok 2008 inkasoval celkem 5 miliard korun od domácích zadavatelů reklamy a provozovatelé internetových médií pro letošní rok odhadují meziroční nárůst téměř 26 %. V rámci plošné reklamy inzerenti v loňském roce investovali do internetu 3,3 mld. Kč, v reklamě ve vyhledávání 1 mld. Kč, a v reklamě v katalozích 0,75 mld. Kč v ceníkových (tzv. gross) cenách. Podíl internetu jako mediotypu tak dosáhl téměř 9 % na celkových investicích do reklamy za rok 2008 u nás a je na třetím místě hned za televizí a tiskem. Vyplývá to z průzkumu realizovaného nezávislou výzkumnou agenturou Factum Invenio pro Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR).

Celkový inzertní výkon za loňský rok se skládá z částek měřených projektem AdMonitoring, jež registruje kampaně plošné inzerce (tzv. display reklamy) ve standardních formátech. Výkony dalších forem internetové reklamy – nestandardní display reklamy, reklamy ve vyhledávání (search) a v katalozích (directories), vznikly na základě deklarovaných výkonů jednotlivých poskytovatelů obsahu v režii výzkumné agentury Factum Invenio. Absolutní výkony jednotlivých typů inzerce a jejich rozložení v letech 2008/2009 naleznete v příložených grafech č. 1 až č. 4.

**Graf č. 1 - Podíl jednotlivých forem internetové inzerce v roce 2008**



**Graf č. 2 - Podíl jednotlivých forem internetové inzerce v roce 2009\***



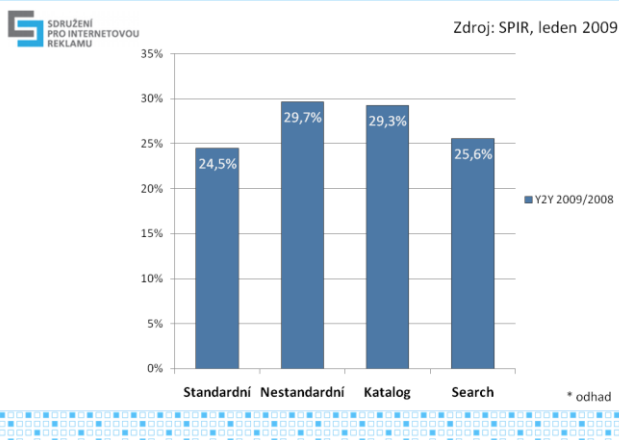
Většinu, a to i v následujícím roce, zaujímá plošná inzerce, která hraje u zadavatelů prim. Vzhledem k probíhající krizi ve všech odvětvích, lze považovat více než 25% odhadovaný nárůst objemu internetové inzerce za jednu z prvních pozitivních zpráv našim inzerentům. „Uvedená čísla představují v současnosti nejpřesnější možný pohled na celkový stav internetové inzerce, protože pocházejí přímo od drtivé většiny členské základny SPIR a jejich sběr a vyhodnocení zajistila nezávislá agentura. Z průzkumu jasně vyplývá, jak silně se postavení internetu proměnilo. Jeho význam už přesahuje většinu tradičních mediotypů“, komentuje výsledky předseda SPIR Ján Simkanič.

sidlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

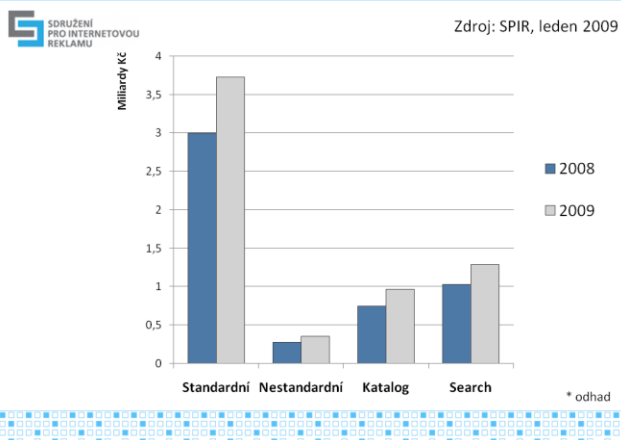
telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

