

PREDSEDNIČKI IZBORI 2008. – II krug

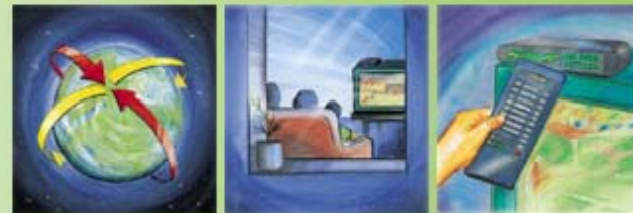
**Podaci o TV oglasnim kampanjama,
plaćenim terminima predsedničkih kandidata i
gledanosti preizbornih nastupa i TV duela**

Medija centar Beograd, 3. februar 2008.

Darko Bročić, AGB Nielsen Media Research



**AGB Nielsen
Media Research**



METODOLOŠKE NAPOMENE



- Evidencija o svim emitovanim reklamnim TV spotovima i plaćenim terminima pred II krug predsedničkih izbora vodjena je na ukupno 10 najvećih TV stanica u zemlji i to: RTS 1, RTS 2, TV PINK, TV B-92, FOX TV, TV AVALA, TV KOŠAVA, STUDIO B, TV VOJVODINE 1. program i TV Enter
- Reklamni spotovi nekog od predsedničkih kandidata, između dva kruga izbora, pojavili su se na ukupno 8 od 10 najvećih TV stanica. Reklamni spotovi Borisa Tadića emitovani su na 8 od ukupno 10 najvećih TV stanica (na svim navedenim osim na TV Avali i 1. programu Televizije Vojvodine). Reklamni spotovi Tomislava Nikolića emitovani su na ukupno 7 od 10 stanica koje su praćene (spotova ovog kandidata nije bilo na TV Avali, Studiju B i 1. programu Televizije Vojvodine).
- Plaćenih termina oba kandidata bilo je na svim televizijama gde je to bilo dozvoljeno (na ukupno 7 od 10 najvećih TV stanica: PINK, B-92, TV AVALA, FOX TV, STUDIO B, KOŠAVA i TV Enter). Podsećanja radi, iznajmljivanje termina na nacionalnom i pokrajinskom javnom servisu (RTS i Televizija Vojvodine) nije bilo dozvoljeno.
- Svi prikazani podaci o gledanosti dobijeni su svakodnevnom 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: AGB Nielsen Media Research / Serbia (www.agbnielsen.com)

