

TIEDOTE

2.2.2018

Messujen suosio kasvussa

Messumedia ensimmäistä kertaa mukana mediamainonnan määrän mittauksessa

Messumedia oli vuonna 2017 ensimmäistä kertaa mukana Kantar TNS:n tekemässä mediamainonnan määrää mittaavassa ns. pienessä mainoskakussa. Globaali trendi, jonka mukaan tapahtumien ja henkilökohtaisten kohtaamisten merkitys markkinoinnissa kasvaa, näkyy myös tässä tutkimuksessa. Messumedian siivu mainoskakusta oli 4 %. Messuihin käytettyjen eurojen määrä kasvoi edellisvuodesta noin viisi prosenttia.

Tutkimuksessa mitattiin mainostilaan käytettävää rahamäärää, mikä messumedian kohdalla tarkoittaa lähinnä näyttelyosastojen ja muiden promootiotilojen paikanvuokria. Näihin mainostajat investoivat viime vuonna 45 miljoonaa euroa.

Vahvasti kasvavia medioita olivat ulkomainonta, radio, elokuva- sekä verkkomainonta. Painettuun mediaan ja televisioon mainostajat sen sijaan sijoittivat viime vuonna entistä vähemmän euroja.

Kaikkiaan Suomessa panostettiin mediamainontaan viime vuonna 1 217 miljoonaa euroa. Summa oli sama kuin vuotta aikaisemmin.

Tiedot perustuvat Kantar TNS Oy:n kuukausittaiseen mediaseurantaan sekä vuosittaiseen erillistutkimukseen, jossa yhteistyökumppaneina ovat media-alan liitot.

Messumediasta tutkimukseen osallistuivat kaikki Messu- ja tapahtumajärjestäjät ry:n jäsenyritykset eli 11 Suomessa ammattimaisesti toimivaa messujärjestäjää.

Lisätietoja: Messu- ja tapahtumajärjestäjät ry, toiminnanjohtaja Reija Könönen, puh. 050 560 4614, reija.kononen@messukeskus.com

Messu- ja tapahtumajärjestäjät ry kehittää messuja markkinointimediana ja edistää alan toimijoiden yhteistyötä. www.messutsuomessa.fi