

# TELEVIZE / SRPEN 2011

V srpnovém hodnocení televizních reklam zvítězil McDonald's, následovaný polévkami Vitana – babičky a nefiltrovaným Staropramenem. V restauraci tuto kombinaci radši nezkoušejte.



## VÍTĚZ MĚSÍCE

McDonald's se minimálně v našem hodnocení vyplatil tah nechat natočit svůj spot zákazníky a ze zaslanych prací vybrat tu nejlepší. Reklama Alberta Rafaje, Martina Kazimíra a Marka Červenáka si porotu získala hravostí.

# 1

pořadí	1	celková známka	1,75
zadavatel reklamy	McDonald's	kreativní zpracování	1,20
produkt	McDonald's	kvalita realizace	1,20
reklamní agentura	DDB Praha	přínos pro značku	1,00
mediální agentura	OMD	kommunikační plán	1,20



pořadí	2	celková známka	1,75
zadavatel reklamy	Vitana	kreativní zpracování	1,20
produkt	Vitana polévky	kvalita realizace	0,80
reklamní agentura	Hullabaloo	přínos pro značku	1,00
mediální agentura	Universal McCann	kommunikační plán	1,20



pořadí	3	celková známka	2,00
zadavatel reklamy	Pivovary Staropramen	kreativní zpracování	1,40
produkt	Staropramen nefiltrovaný	kvalita realizace	1,00
reklamní agentura	Leagas Delaney	přínos pro značku	1,20
mediální agentura	Universal McCann	kommunikační plán	1,20



pořadí	4-5	celková známka	2,25
zadavatel reklamy	Direct Pojišťovna	kreativní zpracování	1,40
produkt	Direct Pojišťovna	kvalita realizace	1,20
reklamní agentura	Ogilvy & Mather	přínos pro značku	1,20
mediální agentura	Starcom Mediavest	kommunikační plán	1,20



pořadí	4-5	celková známka	2,25
zadavatel reklamy	Pížeňský Prazdroj	kreativní zpracování	1,80
produkt	Frisco Brusinka	kvalita realizace	1,40
reklamní agentura	Lowe Praha	přínos pro značku	1,20
mediální agentura	Mediacom	kommunikační plán	1,20

## PROPADÁK MĚSÍCE

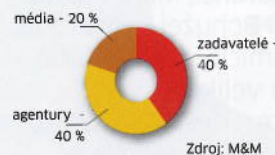
Spot na Paranit šampon, předvádějící „dušení vši“ pomocí rádoby vtipné loutky – to je prostě noční můra.



pořadí	Propadák	průměrná známka	4,25
zadavatel reklamy	Omega Altermed	kreativní zpracování	2,60
produkt	Paranit šampon	kvalita realizace	2,20
reklamní agentura	neuvádí	přínos pro značku	2,40
mediální agentura	neuvádí	kommunikační plán	2,20

## POROTA

Za srpen 2011 hodnotili porotci z řad agentur a zadavatelů sedmáct televizních reklam.



## VÝVOJ PRŮMĚRNÝCH ZNÁMEK V TELEVIZI (ZNÁMKA 1-6\*)



Pozn.: \*) 1 = nejlepší, 6 = nejhorší

Zdroj: M&M, září 2010 – srpen 2011

## POROTA



**Marek Sojak**  
business development manažer Line Art Group  
Pobavil mě McDonald's,

ale jedničku u mě získal Staropramen – povedená kampaň s nápadem. Zklamáním je Zuno, od níž jsem čekal komunikaci, která nezapadne.



**Petr Kleiner**  
ředitel odboru marketingu přímého prodeje a služeb ČSOB Pojišťovna  
Potěšil mě

hravostí McDonald's. Pobavilo mě OK elektro. Profesionální byla Axa. Nejlepší hudbu měla Vitana.



**Prokop Holeček**  
manažer reklamy a značky UniCredit Bank  
Jedině McDonald's a Vitana

dávají jasnou message doplněnou i o kreativitu. Z hlediska kreativity u mě vyhrál McD, na rozdíl od svých dětí „babičky“ moc nemůžu :-).



**Dominik Hrodek**  
marketing & strategy director OgilvyInteractive  
Zadavatelé zřejmě dávají

méně peněz do produkce. Z velké části hodnocených spotů nejde o klasickou televizní reklamu, ale o něco, co připomíná spíše powerpointovou prezentaci. Škoda... Vyčnívá Direct, Vitana, Bohemia Chips. Okay spotřebiče je sice sranda, ale sdělení mi nějak nesedí.

Vizuály svých kampaní můžete přihlásit do hodnocení na e-mail hana.vackova@economia.cz

Podklady k hodnocení dodává:

**KANTAR MEDIA**