

## Mediabestedingen Valentijn: meest uitgegeven door bloemenbranche

**Wormerveer, 24 februari 2022 - Dit jaar is er door Nederlandse bedrijven binnen de bloemen en planten sector het meest uitgegeven aan advertenties voor Valentijnsdag. Uit onderzoek naar de bruto mediabestedingen rondom Valentijn blijkt deze branche het meest te hebben uitgegeven aan offline advertenties: ruim 830 duizend euro. In totaal werd er bijna 3,4 miljoen euro uitgegeven aan offline advertenties voor Valentijn dit jaar, blijkt uit onderzoek van monitoring bedrijf Adfact.**

Online bloemenverkoper Fleurop heeft binnen de sector bruto het meest uitgegeven aan offline advertenties rondom 14 februari: ruim 452 duizend euro. Toch is de grootste besteder een juwelier: Lucardi gaf dit jaar 600 duizend euro uit. Uit verdere data over deze bruto mediabestedingen ziet Adfact naast de bloemensector op 1, de volgende 'top 5': juweliers op een tweede plek (met bijna 600 duizend euro), parfumerie op drie met bijna 370 duizend euro, cadeaubonnen op vier (335 duizend euro) en thuislevering ruim 280 duizend euro.

### Top 10 merken mediabestedingen Valentijn 2022

	<b>Merk</b>	<b>Branche</b>	<b>Totale Bruto Mediabestedingen radio, tv, (dag)bladen</b>
<b>1.</b>	Lucardi	Juwelier	€ 597.892
<b>2.</b>	Fleurop	Bloemen & planten	€ 452.639
<b>3.</b>	Topbloemen.nl	Bloemen & planten	€ 378.076
<b>4.</b>	Blad cadeau	Cadeaubon	€ 335.330
<b>5.</b>	New York Pizza	Thuislevering	€ 281.187
<b>6.</b>	Douglas	Parfumerie	€ 226.224
<b>7.</b>	Greetz.nl	Wenskaarten	€ 178.365
<b>8.</b>	Koffievoordeel.nl	Koffiewinkel	€ 154.497
<b>9.</b>	Ici Paris XL	Parfumerie	€ 141.838
<b>10.</b>	Lossebladen.nl	Boekwinkel	€ 106.648

Voor dit onderzoek heeft Adfact gekeken naar de bruto mediabestedingen op radio, tv en in (dag)bladen rondom Valentijnsdag, 14 februari 2022.

#### Over Adfact

Adfact monitort, rapporteert en analyseert reclame uitingen: op dagelijkse basis alle massamedia binnen 'above the line' (ATL) campagnes in Nederland. Adfact slaat alle televisie- en bioscoop commercials, radiospotjes, dagblad- en tijdschrift advertenties, buitenreclame-, online display- en video uitingen op. Daarnaast verrijkt het bedrijf deze opgeslagen uitingen met informatie over o.a. merk, concern, branche, productlijn, mediawaarde, mediabureau, heading en verschijningsdatum. Daarbovenop kunnen aan reclame-uitingen branchespecifieke kenmerken worden toegevoegd. Tevens is Adfact samen met RTV Monitor, TRCKtrace en SoundAware onderdeel van SoundAware Group.