

RAPORT: RYNEK REKLAMY RADIOWEJ 1H 2021

# Radio odrobiło pandemiczne straty



I Love Radio, 2 września 2021

[www.iloveradio.pl](http://www.iloveradio.pl)

# Wydatki na radio w 1H 2021

**Wydatki reklamowe netto na radio wyniosły w 1. półroczu 2021 roku 351 mln zł.**

**Radio, jako jedyne medium tradycyjne, już zdołało odrobić pandemiczne straty** i zanotowało wzrost przychodów względem nie tylko 1. połowy 2020 roku, ale też 1. połowy roku 2019.

Utrzymany został udział radio na poziomie 7,3%.

Najaktywniejszą branżą w radiu był handel, a największym reklamodawcą – Aflofarm Farmacja Polska.



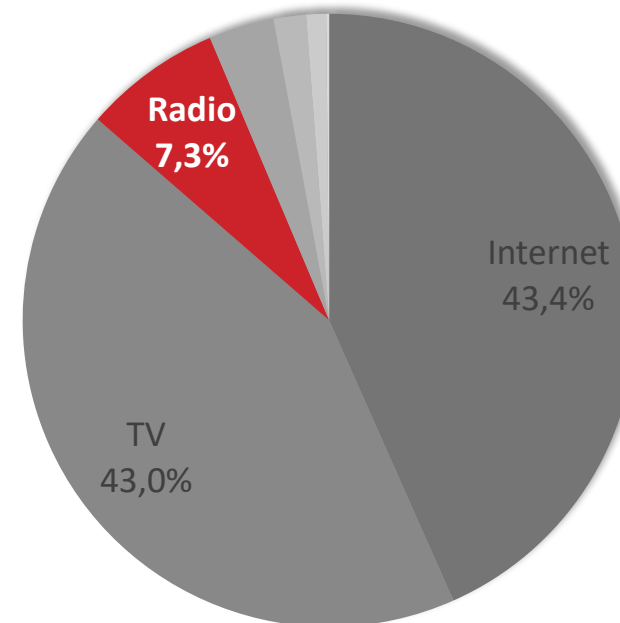
# Radio trzecim medium reklamowym

Według najnowszego raportu Publicis Groupe, wydatki reklamowe na radio w 1. połowie 2021 roku wyniosły 351 mln zł.

**Dzięki temu radio utrzymało stabilną pozycję 3. medium reklamowego w Polsce z udziałem na poziomie 7,3% - dokładnie takim samym jak w analogicznym okresie przed rokiem.**

## UDZIAŁ MEDIÓW W WYDATKACH REKLAMOWYCH

1H 2021, wydatki netto wg Publicis Groupe



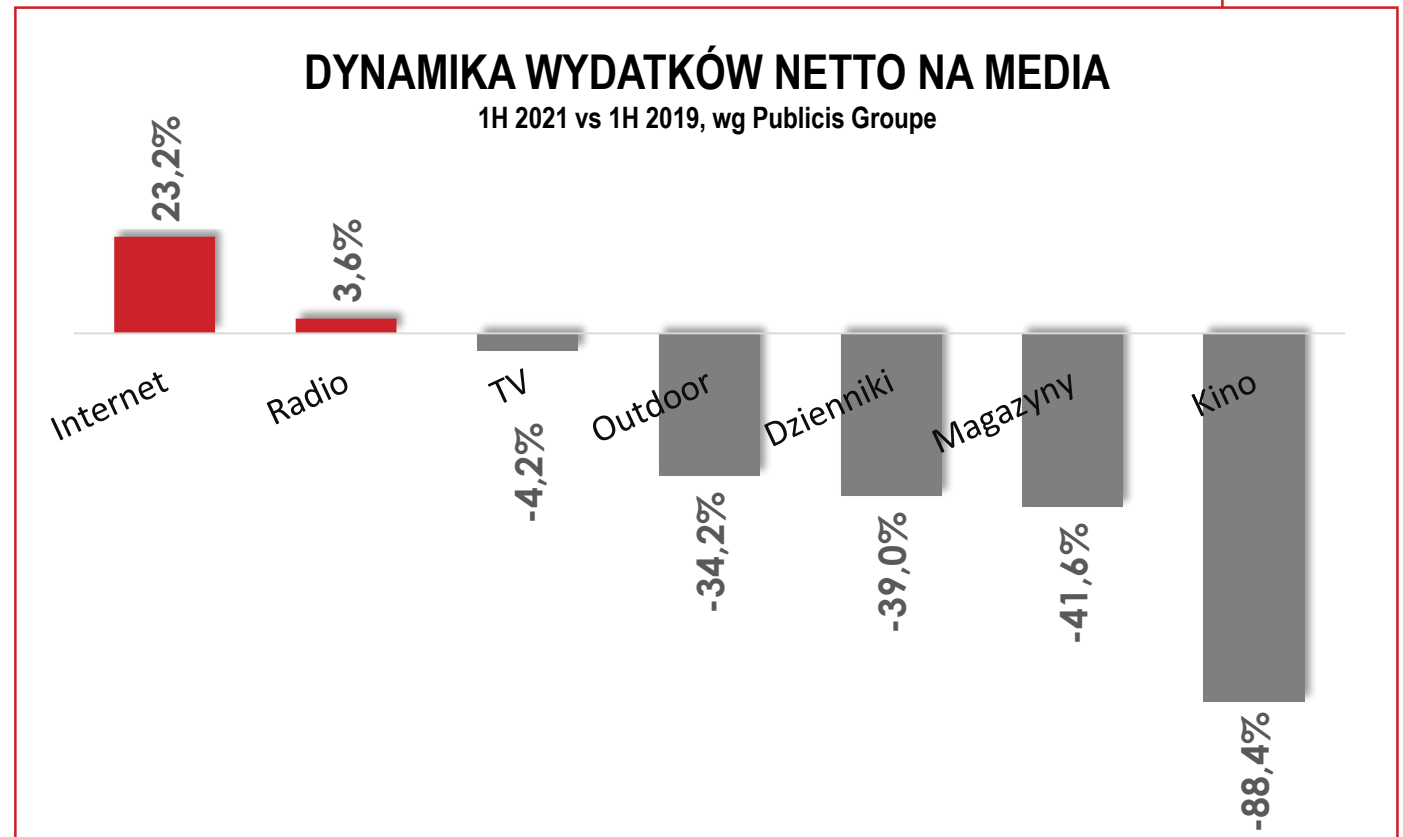
Internet	43,4%
TV	43,0%
<b>Radio</b>	<b>7,3%</b>
Outdoor	3,4%
Magazyny	1,7%
Dzienniki	1,0%
Kino	0,2%

