

marketing mreža

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

#AgencyReport18: Alarmantno stanje u agencijama za zakup medija!

Beograd, 12. septembar - Marketing mreža objavila je danas rezultate istraživanja **agencija za zakup medija i programiranje plana oglašavanja u Srbiji**, a u okviru studije [Agency Report](#).

U okviru ove grupacije agencija, **Direct Media**, godinama, ubedljivo čuva prvo mesto na rang listi po poslovnom prihodu, ali i po neto dobiti. U odnosu na 2016, ova agencija je u prošloj godini uvećala poslovni prihod za 5,61% odnosno za preko 316 miliona dinara, dok je neto dobit opala za 6,72% ili za oko 38,4 miliona dinara. Direct Media je u 2017. povećala broj zaposlenih za preko 11%, a zanimljivo je da je jedna od retkih u kategoriji agencija za zakup medija koja je u protekloj godini osvojila regionalne i domaće nagrade za svoj rad.

Na drugom mestu u tabeli, po poslovnom prihodu, nalazi se agencija **Media Pool**. Ova agencija je zabeležila pad poslovnog prihoda u 2017. za 7,6% odnosno za oko 307,4 miliona dinara, ali je, sa druge strane, zabeležila neverovatno rast neto dobiti za čak 151% ili 37,8 miliona dinara, što je ujedno i najveći rast dobiti u odnosu na prvih pet agencija u tabeli. Media Pool je u 2017. godini uvećao svoj tim za 9,7%.

Iako beleži pad poslovanja po oba finansijska parametra, agencija **Media House** zauzela je visoko treće mesto na rang listi po poslovnom prihodu, dok se po neto dobiti nalazi na četvrtom mestu. Poslovni prihod ove agencije opao je za nešto više od 4%, dok neto dobit beleži pad od preko 52%. Media House je u 2017. zaposlio dvoje novih kolega, što je povećanje od 4,55%.

Četvrto mesto na rang listi, po poslovnom prihodu, pripalo je prošle godine agenciji **Universal Media**, članici I&F McCann Grupe. Ova agencija je u 2017. zabeležila pad poslovnog prihoda za 6,3%, pad neto dobiti za 51,8%, pad broja klijenata po godišnjem ugovoru za 8,6%, ali povećanje broja zaposlenih za čak 17,4%. Zanimljivo je da je agencija iz iste Grupe, **Initiative**, zabeležila rast prihoda od čak 208,8% i broj novih klijenata po ugovoru za 62,5%. Initiative je zauzeo 12. mesto na rang listi po poslovnom prihodu, ali po svim parametrima ima veliki potencijal za rast u narednim godinama.

OMD Media našla se na petom mestu rang liste po poslovnom prihodu i na šestom mestu po neto dobiti. Ova agencija zabeležila je najmanji pad poslovnog prihoda od svega 1,5%, a u odnosu na prvih pet agencija sa rang liste. S druge strane, neto dobit OMD Media u 2017. uvećana je za preko 34%, a broj zaposlenih za 14,3%, što pokazuje dodatnu stabilnost poslovanja. Ova agencija dobila je u prošloj godini jednog novog klijenta na godišnji ugovor, kao i jednog po projektu.

Iako se našla na visokom šestom mestu po poslovnom prihodu, agencija **Media Jobs** zabeležila je drastičan pad poslovanja – 41,2% po poslovnom prihodu i 217% po neto dobiti. Po neto dobitku, ova agencija našla se na samom začelju rang liste, sa ukupnim neto gubitkom od preko 41,1 milion dinara u 2017. godini.

Takođe, pad prihoda od 93% u prethodnoj godini zabeležila je i agencija **One Media**, kao i pad neto dobiti od preko 295%. Agencije za zakup medija, koje su, takođe, zabeležile pad poslovnog prihoda u prošloj godini su **CAS Media** (1,56%), **Plus Media** (11,6%), **Advans** (20,4%), **Babblers Media Group** (39,2%) i **Media S SMVG** (47,1%).

Po neto dobitku, u 2017. samo pet agencija zabeležile su negativan poslovni rezultat, a to su **Carat Austria GMBH – ogranak (-0,23 miliona)**, **Advans (-0,95 miliona)**, **One Media (-1,73 miliona)**, **CAS Media (-31,25 miliona)** i **Media Jobs (-41,12 miliona dinara)**.

Rast poslovanja po oba finansijska parametra u prošloj godini zabeležile su agencije **Media Point, Havas Media Adriatic, Nova Communications, Media Line**. Sve navedene agencije spadaju u grupu malih agencija do 15 zaposlenih, što predstavlja dodatni uspeh poslovanja. Agencije Havas Media Adriatic i Media Line zabeležile su u 2017. stabilan rast poslovanja, dok možda najveći potencijal za rast u 2018. ima Media Point. Ova agencija je u 2017. povećala prihod za preko 59%, kao i neto dobit za čak 93%.

U Agenciji za privredne registre Republike Srbije registrovano je **ukupno 20 pravnih lica** koji se primarno bave zakupom medija i programiranjem plana oglašavanja.

marketing mreža

Ukupan poslovni prihod agencija za zakup medija u 2017. opao je za **2,95%**, a **neto dobit za alarmantnih 18,56%**. Zabrinjavajući podatak je i to da je čak 12 od 20 agencija za zakup medija zabeležilo pad poslovnog prihoda u odnosu na 2016. godinu, od toga četiri agencije koje se nalaze u samom vrhu rang liste.

Broj zaposlenih u agencijama za zakup medija veći je za 9,52%, a u 2017. iznosio je 345. Najviše novih kolega zaposlile su agencije Direct Media (10) i Universal Media (8). Agencija Media S SMVG otpustila je tri zaposlena, Media Jobs dva, a Advans jednog zaposlednog.

Ako bismo poredili veličinu agencija, po broju zaposlenih u 2017. godini, najviše je malih agencija 70%, zatim srednjih od 16 do 49 zaposlednih 20% i samo dve agencije spadaju u grupu velikih sa preko 50 zaposlednih (Direct Media i Universal Media).

Iako ova kategorija beleži najveće prihode i ima najveći tržišni udeo, svi parametri ukazuju na krizu agencija za zakup medija, odnosno trend smanjenja ulaganja u tradicionalne medije.

Cilj [#AgencyReport18](#) istraživanja bila je analiza tržišta za 2017. godinu, odnosno sticanje uvida u stanje na tržištu, sakupljanje transparentnih podataka i rangiranje agencija po različitim kriterijumima. U pitanju je jedinstvena istraživačko – izveštajna platforma koja ima višestruku namenu i dalekosežne uticaje na tržište marketinških komunikacija u Srbiji.

Za sva dodatna pitanja u vezi sa projektom Agency Report, istraživanjem i dodatnim analizama molimo vas da se obratite na mejl ivana@marketingmreza.rs.