



15 LOKALNIH TV STANICA

92 GRADA I OPŠTINE

3.706.028 STANOVNIKA



**Ipsos Connect**

The Media and Brand Expression Research Specialists

# Uvodne napomene

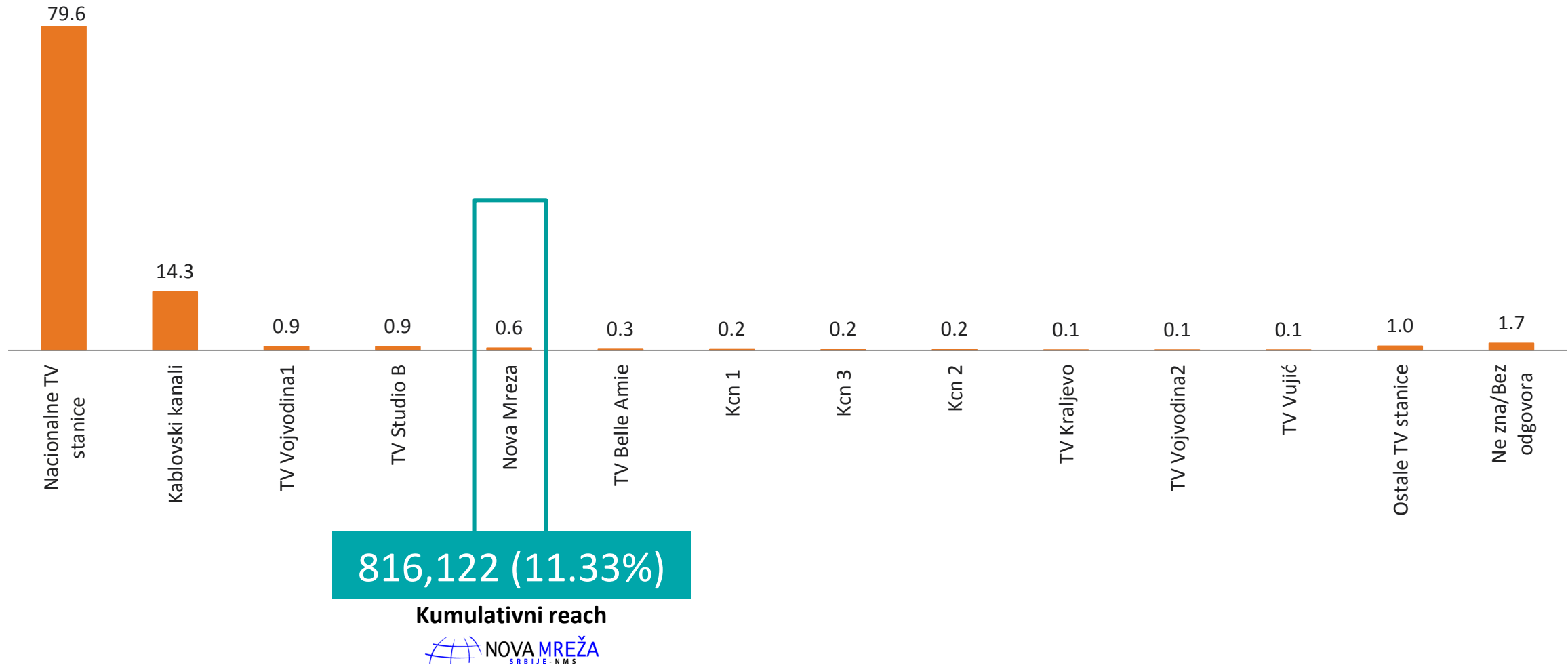
- Počev od marta meseca 2016. godine, je u sklopu svog dugogodišnjeg, kontinuiranog projekta merenja medijskog auditorijuma na području Republike Srbije (MediaPuls), Ipsos Strategic Marketing započeo i merenje medijskog auditorijuma lokalnih TV stanica idruženih u Novu Mrežu Srbije.
- Merenje medijskog auditorijuma (dnevne i periodične štampe, radija i interneta) se u kontinuitetu, već više od jedne decenije na teritoriji Republike vrši standardizovanom CATI (Computer Assisted Telephone Interview) metodologijom po principu day-after-recall (prisećanje za prethodni dan).
- Na mesečnom, nacionalnom, reprezentativnom (višeetapni, stratifikovani) uzorku od 4.100 ispitanika, anketiraju se građani Srbije stariji od 12 godina analizira se njihova konzumacija četiri klase medija. Na bazi ovakvog istraživanja u kome na godišnjem nivou generiše uzorak od preko 50.000 ispitanika, a uz pomoć specifičnog softverskog, programskog rešenja, sve najvažnije medijske agencije u Srbiji, vodeći mediji u svim kategorijama kao i pojedini oglašivači, kontinuirano analiziraju medijsku scenu Srbije i donose strateške odluke kako o zakupu medijskog prostora tako i o unapređenju programskih sadržaja samih medija. Ove podatke koriste i zvanične državne agencije i institucije (REM) za potrebe analize pojedinih segmenata medijskog tržišta Srbije.

