

A sajtó hatalom



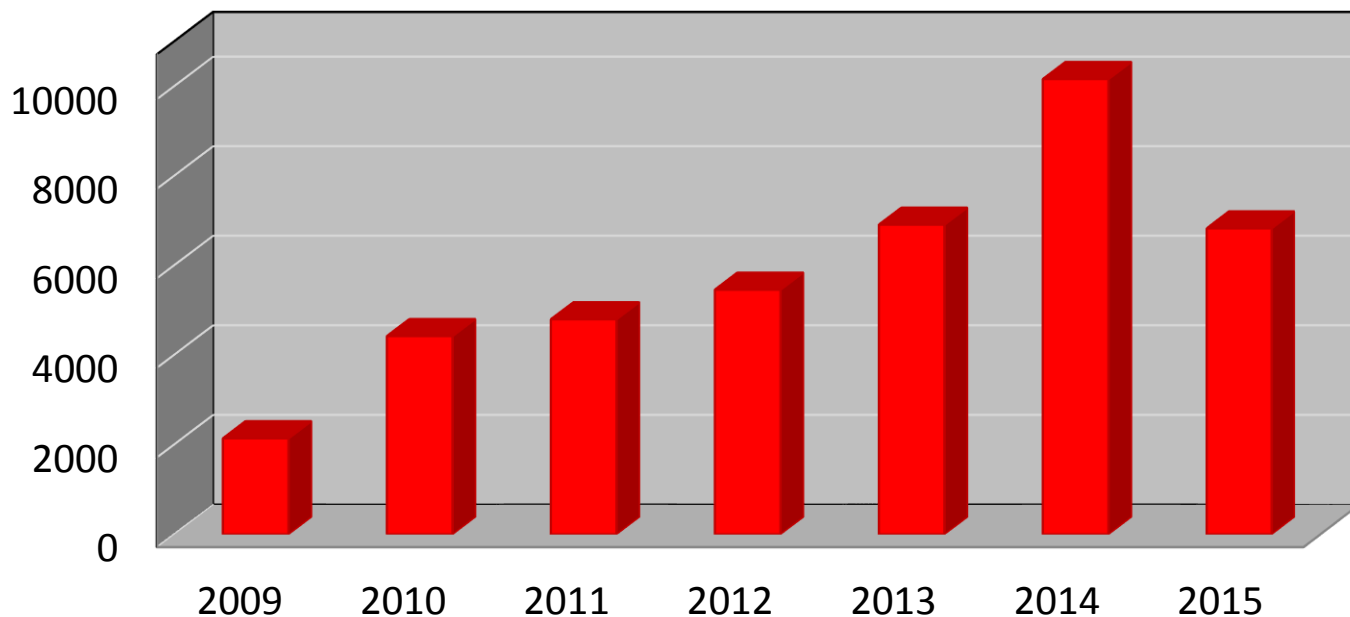


A kiskereskedelmi szektor a médiában



Háttérből a címlapokra

**A kereskedelmi szektorról szóló hírek számának
alakulása 2009-2015 (első negyedévig)**



Forrás: Auchan médiafigyelés

A leghangosabb témák

2012

- Erzsébet utalvány
- Kereskedelmi különadó
- Cora felvásárlás



2013

- Plázastop
- Online bevásárlás bevezetése
- Trafiktörvény



2014

- Online pénztárgépek bevezetése
- Élelmiszerlánc-felügyeleti díj
- Tartósan veszteséges működés tilalma 2018-tól
- Vasárnapi munkavégzés tilalma a

