

DRUGI KRUG PREDSEDNIČKI IZBORA - 20.05.2012.



Podaci o TV oglasnim kampanjama,
plaćenim terminima i predstavljanjima kandidata

Medija centar Beograd, 20. maj 2012.

Darko Bročić, AGB Nielsen Media Research

nielsen

• • • • • • • •

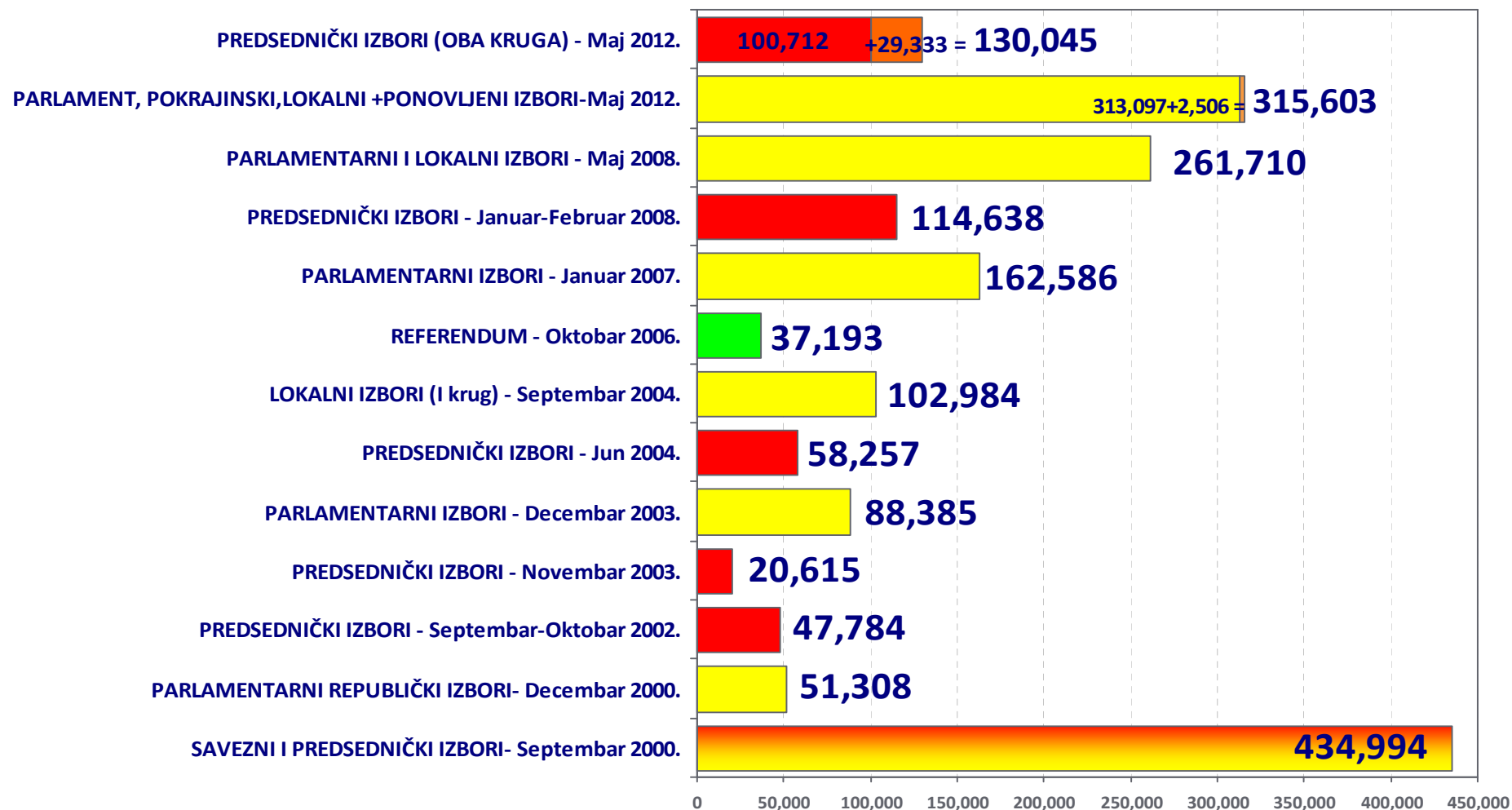
METODOLOŠKE NAPOMENE

- Evidencija o svim emitovanim reklamnim TV spotovima i zakupljenim terminima vodjena je na ukupno 26 TV stanica, a spotovi ili zakupljeni termini vezani za predsedničke izbore zabeleženi su na ukupno 7 TV stanica i to: RTS 1, PINK, PRVA, B-92, AVALA, HAPPY, i B-92 Info. Deo spotova emitovanih na lokalnim i kablovskim TV kanalima koji nisu bili u sistemu monitoringa nije obuhvaćen ovim izveštajem.
- Podaci o TV spotovima koji su se posredno odnosili na izbore (na primer spotovi Fonda za političku izuzetnost – ‘Izaberi sam’ i sl.) nisu prikazani u ovom izveštaju.
- Zakupljenih termina kandidata bilo je na ukupno 4 komercijalne TV stanice sa nacionalnim pokrivanjem (Pink, Prva, B-92 i Avala). Podsećanja radi, zakup termina na nacionalnom i pokrajinskom javnom servisu nije bio dozvoljen.
- Podaci o gledanosti TV spotova koji se nalaze u izveštaju (broj ostvarenih EQ GRP-a) dobijeni su svakodnevnim elektronskim merenjem gledanosti TV programa uz pomoć piplmetara i, ovom prilikom, odnose se samo na populaciju Srbije bez Kosova koja ima pravo glasa (populaciju staru 18 i više godina).
- Izvor svih podataka: AGB Nielsen Media Research