TV SPOTOVI



BE92
17.18

**ДА ОСВОЈИМО
ЕВРОПУ ЗАЈЕДНО!**

Борис Тадић
Председник

www.boristadic.org

PLACEN TERMIN

PLACEN TERMIN

FOX 23.01

**СВИМ СРЦЕМ
СРБИЈА**

INTERVJU Tomislav Nikolić
IZAMENI PREDSEDNIKA SPS

**SESELJA
ZA PREMIJERA**

Tomislav Nikolić planira da nakon pobede na predsedni



**STOP
LOPOVLU**

Narodni Pokret
Srbija

Svim
Srcem

neću da me **LAŽU** više

3. ФЕБРУАРА
ИЗАЂИТЕ НА ИЗБОРЕ

ДЕМОКРАТСКА
ОМЛАДИНА

ОДЛУЧИТЕ САМИ

PLACEN TERMIN

СВЕЖЕ ДЕДИЊСКЕ АДРЕСЕ

FOX 23.07

ВРЕДНОСТ:
2 000 000 €

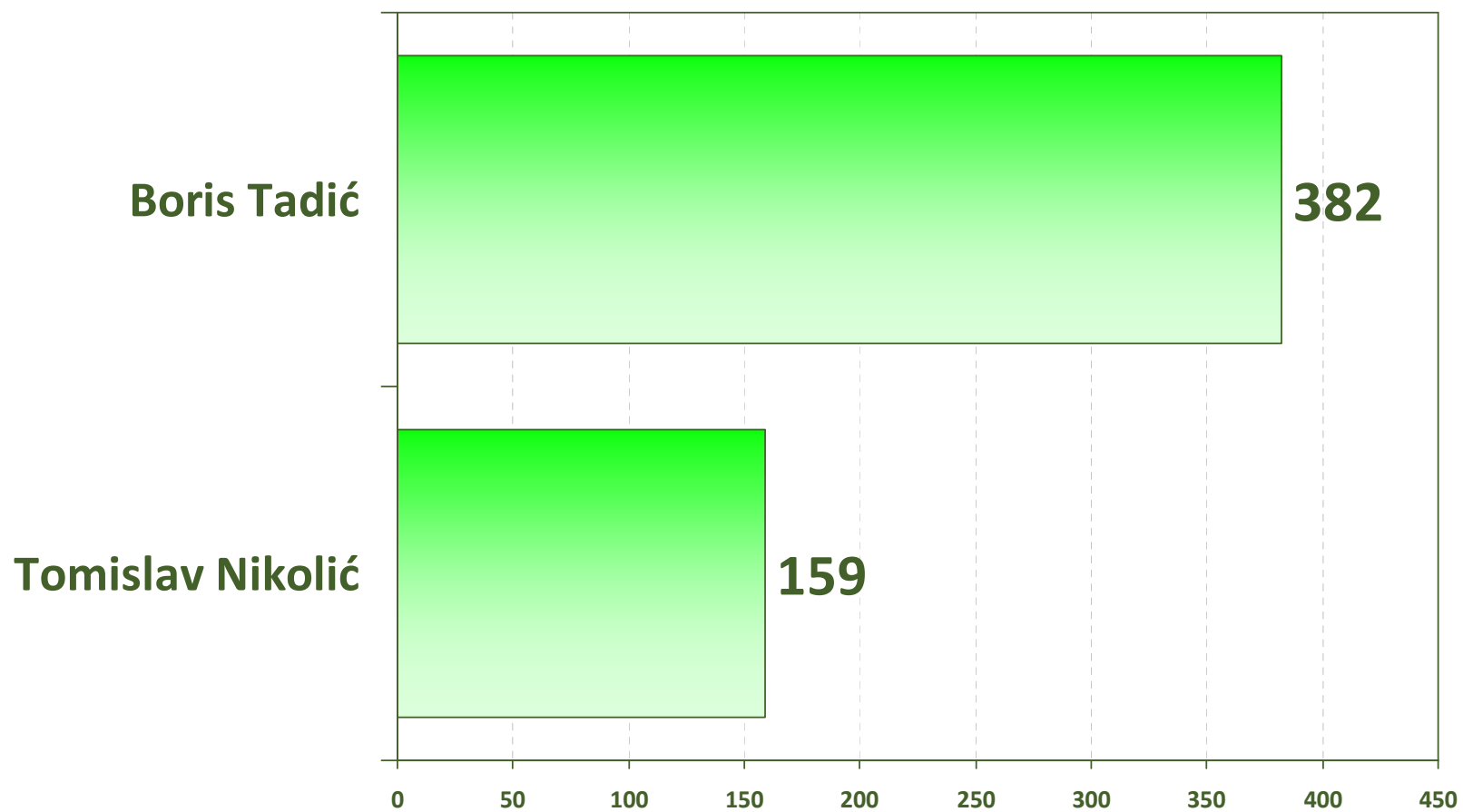
ВИЛА МИЛОРАДА ДОДИКА

PLACEN TERMIN

FOX 23.54

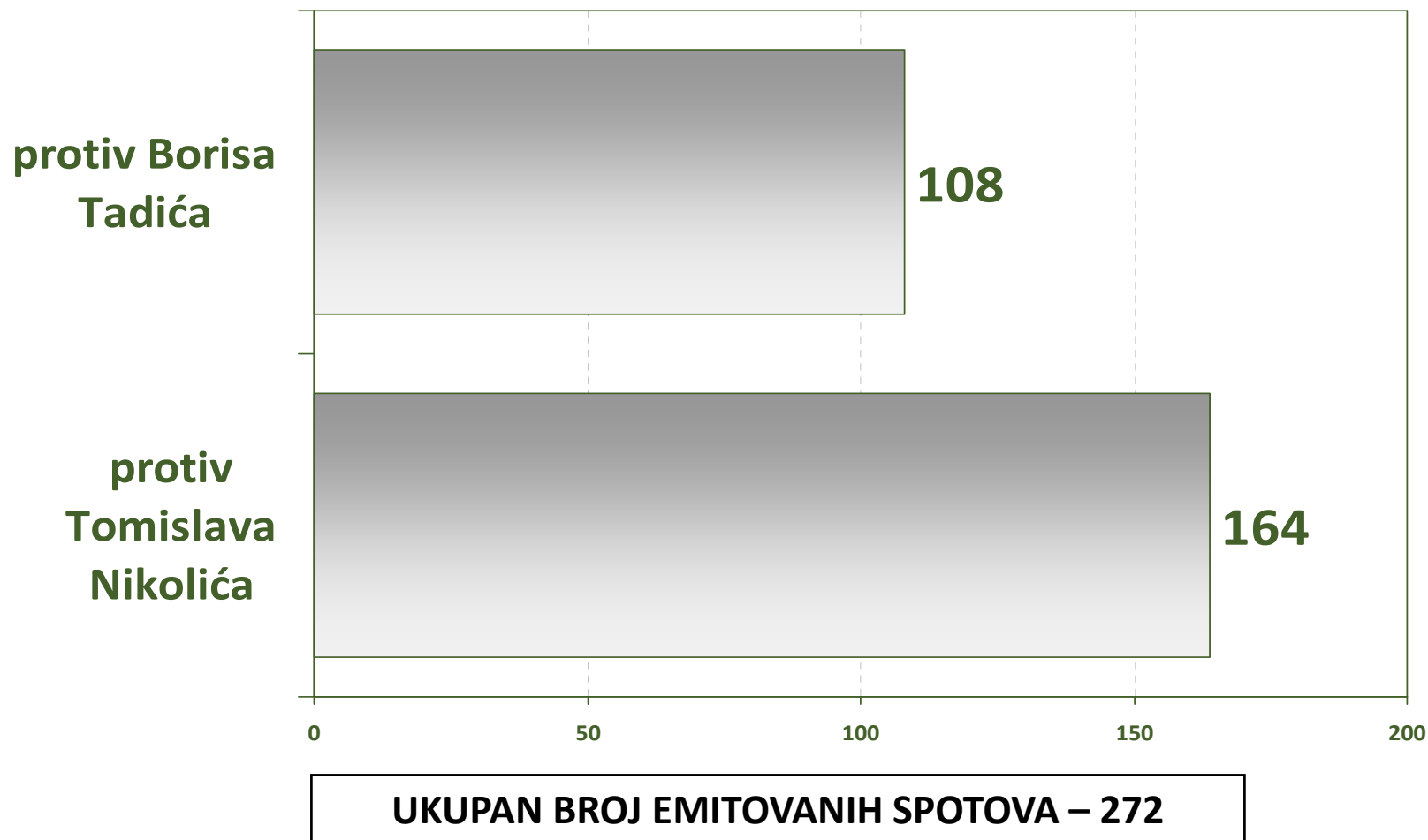
ЗАШТО ВИЧЕ
„СИГУРНИ ПОБЕДНИК“?