kiskereskedelmi szektorban



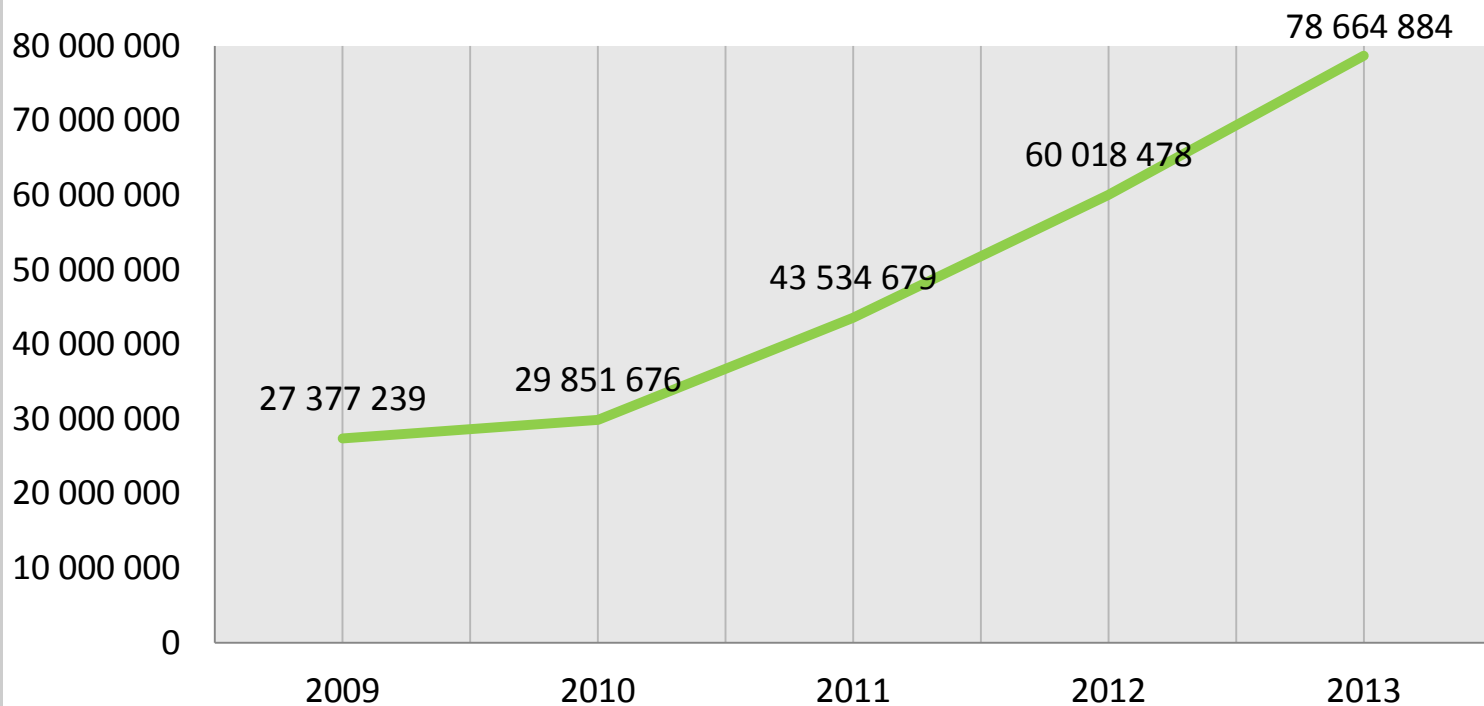
2015

- EKÁER
- Boltok vasárnapi zárva tartása életbe lép
 - *boltbezárások, leépítések, kivételek, eseti nyitva tartások*



Harc a vásárlókért

Kereskedelmi szektor éves reklámköltségeinek mértéke (ezer Ft)