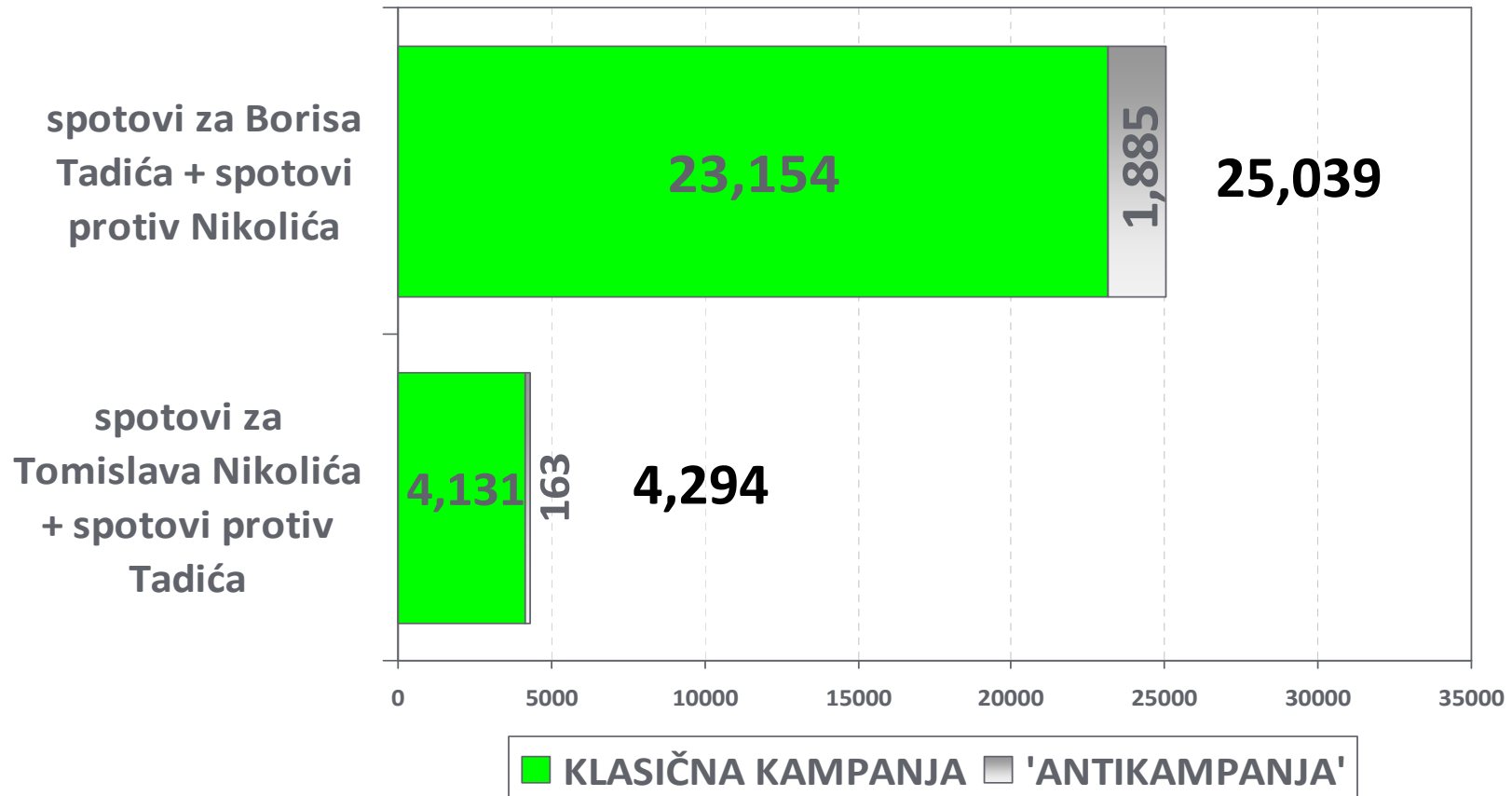
TV SPOTOVI



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PRILIKOM RANIJIH IZBORA



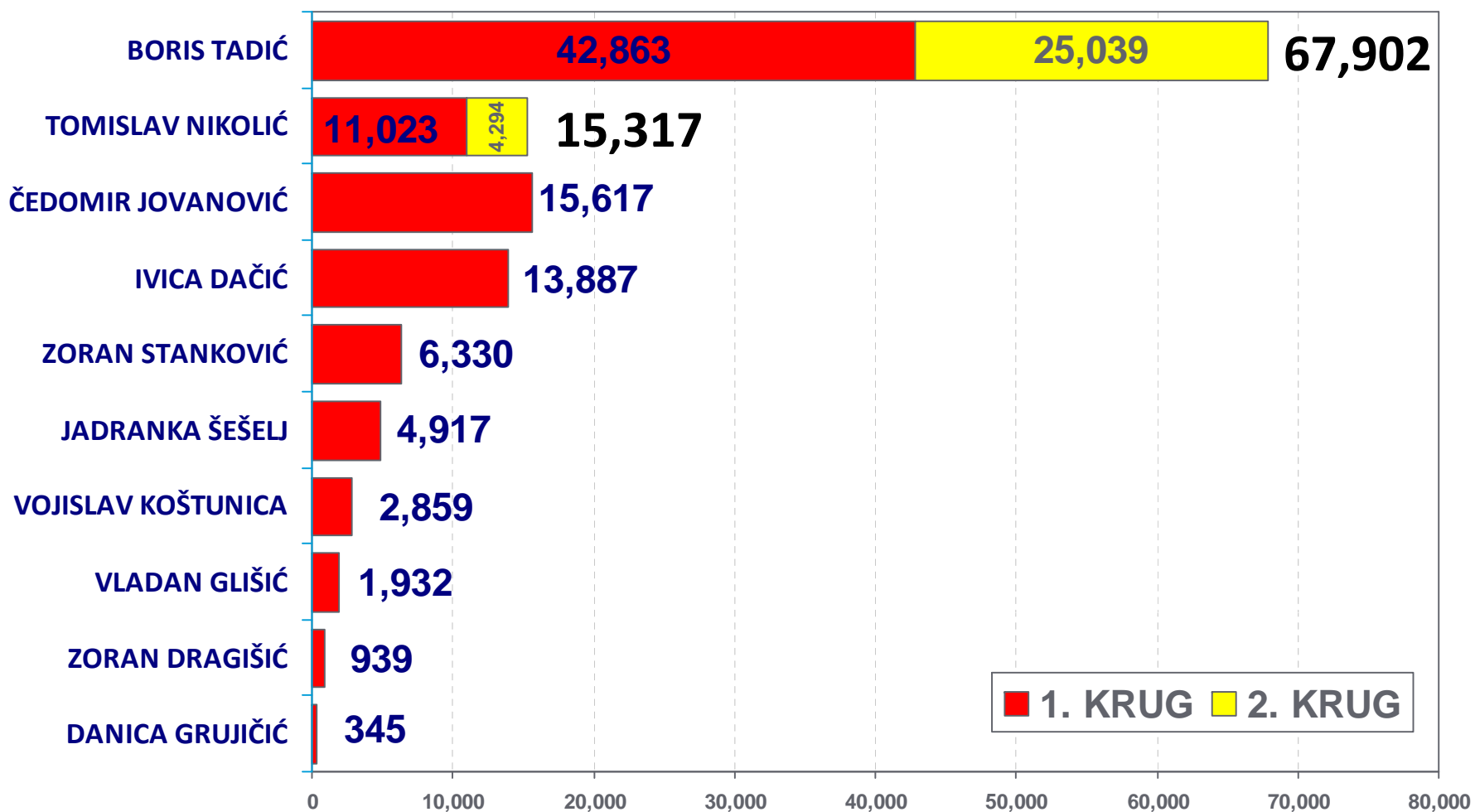
PRESEDNIČKI IZBORI - UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI IZMEDJU DVA KRUGA IZBORA - KLASIČNE + 'ANTI-KAMPANJE'*