# Radio z wyższymi przychodami niż przed pandemią

Wydatki reklamowe na radio wzrosły nie tylko względem roku 2020 (kiedy to, w czasie pierwszego lockdownu, reklamodawcy masowo ograniczali kampanie reklamowe), ale nawet w porównaniu do analogicznego okresu 2019 roku.

Względem 1. półrocza ub.r. dynamika radia wyniosła aż 20% i była na porównywalnym poziomie jak dwóch wiodących w Polsce mediów reklamowych – internetu (24%) i telewizji (21%).

**Natomiast w porównaniu z przedpandemicznym rokiem 2019 dynamika wyniosła 4%. Radio, jako jedyne medium tradycyjne, odrobiło pandemiczne straty. Na minucie względem czasów sprzed COVID-19 jest wciąż m.in. telewizja.**



# TOP branże w radiu

**Branża, która była najaktywniejsza w radiu i wydała najwięcej na tę formę reklamy to handel.** Kolejne w rankingu branż radiowych były farmacja (produkty farmaceutyczne i leki), motoryzacja, pozostałe (m.in. materiały budowlane, fundacje, instytucje polityczne), finanse i telekomunikacja.

Wg danych cennikowych Kantar Media trzech największych radiowych reklamodawców to Aflofarm Farmacja Polska, TERG (właściciel brandu Media Expert) i Euro-Net Warszawa (Euro RTV AGD).



FARMACJA



MOTORYZACJA



HANDEL

# Radio – skuteczne medium reklamowe

Radio świetnie radzi sobie w tym trudnym dla rynku reklamy czasie. Zainteresowanie tą formą reklamy rośnie w branży handlowej jak i farmaceutycznej, czyli w dwóch głównych sektorach inwestujących w radio. Istotne wzrosty można jednak zauważyć też w innych kategoriach jak np. finanse czy komputery i audio-video. Z ostrożnym optymizmem patrzmy na kolejne miesiące, zdając sobie jednak sprawę, że te prognozy może brutalnie zweryfikować skala czwartej fali pandemii



**Ewa Rosiewicz,  
prezes  
i dyrektor Biura  
Reklamy  
Grupy Eurozet**

Fakt, że radio jako jedyne medium, oprócz internetu, odrobiło przedpandemiczne straty dobitnie pokazuje zaufanie marketerów do tej formy reklamy. Dzięki temu, że radio jest bardzo tanie w porównaniu do innych mediów przy oferowanych bardzo dużych zasięgach, jest szybkie, elastyczne, podnoszące sprzedaż, działające idealnie call to action, udało się nam nie tylko wrócić do poziomu wydatków reklamowych sprzed pandemii, ale nawet je przewyższyć.



**Tomasz Ramza,  
dyrektor generalny  
Działu Sprzedaży  
Grupy RMF**

Ostatnie, ciężkie doświadczenia związane z covidem wymusiły wiele zmian w konsumpcji mediów, radio na tym tle wchodzi w nową postpandemiczną erę wzmocnione. Wszystkie liczące się stacje stawiają, poza głównymi antenami, na nielinearne audio w postaci catch-up czy podcastów, z łatwym dostępem do treści przez własne aplikacje. To znacząco zwiększa potencjał na wzrost użytkowników tego medium. Nie bez znaczenia także jest fakt, że w dobie częstych infekcji, wiele osób chętniej korzysta z samochodu, w którym pierwszym wyborem jest zawsze radio. Między innymi wynikiem tych zmian jest także większa aktywność reklamodawców w radio.



**Maciej Moszczyński,  
dyrektor  
zarządzający  
Tandem Media**

I♥radio

[www.iloveradio.pl](http://www.iloveradio.pl)

[www.fb.me/ILoveRadioPL](https://www.facebook.com/ILoveRadioPL)