

## Invent Media aloca 50.000 euro pentru publicitatea indoor pe litoral

Alexandra Teodorescu, 10 Iunie 2009

Invent Media, unul din jucatorii de pe piata publicitatii indoor, a lansat in statiunile Mamaia si Neptun un pachet indoor de 26 de hoteluri de 2, 3 si 4 stele. In acest proiect au fost investiti 50.000 euro, iar o campanie derulata pe noile suporturi implica un buget de la 6.000 de euro/luna, mesajul urmand sa ajunga la aproximativ 100.000 turisti.



Slide 1

### Campanie de publicitate indoor pe litoral in hoteluri de 2, 3 si 4 stele

Banii au fost alocati in primul rand pentru achizitia suporturilor publicitare, apoi pentru costurile de implementare, chiriile locatiilor, mentenanta si resursele umane.

"Prin acest proiect, care face parte dintr-un plan mult mai amplu de extindere a business-ului Invent Media, am urmarit sa oferim servicii de publicitate indoor in hotelurile de pe litoral din statiunile Mamaia si Neptun. Intentia noastra a fost sa fim prezenti in cele mai vizitate doua statiuni de pe litoral si sa punem la dispozitia advertiserilor backlit-uri noi, generoase ca dimensiuni", a declarat, pentru Wall-Street, **Eduard Petrescu (foto)**, managing partner Invent Media.

Prin acest proiect, care se va desfasura in perioada 1 iunie - 15 septembrie 2009, Invent Media planuieste sa atraga campanii ale companiilor ce fac parte din sectoare de activitate precum FMCG, domeniul bancar, comunicatii.

Hotelurile in care vor fi prezente casetele luminoase sunt printre cele mai mari si sunt de 2, 3 si 4 stele, iar foarte multe dintre ele au 250-300 de camere. "Am optat pentru hotelurile foarte mari pentru a avea un raport cat mai bun intre costul campaniei si numarul de turisti care sunt expusi campaniilor indoor", spune Petrescu.

Sunt asteptati aproximativ 100 000 de turisti pe luna – ceea ce duce la un numar destul de mare de vizionari ale reclamelor in cadrul suporturilor oferite de Invent Media si, in consecinta, la un impact insemnat al campaniilor desfasurate in aceasta vara pe litoralul romanesc, considera managing partner-ul agentiei de publicitate indoor.

Totodata, se urmareste extinderea campaniei si pe urmatorii ani, 2009 fiind primul an in care Invent Media ofera pe piata de publicitate indoor acest produs. In continuare, agentia tinteste si alte segmente. In plus, in masura in care vor exista solicitari si pentru alte statiuni, compania va analiza oportunitatea implementarii si in alte statiuni de pe litoral, in afara celor in care se desfasoara deja campania actuala.

**Invent Media: 200.000 euro din publicitate indoor in 2008**

Invent Media a inregistrat, anul trecut, afaceri de 200.000 euro din sectorul de publicitate indoor, potrivit lui Eduard Petrescu, desi compania a avut si multe activitati derulate pe partea de advertising.

"In 2009 ne-am propus o crestere de 20%, chiar daca piata publicitatii in ansamblu inregistreaza o scadere. In publicitatea indoor exista inca loc pentru crestere, atat cantitativa, cat si calitativa", sustine el.

In ceea ce priveste profitul obtinut de Invent Media anul trecut, Petrescu nu poate spune decat ca, practic, s-a reinvestit tot ce s-a obtinut ca si venituri in suporturi noi, in extinderea retelei.

"Anul 2009 inseamna tot un an in care investim, drept urmare din 2010, cand se vor optimiza si cheltuielile, vom tinti profitul."

Criza economica actuala afecteaza afacerile companiei in sensul ca plata facturilor de catre beneficiari este intarziata, dar si pentru ca a aparut un nou trend - reorientarea catre alte segmente din economie care nu sunt atat de mult afectate de climatul actual.

"Ca urmare, o prima masura pe care am luat-o pentru a trece peste aceasta perioada face referire la optimizarea costurilor. Apoi, dificultatea companiilor de a plati la timp serviciile furnizate presupune din partea noastra atragerea mai multor clienti astfel incat firma sa nu aiba de suferit din cauza lipsei de cash flow. O alta masura o constituie extinderea catre segmente unde exista cerere ferma, locatii bune solicitate de clienti.

**"Piata de publicitate indoor locala este inca in formare"**

Piata de publicitate indoor romaneasca este inca in formare, considera seful companiei Invent Media. Trei - patru ani inseamna si mult si putin, in opinia sa.

"Pe de o parte, daca ne uitam la piata publicitatii outdoor care, in cei 17-18 ani de existenta, nu a ajuns inca sa fie o piata reglementata, e dificil sa ai asteptari ca in indoor sa se intample totul peste noapte", spune acesta.

Totusi, s-au realizat multe in cei trei - patru ani de existenta de indoor romanesc, iar asta datorita boom-ului imobiliar care a avut un cuvant de spus in dezvoltarea pietei de profil, crede Eduard Petrescu. "Se putea si mai mult daca advertiserii mizau mai mult pe acest canal de comunicare eficient, flexibil, targetat."

Conform estimarilor sale, piata de publicitate indoor romaneasca s-a ridicat, anul trecut, la aproximativ 6,5 milioane euro. Insa nu poti face o aproximare exacta, continua el, deoarece in indoor intra si activitati de BTL, derulate de multe ori de companii care nu au ca obiect de activitate acest sector de publicitate.

In mod normal, in 2009 am putea vorbi de o crestere de 10-20% a pietei de publicitate indoor din Romania, atat din punct de vedere al bugetelor alocate, cat si din punctul de vedere al extinderii retelelor, a declarat Petrescu.

"Piata este inca tanara, iar loc de crestere exista. Intr-adevar, putem vorbi de diminuarea bugetelor de comunicare pentru foarte multi dintre clientii care derulau campanii indoor anii trecuti, dar putem vorbi si despre clienti noi pentru indoor, companii multinationale care nu au comunicat pana acum in acest mediu", explica el.

In prezent, ca si schimbari in acest segment, se observa o atentie mai mare la achizitia de locatii noi, discounturi mai mari catre clienti, suporturi publicitare mai bune – servicii mai bune: "Are si criza partea ei buna, raman pe piata doar companiile care ofera calitate la pretul corect, cu abordare si ofertare flexibile."

Potrivit managing partner-ului Invent Media, in acest an, majoritatea companiilor se vor focusa pe impulsionearea vanzarilor si mai putin pe obtinerea de awareness.

Invent Media este unul dintre principalii jucatori de pe piata publicitatii indoor din Romania, operand impreuna cu partenerii sai o retea de lifturi si spatii indoor la nivel national si oferind trei tipuri de pachete de servicii: Home, Office si Mall.

Agentia a derulat campanii cu succes pentru clienti precum Romtelecom, Bosch, Allianz, Class, Millennium Bank, Skol, Romcar Motors, KFC, Jeep, Toshiba, BRD, Hyundai Motor, Mega Image, Leumi Bank, DHL, Subaru, GlaxoSmithKline, Pizza Hut, La Fantana, Interauto, Mit Motors, Marshal Turism, Loyalia si detine, potrivit lui Eduard Petrescu, o cota de piata de 30%. In 2009, Invent Media a atras clienti din FMCG.

In prezent, compania are 10 angajati permanenti si inca 3-4 colaboratori externi. In 2009, s-au alaturat inca 2 persoane echipei Invent Media.