- Uključivanje segmenta merenja TV auditorijuma u ovaj kontinuirani projekat (MediaPuls) zasnovano je na istim, strogim metodološkim principima i karakteristikama koji su testirani i validirani i za sve ostale klase medija. Uvođenje Nove Mreže Srbije u proces istraživanja zahtevao je da se čitav istraživački pristup i softversko rešenje MedijaPuls programa u izvesnoj meri prilagodi praćenju specifičnosti TV auditorijuma, ali su suštinski pristupi merenja auditorijuma i u ovom slučaju u potpunosti ispoštovani.
- Bez obzira što 15 članica Nove Mreže Srbije pokriva negde oko 50% ukupne teritorije Republike i čiji se signal (oficijelno) distribuira na području 92 grada i opštine Republike, čime se praktično „pokriva“ oko polovine stanovništva države (3.706.028), istraživanje TV auditorijuma se sprovodi na području čitave Republike i beleže se podaci za sve registrovane lokalne, regionalne i nacionalne TV stanice koje imaju dozvolu za frekvenciju (registrovanu u REM-u). Na taj način, bez obzira na ekskluzivnog naručioca ovog dela istraživanja, merenje objektivno prati kompletnu TV medijску scenu u Srbiji i omogućava uvid u poziciju svih terestijalnih i kablovskih emitera u državi, čime se postiže maksimalna nepristrasnost i validnost prikupljenih podataka.
- Podaci koji su generisani u periodu merenja (mart-maj 2016. godine) pokazuju da udružene lokalne TV stanice Nove Mreže Srbije ostvaruju veoma značajnu vidljivost, kako na teritoriji čitave Republike, tako i na svom domicilnom geografskom prostoru.

