

Příjmy tuzemské televizní jedničky ilustrují současnou situaci na mediální scéně. Nově se totiž v prvním čtvrtletí meziročně propadly tržby o více než třetinu na 56 milionů dolarů. O nic lépe na tom není ani celá skupina CME, do jejíž kasy nejvíce sype právě Nova.

Americká mediální skupina CME od začátku roku vykázala ztrátu 44 milionů dolarů (přibližně 900 milionů korun). Ještě před rokem přitom měla zisk 14,5 milionu. Za propadem jednoho z největších mediálních hráčů regionu stojí pokles příjmů z inzerce. CME drží nad vodou televize Nova. I přes výrazný pokles tržeb vydělala česká pobočka CME nejvíce ze všech šesti zemí, kde firma působí.

Problémy s inzercí mají i největší světové mediální domy. Například kolosu Time Warner, který před měsícem koupil třetinový podíl v CME, klesl zisk o čtrnáct procent. Američané přitom chtějí společně se CME budovat ve střední Evropě nové televizní stanice. Důvodem propadu zisku byly poklesy z prodeje reklamy v rámci divizí AOL a Time Inc.

Podle odhadů mediálních agentur letos tuzemské televize odvysílaly o 15 procent méně reklamy než loni.

Klesají ale především příjmy, které televize z reklam mají. V tomto ohledu si Česká televize meziročně pohoršila o necelou čtvrtinu, Prima o 13 procent a Nova si připsala »dvouciferný pokles«. Další vývoj reklamního trhu předpovídá i mediální agentura OMD. Podle ní by měly investice do televizní reklamy letos klesnout až o 27 procent. Podobně postižena budou ale i ostatní média.

Kvůli sníženému zájmu o inzerci musely také televize zapomenout na ohlášené zdražení reklamy a naopak sahají po slevách a promo nabídkách. Za stejnou sumu tak klient získá daleko více reklamního prostoru.

»Naše krizová pobídka měla značnou odezvu, využilo ji více než 75 procent klientů a další ji nyní zvažují. Zájem se projevil i ve zvýšené vyprodanosti, která se nyní pohybuje mezi 60 a 70 procenty,« říká mluvčí televize Nova Michaela Fričová.

Samotné vedení CME přitom konec krize zatím nevidí. Výdaje na televizní reklamu podle CME zůstávají nejisté, protože trhy ve střední a východní Evropě si musí ještě teprve sáhnout na dno.

»Nejistota ohledně výdajů na televizní reklamu bude letos přetrvávat. Věříme, že výdaje na televizní reklamu dosáhnou dna mezi třetím čtvrtletím 2009 a prvním čtvrtletím 2010.« tvrdí mluvčí skupiny Romana Tomasová.

Zisk před zdaněním přitom meziročně klesl o tři čtvrtiny na 15,47 milionu dolarů. I přesto ale pražská burza zareagovala na výsledky skupiny růstem. Cena akcií CME vzrostla včera o necelých 11 procent na 364 korun.

Investice do reklamy v Česku (v mld. Kč)

médium	2007	2008	2009
televize	10,75	11,49	8,39
tisk	8,68	8,55	5,81
internet	2,8	3,42	3,79
rozhlas	2,27	2,27	1,93
venkovní reklama	2,75	2,91	2,47

ZDROJ: OMD

Foto autor| HN030187-8

O autorovi | Jan Beránek, Zuzana Luňáková, www.ihned.cz/autori