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

**Graf č. 3 - Meziroční vývoj jednotlivých forem internetové inzerce rok 2009\*/2008**

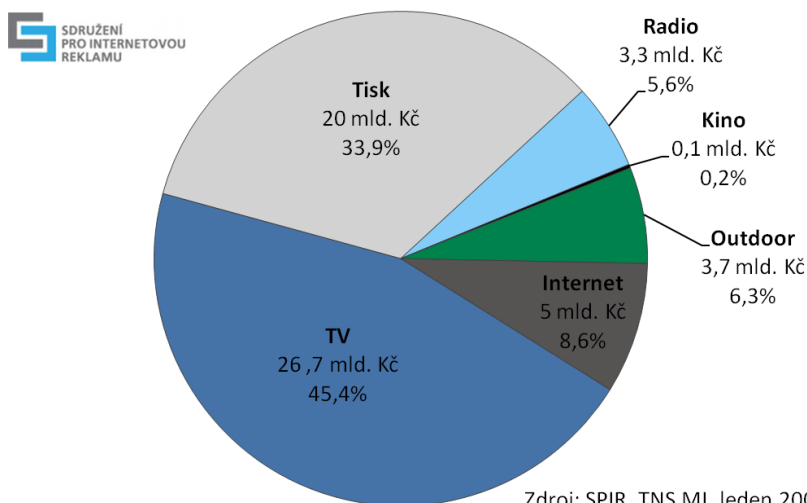


**Graf č. 4 - Podíl jednotlivých forem internetové inzerce v roce 2008 a 2009\***



Porovnáme-li inzertní výkony internetu s výkony ostatních médií (graf č. 5, v ceníkových, tzv. gross cenách), které pocházejí z monitoringu inzertních výkonů společnosti TNS MI, pak internet jako mediatyp zaujal s 5 miliardami korun třetí příčku za televizí a tiskem. Ostatní média jako je rozhlas, outdoor a kina jej teprve následují.

**Graf č. 5 - Podíl jednotlivých mediatypů v roce 2008**



**sidlo:** Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

**telefon:** 224 251 250 **e-mail:** [info@spir.cz](mailto:info@spir.cz) **internet:** [www.spir.cz](http://www.spir.cz)

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

Popis metodiky: *Zpracováním výsledků byla v zájmu objektivity a ochrany citlivých údajů pověřena agentura Factum Invenio. Šetření proběhlo v 1. polovině ledna 2009, opíralo se tak o aktuální celoroční uzávěrky jednotlivých subjektů. Z oslovených 34 společností, které se oblasti internetové reklamy v ČR věnují, se aktivně zapojilo 19 subjektů. Návratnost 55,9 % je pro takový typ šetření nebývale vysoká. Důležité navíc je, že právě společnosti, jejichž obrat zaujímá dominantní podíl, většinou aktivně přispěly. Také díky tomu lze považovat prezentované výsledky za věrohodné. Subjekty, které se šetření nezúčastnily, jsou zahrnuty v agregovaných datech kvalifikovaným odhadem (zpřesněným daty z AdMonitoringu a také na základě informací o formátech internetové reklamy, na které se konkrétně zaměřují).*

Popis forem internetové display reklamy naleznete [zde](#).

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. Skládá se ze dvou sekcí reprezentující obě strany reklamního trhu – sekce internetových medií a sekce zadavatelů internetové reklamy. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 53 členů v obou sekcích. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor, realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC a poskytuje expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás.

---

Pro další informace volejte:

**Kateřina Hruběšová**

Výkonná ředitelka SPIR

Tel: 224 251 250, 777 306 151

e-mail: [katerina.hrubesova@spir.cz](mailto:katerina.hrubesova@spir.cz)

**Jitka Černá**

Marketing & Event Manager

Tel: 224 251 250, 777 151 482

e-mail: [jitka.cerna@spir.cz](mailto:jitka.cerna@spir.cz)