Forrás: Kantar Media
éves jelentések

Média költségek vs. piaci pozíciók

TRADE MAGAZIN - KERESKEDELMI TOPLISTA 2013

AZ FMCG KIS- ÉS NAGYKERESKEDELMI LÁNCOK RANGSORA

Ország	Átlagos értékesítés (ezer Ft)	2012	2013
1. Tesco	709,0	704,7	
Összesen:	229	€ 2449,7	€ 2373,4
HM	119	TESCO	
SZM	59	TESCO SUPERMARKET	
CONV	44	EXPRESS2	
2. Coop	530,0	550,0	
Összesen:	5489	€ 1831,2	€ 1852,4
SZM	370	SZUPER	
ÁU	5057	MINE, ABC, KISBOLT	
C+C	53	ADU	
3. CBA	578,5	521,4	
Összesen:	2538	€ 1998,0	€ 1756,0
NSZM	7	CBA	
SZM	134	CBA PRIMA	
ÉB	39	CBA CENT	
ÉB	1114	CBA	
ÁU	1245	CBA CÉL, PARTNER	
4. Spar	421,5	453,7	
Összesen:	401	€ 1456,4	€ 1528,0
HM	21	INTERSPAR	
SZM	348	SPAR	
SZM	12	CITY SPAR	
NE	11	SINUS MARKET	
5. Reál	370,0	370,0*	
Összesen:	2314	€ 1278,4	€ 1246,1
SZM	630	REÁL ÉLELMISZER	
SZM	4	REÁL PHOTUM	
ÉB	1700	REÁL PONT	
6. Auchan	258,0	275,7	
HM	19	AUCHAN	€ 891,4 € 928,5
7. Lidl	252,8	262,9*	
D	159	LIDL	€ 873,5 € 885,4
8. Penny Market	187,1	196,2*	
D	183	PENNY MARKET	€ 646,5 € 660,8
9. Metro	188,0	193,5*	
C+C	12	METRO	€ 648,8 € 651,7
10. Aldi	85,0	97,8*	
D	93	ALDI	€ 293,7 € 329,4
11. dm Magyarország	66,0	67,0	
DR	259	DM	€ 228,8 € 225,8
12. Rossmann	43,6	47,5	
DR	180	ROSSMANN	€ 159,6 € 160,0

A TESCO leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.
A TESCO leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

Az Auchan leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A dm Magyarország leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A Rossmann leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A Lidl leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A Penny Market leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A Spar leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

A Reál leltári forgalma 2012-ben a 2012. március-2013. február, míg 2013-ban a 2013. március-2014. február időtartamára vonatkozik.

Top 10 FMCG főmárka listaáras reklámköltsége, 2011–2012 (ezer Ft)

2012	2013	Hirdető	2012. I. félév	2013. I. félév	Változás
2	1	Aldi Magyarország Kft.	2 115 875	5 923 820	180%
3	2	Lidl Magyarország	2 040 991	3 360 336	65%
1	3	Spar Magyarország Kft.	4 116 036	3 046 811	-26%
4	4	Tesco Globál Áruházak Rt.	1 540 421	2 179 335	41%
5	5	Penny Market Kft.	1 185 005	1 845 166	56%
6	6	CBA	1 148 933	806 468	-30%
8	7	Auchan Csoport	398 019	702 086	76%
7	8	Coop Hungary Rt.	723 431	696 962	-4%
10	9	Metro Kft.	251 701	554 639	120%
9	10	Reál Hungária Élelmiszer Rt.	303 695	274 284	-10%

Forrás: Kantar Media

Kiadó: a köznevelési és a
szakképzési, illetve a
felnőttképzési törvények
szerint
www.trade-magazin.hu

Trade
magazin

A Trade magazin a FMCG piac
vezetői és a köznevelési, illetve a
szakképzési, illetve a felnőttképzési
területen működő vállalkozások
között terjed el. A Trade magazin
a FMCG piac vezetői és a köznevelési,
szakképzési, illetve a felnőttképzési
területen működő vállalkozások
között terjed el.

Az Auchan Magyarország Kft. a médiában



Auchan Magyarországon és a világban

ITTHON

- 19 áruház, 17 benzinkút
- Közel 7.000 munkatárs
- Több mint 1500 beszállító
- 2014-ben 42 millió vásárló



ÉS A VILÁGBAN

- 16 országban
- 330 700 munkatárs
- 1750 hiper- és supermarket
- 5 üzletág



Hirdetések

- Az Auchan reklám költségei 2011 óta azonos szinten mozognak annak ellenére, hogy 12-ről 19-re nőtt az áruházaink száma

- **Kampányok az elmúlt évekből**

- *Jing és Jang reklámok*
- *Arnold és Oszkár*
- *Ár összehasonlító reklámok*
- *Spongyabob*