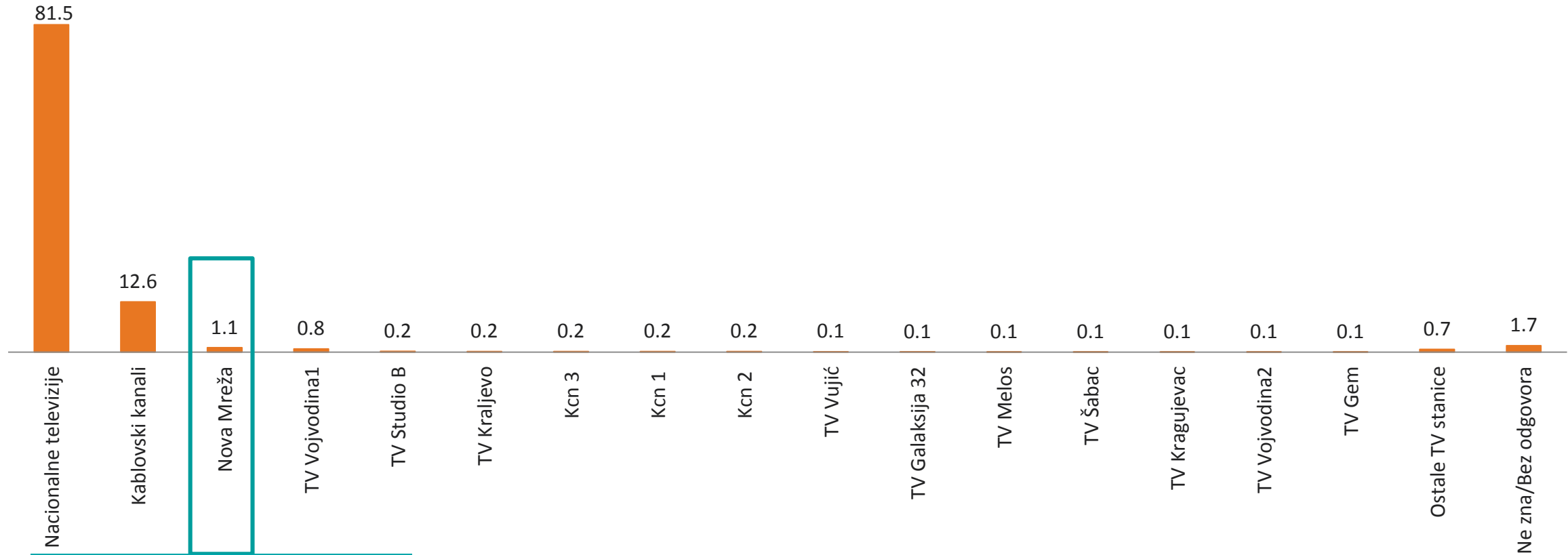
- Na području čitave teritorije Republike, Nova Mreža Srbije „dopire“ do preko 800.000 gledalaca, odnosno 11% ukupne populacije. Na drugoj strani, na svom geografskom području, koje čini oko 3.7 miliona stanovnika, Nova Mreža Srbije ima ukupan auditorijum od preko 700.000 gledalaca, što predstavlja blizu 20% ukupnog stanovništva na tom području, što je zaista veoma značajna „vidljivost“.
- Posmatrano kroz prizmu učesta u ukupnom auditorijumu po regionima, može se konstatovati da Nova Mreža Srbije ostvaruje grupno veoma značajan rezultat koji prevazilazi postignuće bilo koje kablovske ili druge TV stanice koja nije nacionalnog karaktera.
- Nova Mreža Srbije, predstavlja pravi model udruženih lokalnih TV stanica koje svojom programskom shemom i sadržajem „angažuje“ televizijski auditorijum upravo u onom periodu dana kada je gledanost nacionalnih TV kanala niska, i kada po prirodi svog životnog ritma, lokalno stanovništvo prati informacije i sadržaje od lokalnog interesa i značaja (između 16 i 20 časova). Upravo je i to prava šansa lokalnih TV stanica, a naročito Nove Mreže Srbije, kako u mejijskom, tako i u komercijalnom smislu. Ovaj vremenski prostor predstavlja optimalnu poziciju za još intenzivniji prodor u medijski auditorijum i šansa za plasman medijskog (oglasnog) vremena svim oglašivačima koji računaju na „kapilarno“ targetiranje svoje ciljne grupe.

- Nova Mreža Srbije je medijski organizam koji se razvija i raste. U ovom trenutku nekoliko članoca ove mreže predstavljaju zaista ozbiljne igrače na svom lokalnom, ali i čitavom regionallnom prostoru, što istraživački podaci sasvim nedvosmisleno i pokazuju. Samo primera radi TV Sremska svojim programom dopire do preko 32% stanovnika na svom emisionom području. Sličnom pozicijom se mogu „pohvaliti“ i TV Mag, TV Vranje, TV Valjevo+, kao i još nekoliko TV stanica, članica Nove Mreže Srbije.
- Vremenom, usklađivanjem programske sheme, jačanjem tehničkih kapaciteta i potencijala i stvaranjem sve kompleksnijih, zajedničkih programskih sadržaja, može se očekivati da će i ostale članice Nove Mreže Srbije, svaka u svom logalnom okruženju preuzimati vodeću poziciju u lokalnu, a kao udruženi medijski emiteri, postajati još značajniji „igrač“ na medijskom tržištu Srbije u celini.