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI – 29,333

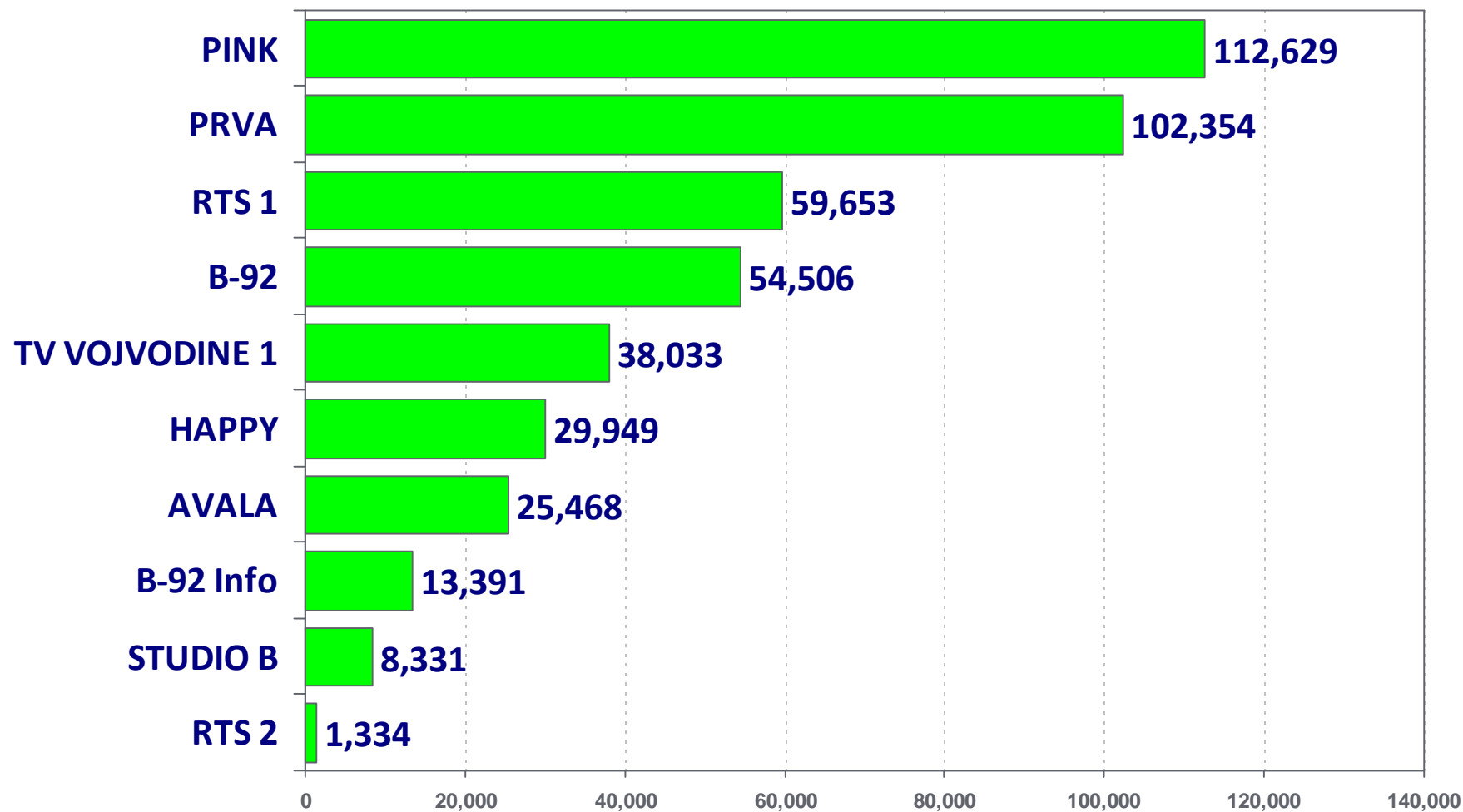
PRESEDNIČKI IZBORI (OBA KRUGA)