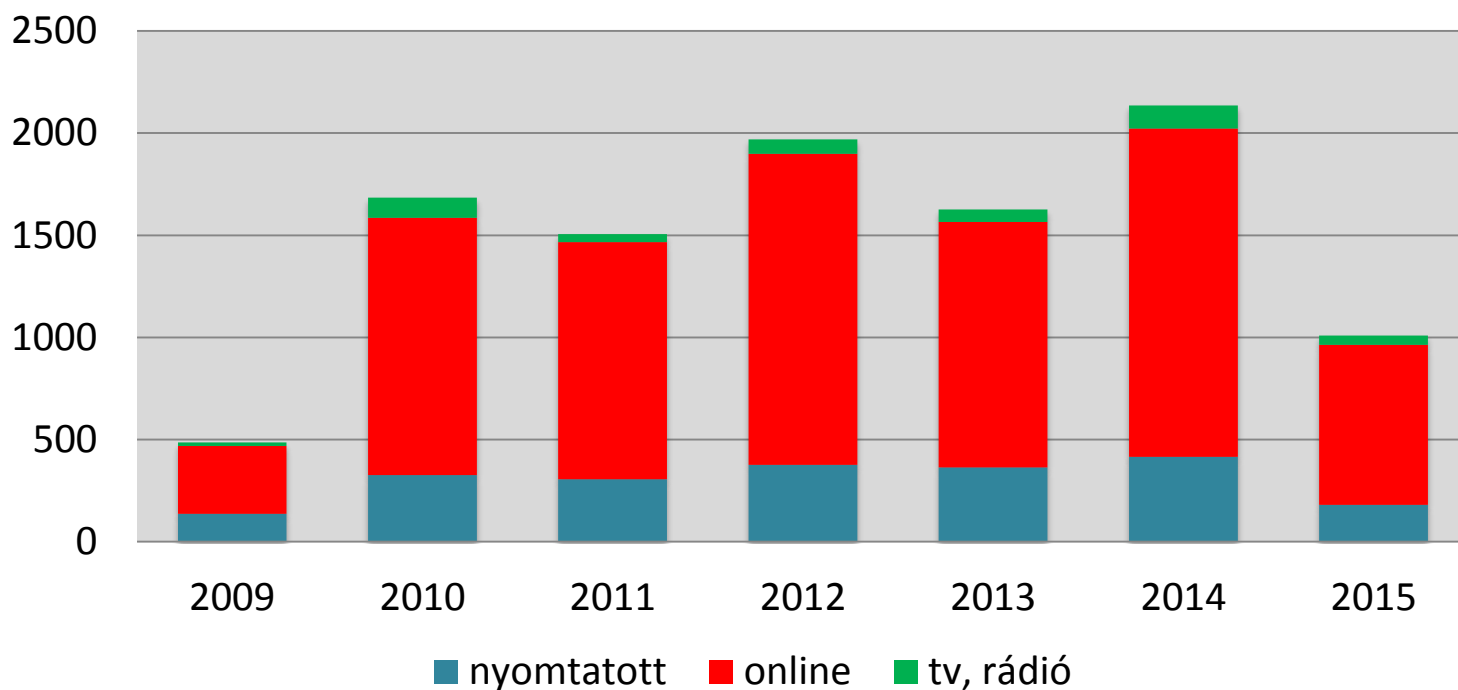
- **Jelenlegi legfőbb hirdetési felületek**

- *Csütörtökönként megjelenő akciós újság*
- *Óriásplakátok*
- *Egyéb*
 - Online kampányok, közösségi média, tv kampányok



Változó környezet, változó megjelenések

Auchan megjelenések



Forrás: Auchan médiafigyelés

Proaktív témák

- Kereskedelem
 - Szezonok
 - Karácsony, Húsvét, tanévkezdés, Sziget Fesztivál, stb.
 - Áruházlánc kezdeményezései
 - Háztáji sertés program
 - Agrár Kincseink
 - magyar termékek népszerűsítése
 - borvásárok
- Imázsépítés, employer branding és CSR
 - Fogytékosság-barát Munkahely (3x)
 - Speciális bevásárlókocsik
 - Defibrillátorok az áruházakban
 - Adományok
 - Önkéntesség
 - Nyitottak vagyunk



Mi a jó recept?

**HIRDETÉSEK VS.
PARTNERKAPCSOLAT**

Gyorsaság
Szakmaiság
Kapcsolatok
Hitelesség
Elérhetőség
Témagenerálás
Hirdetések
Kreativitás
Relevancia

Köszönöm a figyelmet!

Gál Judit
kommunikációs igazgató

Auchan Magyarország Kft.

j.gal@auchan.hu

+36 23 886551

