

Franse supermarkt geeft voorkeur aan tv

10-05-2007 00:00

De mediabestedingen van Franse supermarktketens groeiden in het eerste kwartaal van 2007 tot 412 miljoen euro. Dat is een groei van 15,4 procent in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder.

Vooraf televisie profiteert, omdat winkelketens sinds 1 januari mogen adverteren op tv. Ook de radio groeide in populariteit, terwijl de tijdschriften minder reclamegeld van de supermarkten ontvingen. In april daalde het aantal advertentiepagina's met ruim acht procent. Het grootste verlies was voor de tv-gidsen, waar supermarktketens voor het reclameverbod de voorkeur aan gaven. Deskundigen verwachten echter dat de interesse in tijdschriften na de zomer weer aantrekt.