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO KANDIDATIMA



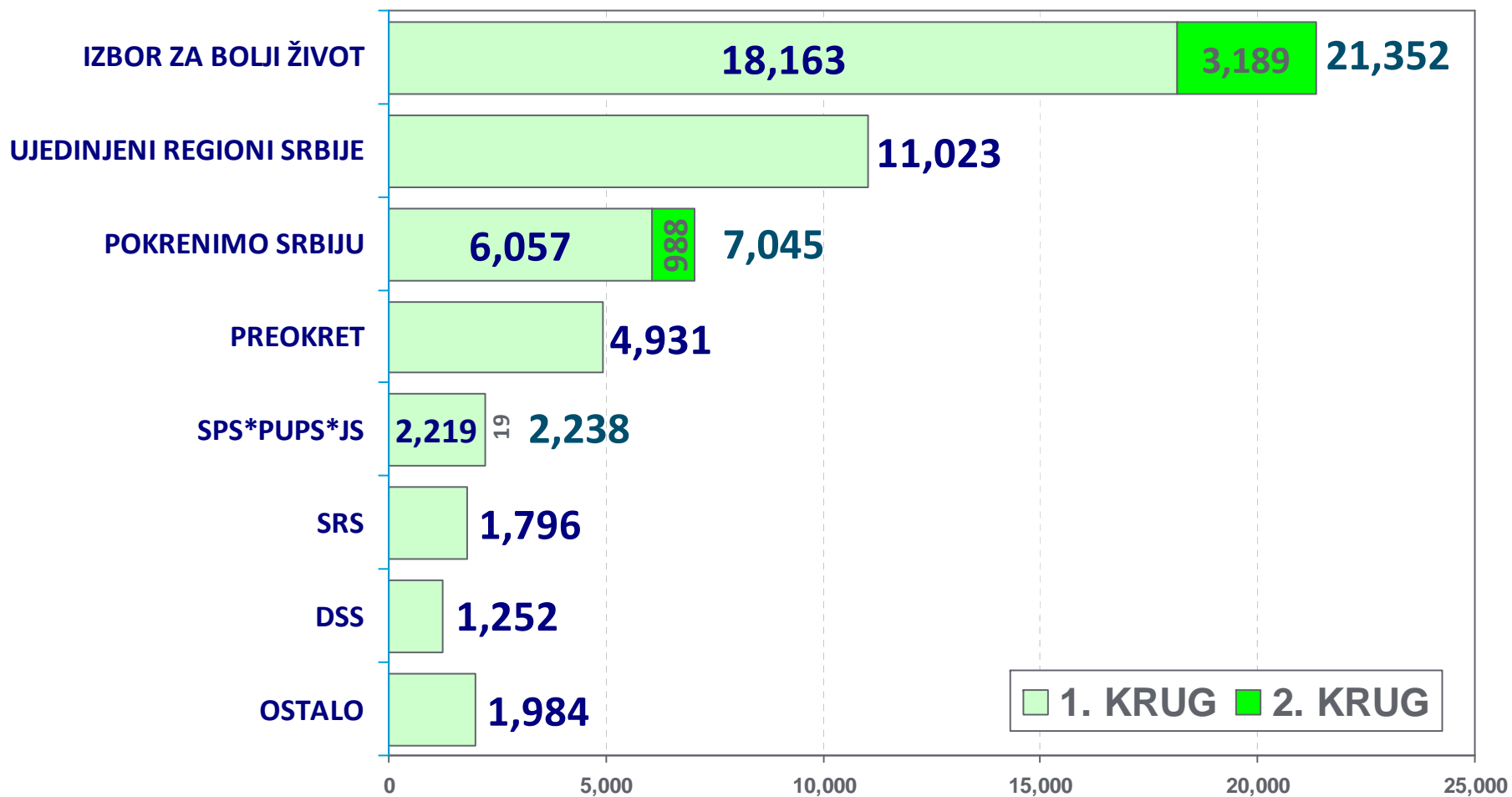
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI ZA PRESEDNIČKE IZBORE – 130,045

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO TV STANICAMA SVI IZBORI ZAJEDNO (OBA KRUGA)



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI – 445,648

UKUPAN BROJ OSTVARENIH EQ GRP-a (POPULACIJA 18+) SVI IZBORI ZAJEDNO (OBA KRUGA)

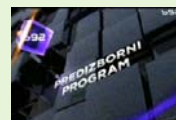


UKUPAN BROJ OSTVARENIH EQ GRP-a (18+) – 51,621

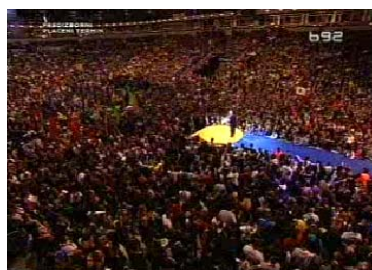
ZAKUPLJENI TERMINI

UKUPNA DUŽINA EMITOVANIH ZAKUPLJENIH TERMINA IZMEDJU DVA KRUGA PREDSEDNIČKIH IZBORA: 10,681 sekunda ili 2 sata, 57 minuta i 1 sekund