# Udeo televizijskih stanica u ukupnom auditorijumu Republike Srbije



# Udeo televizijskih stanica, članica Nove Mreže u ukupnom auditorijumu regiona koje pokrivaju (3.706.028)

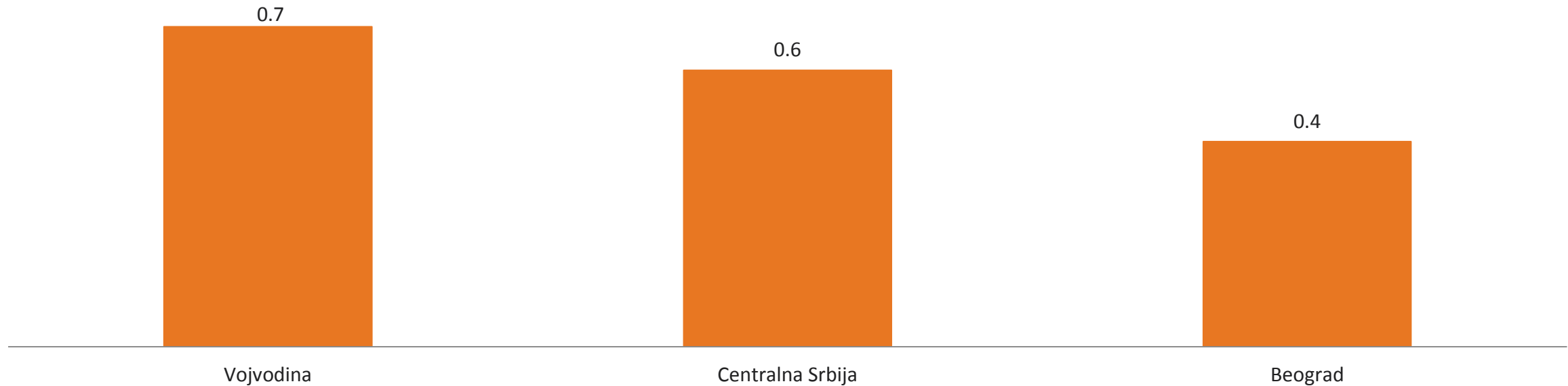


716,129 (19,32%)

Kumulativni reach



# Udeo Nove Mreže po regionima koje pokrivaju



K u m u l a t i v n i r e a c h



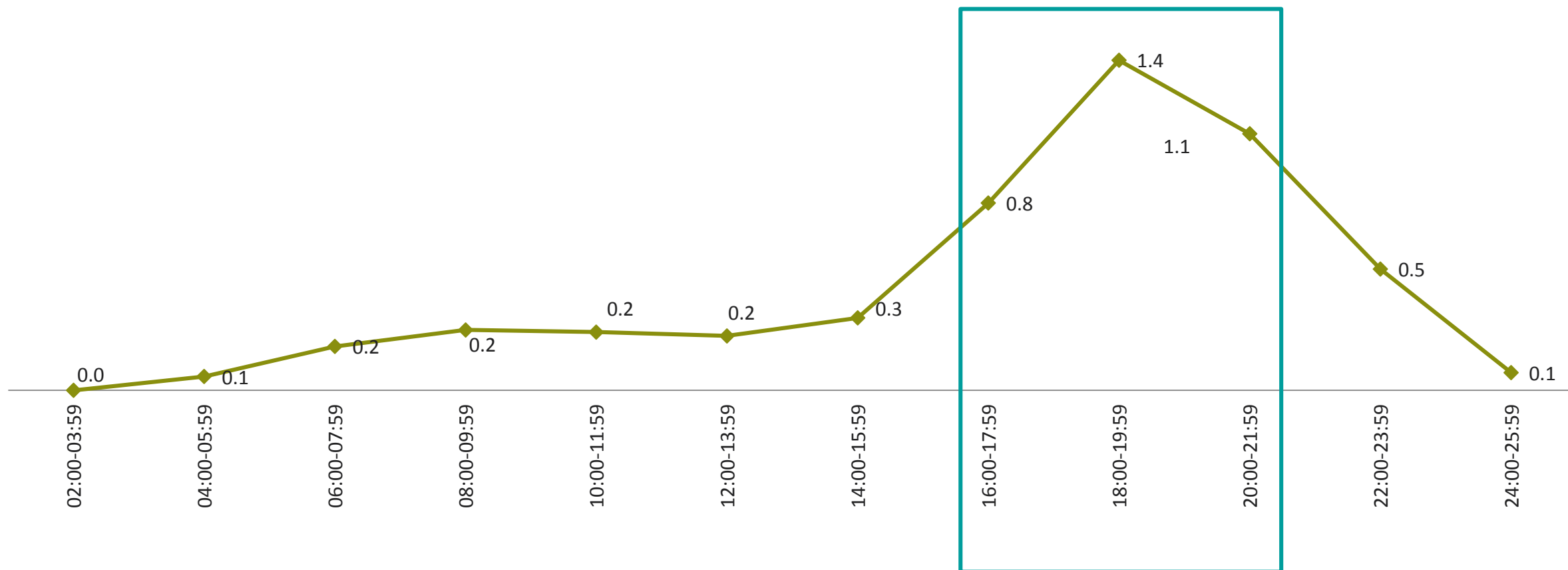
233,123

501,335

73,691



# Gledanost NMS po dvo-satnim intervalima



# Podaci o gledanosti po pojedinačnim TV stanicama



# Kumulativni doseg TV stanica svojim regionima