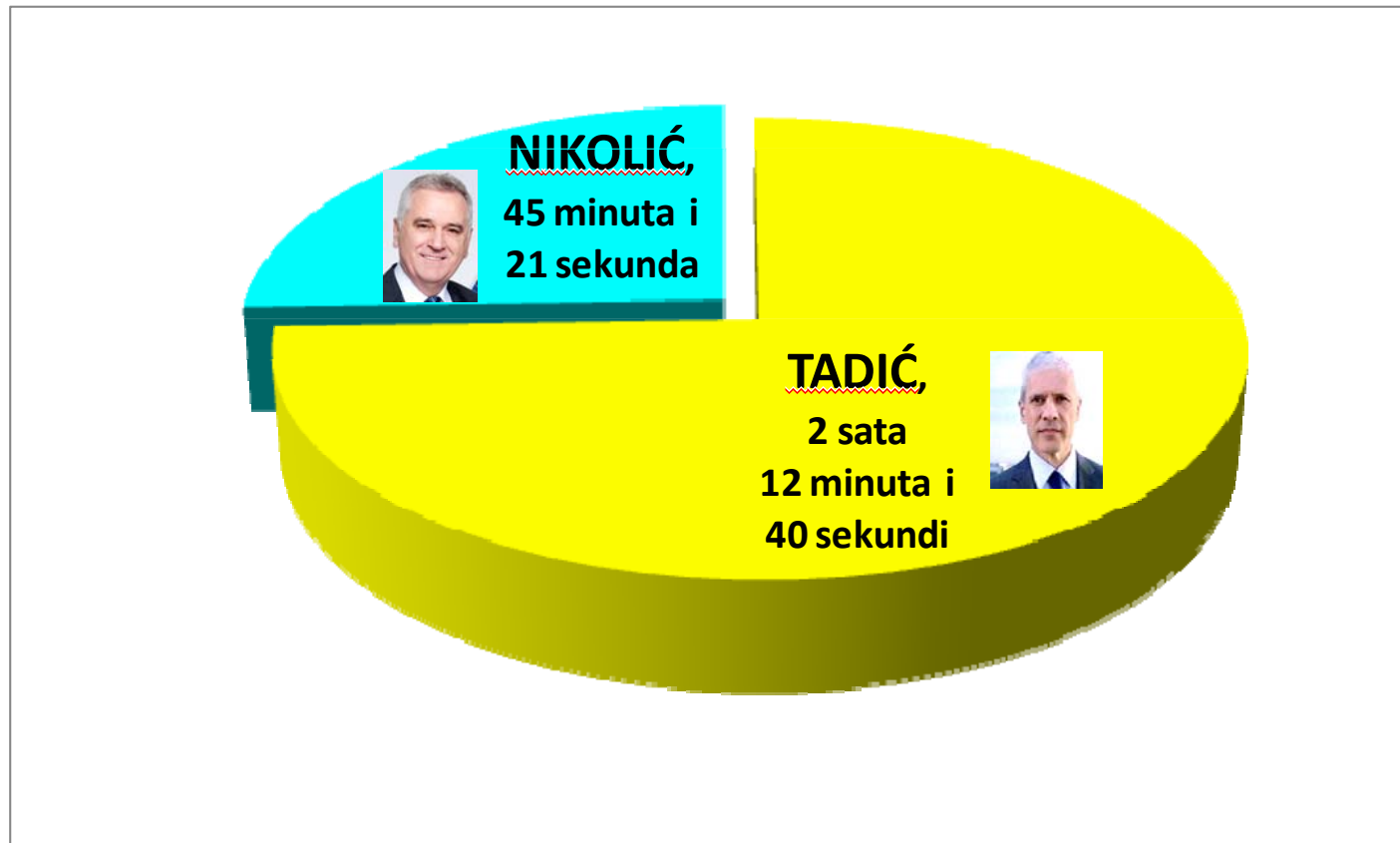
ZAKUP TERMINA BIO JE MOGUĆ SAMO NA KOMERCIJALNIM TV STANICAMA I BIO JE VREMENSKI LIMITIRAN



ZAKUPLJENI TERMINI ZA KANDIDATA BORISA TADIĆA EVIDENTIRANI SU NA SLEDEĆEM TV STANICAMA: PINK, PRVA, AVALA I B-92, DOK SU ZAKUPLJENI TERMINI ZA KANDIDATA TOMISLAVA NIKOLIĆA EVIDENTIRANI SAMO NA PINKU.

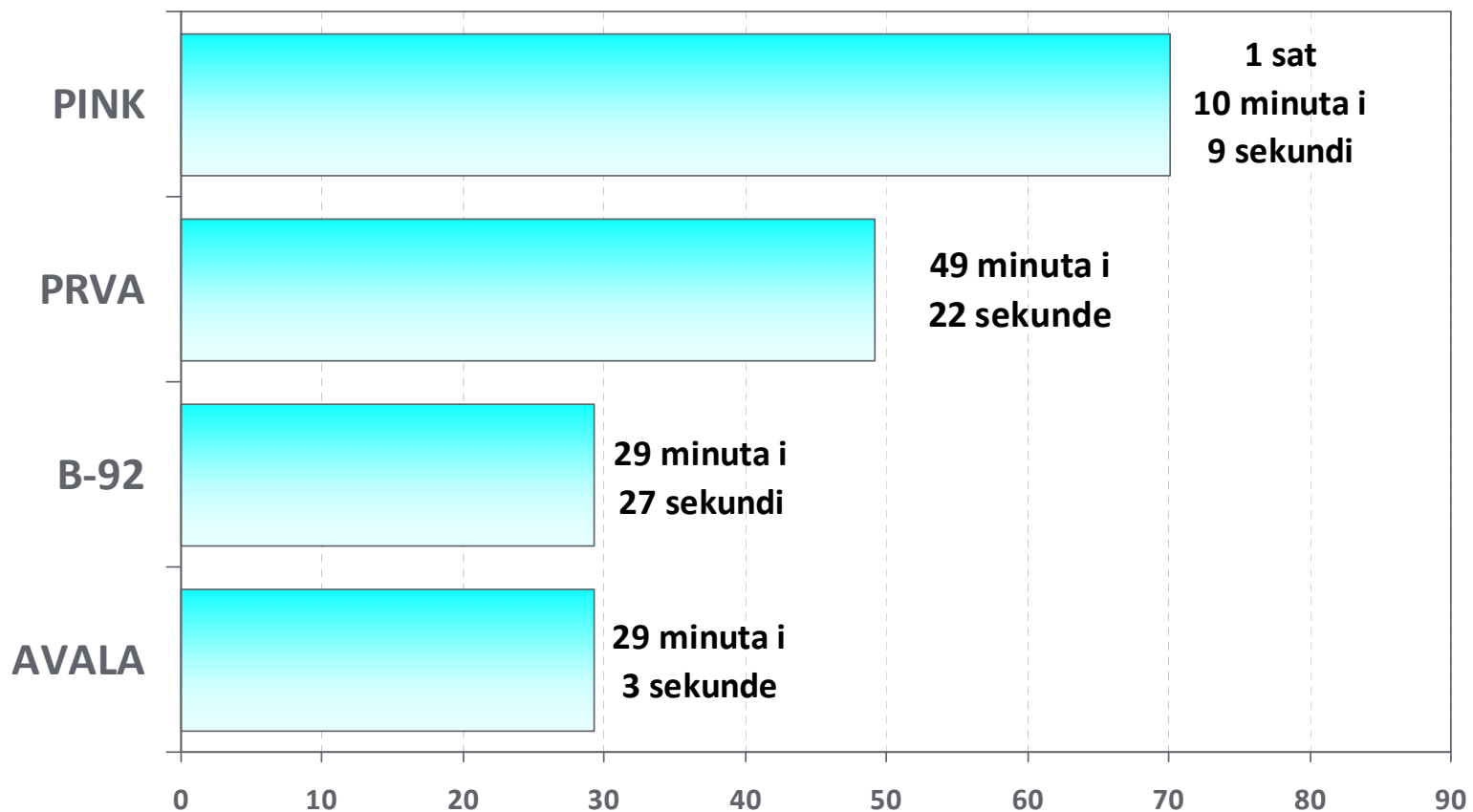


PRESEDNIČKI IZBORI - DUŽINA EMITOVANJA ZAKUPLJENIH TERMINA IZMEDJU DVA KRUGA IZBORA- PO KANDIDATIMA



**UKUPNA DUŽINA EMITOVANIH ZAKUPLJENIH TERMINA: 10,681 sekundi
ili 2 sata, 57 minuta i 1 sekund**

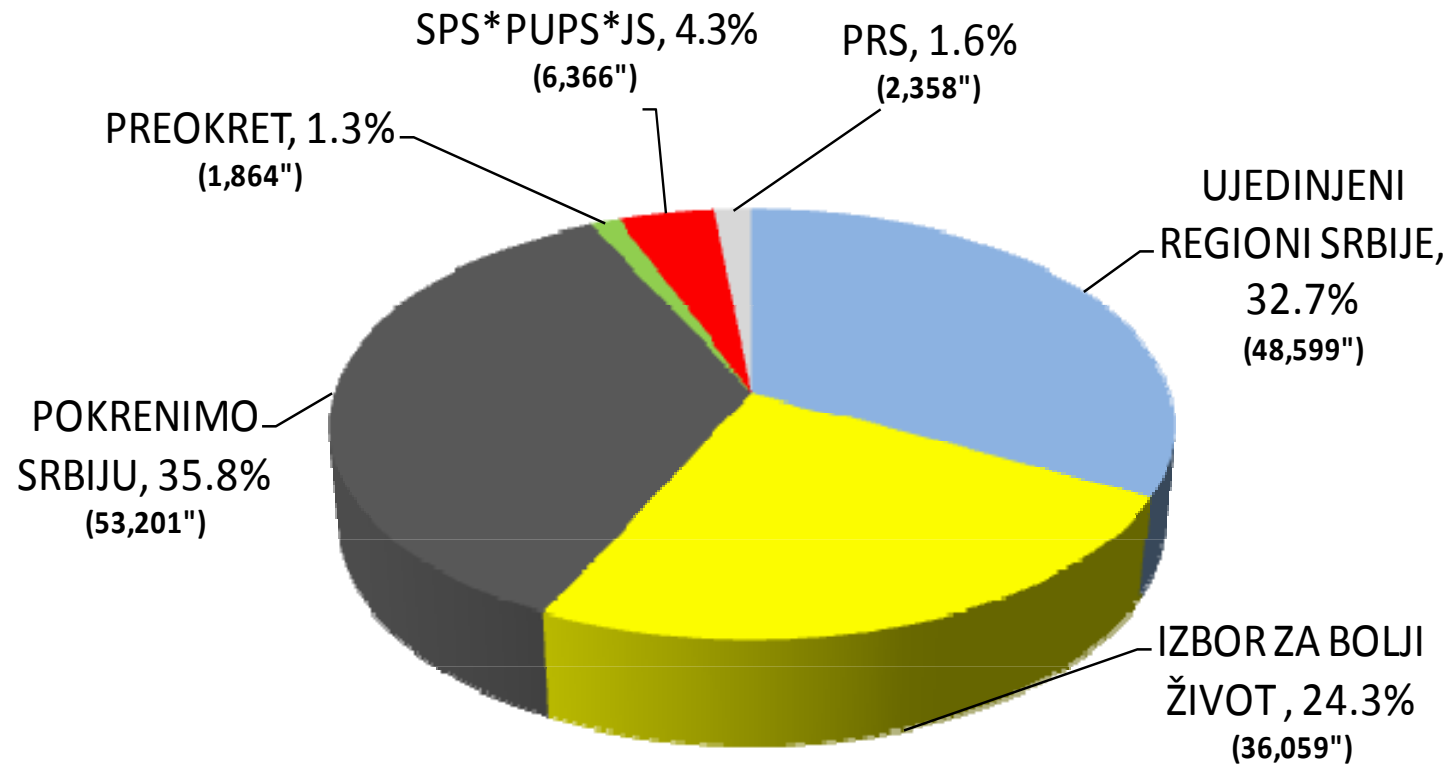
PRESEDNIČKI IZBORI - ZAKUPLJENI TERMINI IZMEDJU DVA KRUGA IZBORA DUŽINA EMITOVANJA PO TV STANICAMA



**UKUPNA DUŽINA EMITOVANIH ZAKUPLJENIH TERMINA: 10,681 sekundi
ili 2 sata, 57 minuta i 1 sekund**

ZAKUPLJENI TERMINI

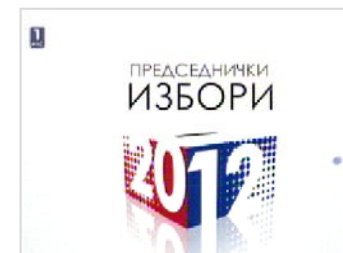
UKUPNA DUŽINA EMITOVANJA, SVI IZBORI ZAJEDNO (OBA KRUGA)



**UKUPNA DUŽINA EMITOVANIH ZAKUPLJENIH TERMINA: 148,447 sekundi
ili 1 dan, 17 sati, 13 minuta i 7 sekundi**

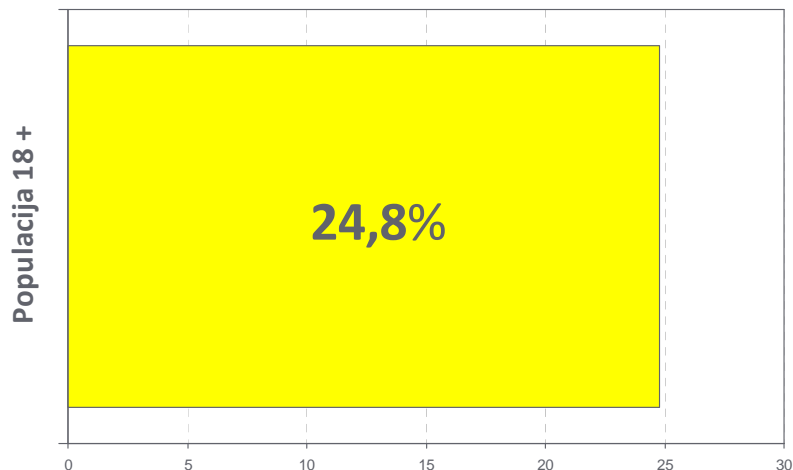
TV DUEL – “REČ NA REČ” – RAZGOVOR KANDIDATA ZA PREDSEDNIKA SRBIJE

(RTS 1, 16.05.2012, 20:10–21:37)



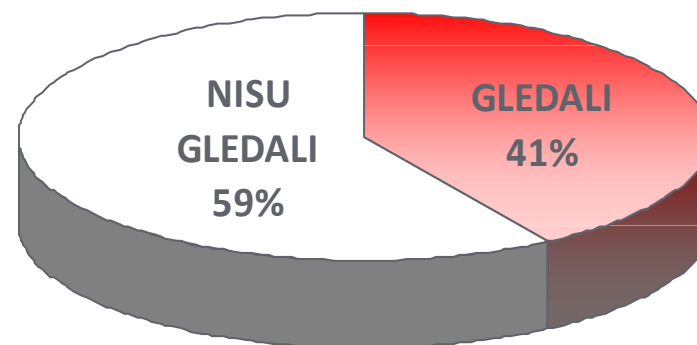
PODACI O GLEDANOSTI TV DUELA (POPULACIJA 18+)

PROSEČNA GLEDANOST DUELA (AMR%)



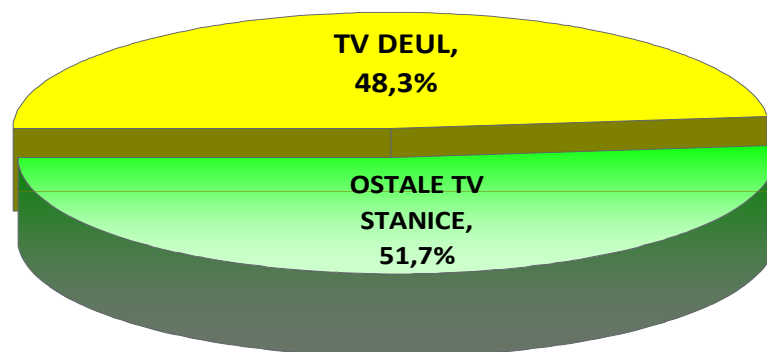
UKUPNA GLEDANOST DUELA (RCH%)

(Svi koji su gledali bar 1 minut, populacija 18+)

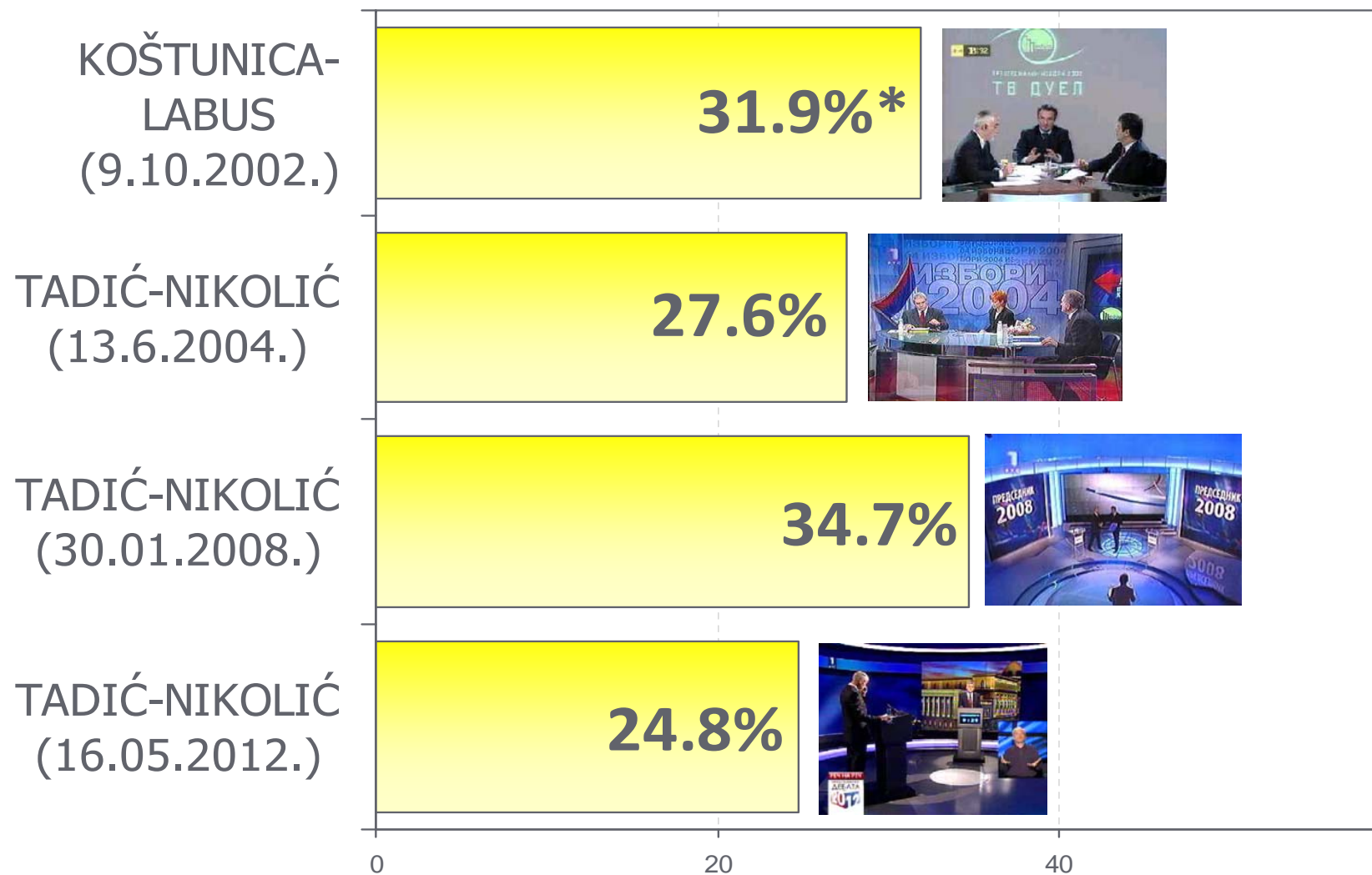


UDEO U UKUPNOJ GLEDANOST (SHR%)

(U odnosu na one koji su gledali televiziju u vreme emitovanja, populacija 18+)



UPOREDNI PODACI O GLEDANOSTI TV DUELA (POPULACIJA 18+)



* Elektronsko merenje gledanosti radjeno je u tom trenutku za 61% populacije Srbije bez Kosova

GLEĐANOST RAZGOVORA SA KANDIDATIMA NA JAVNOM SERVISU SRBIJE ("REČ NA REČ", RTS 1, 13. i 14. MAJ 2012.)

RAZGOVOR SA TOMISLAVOM NIKOLIĆEM (RTS 1, nedelja 13.05.2012, 20:11-21:18)
PROSEČNA GLEĐANOST: 17,9%, UKUPAN BROJ GLEĐALACA: 2,013,041 *

(* Podaci se odnose na punoletnu populaciju - 18+)



RAZGOVOR SA BORISOM TADIĆEM (RTS 1, ponedeljak 14.05.2012, 20:11-21:17)
PROSEČNA GLEĐANOST: 13,4%, UKUPAN BROJ GLEĐALACA: 1,776,063 *

(* Podaci se odnose na punoletnu populaciju - 18+)



GLEĐANOST GOSTOVANJA KANDIDATA U NEKIM EMISIJAMA NA KOMERCIJALNIM TV STANICAMA



“INFORMATIVNO VEČE SA IVANOM IVANOVIĆEM”

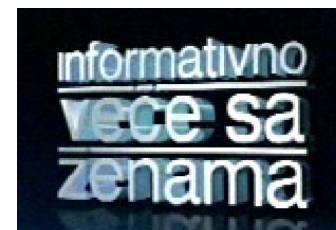
gost: TOMISLAV NIKOLIĆ (PRVA, petak, 11.05.2012, 22:31-23:24)

PROSEČNA GLEĐANOST: 12,6%, UKUPAN BROJ GLEĐALACA: 1,189,110 *

(* Podaci se odnose na punoletnu populaciju - 18+)



GLEĐANOST GOSTOVANJA KANDIDATA U NEKIM EMISIJAMA NA KOMERCIJALNIM TV STANICAMA



“INFORMATIVNO VEČE SA ŽENAMA”

gost: **BORIS TADIĆ** (PRVA, subota, 12.05.2012, 22:15-23:07)

PROSEČNA GLEĐANOST: 7,5%, UKUPAN BROJ GLEĐALACA: 1,018,387 *

(* Podaci se odnose na punoletnu populaciju - 18+)



GLEĐANOST GOSTOVANJA KANDIDATA U NEKIM EMISIJAMA NA KOMERCIJALNIM TV STANICAMA



“ĆIRILICA”, gost: TOMISLAV NIKOLIĆ

(HAPPY, ponedjeljak, 14.05.2012, 20:05-22:00)

PROSEČNA GLEĐANOST: 4,1%, UKUPAN BROJ GLEĐALACA: 933,387 *

(* Podaci se odnose na punoletnu populaciju - 18+)



Preduzeće za istraživanje auditorijuma

'AGB Nielsen Media Research' d.o.o.

Adresa: Gavрила Principa 8, 11000 Beograd, Srbija

Tel: +381.11.3284.510, **Fax:** +381.11.3288.205

Web site: www.agbnielsen.net

Kontakti:

Darko Bročić, Managing Director (darko.brocic@nielsen.com)

Slobodan Djokić, Marketing Manager (slobodan.djokic@nielsen.com)

Predrag Lozović, Production Manager (predrag.lozovic@nielsen.com)

Ivan Jovanović, Online (ivan.jovanovic@nielsen.com)