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO KANDIDATIMA IZMEDJU DVA KRUGA IZBORA



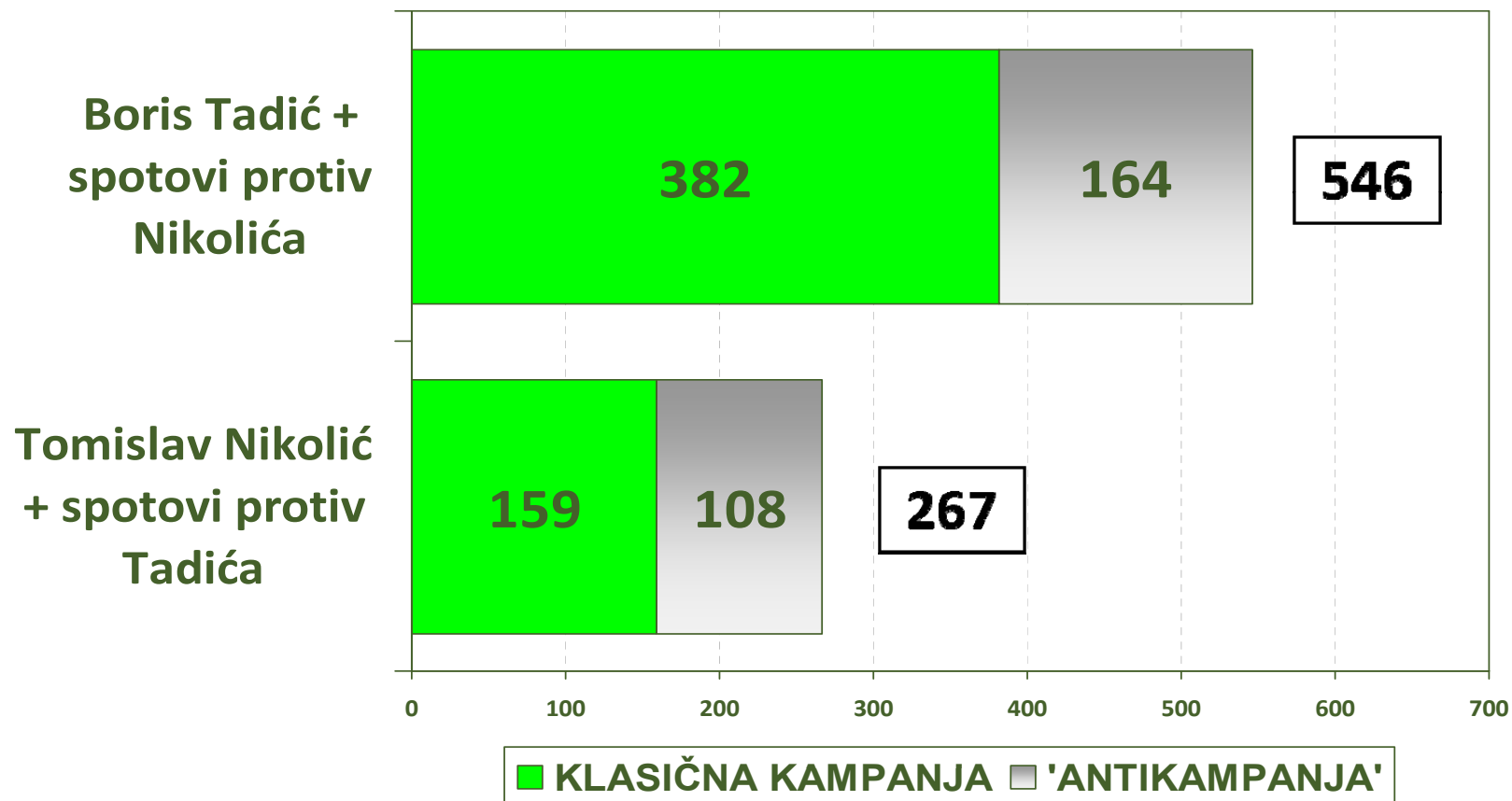
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA – 541

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PROTIV KANDIDATA U OKVIRU 'ANTI-KAMPANJA'*



*** NISU OBRAČUNAVANI SPOTOVI EMITOVANI U OKVIRU IZNAJMLJENIH TERMINA (GDE IH JE BILO ZNATNO VIŠE !)**

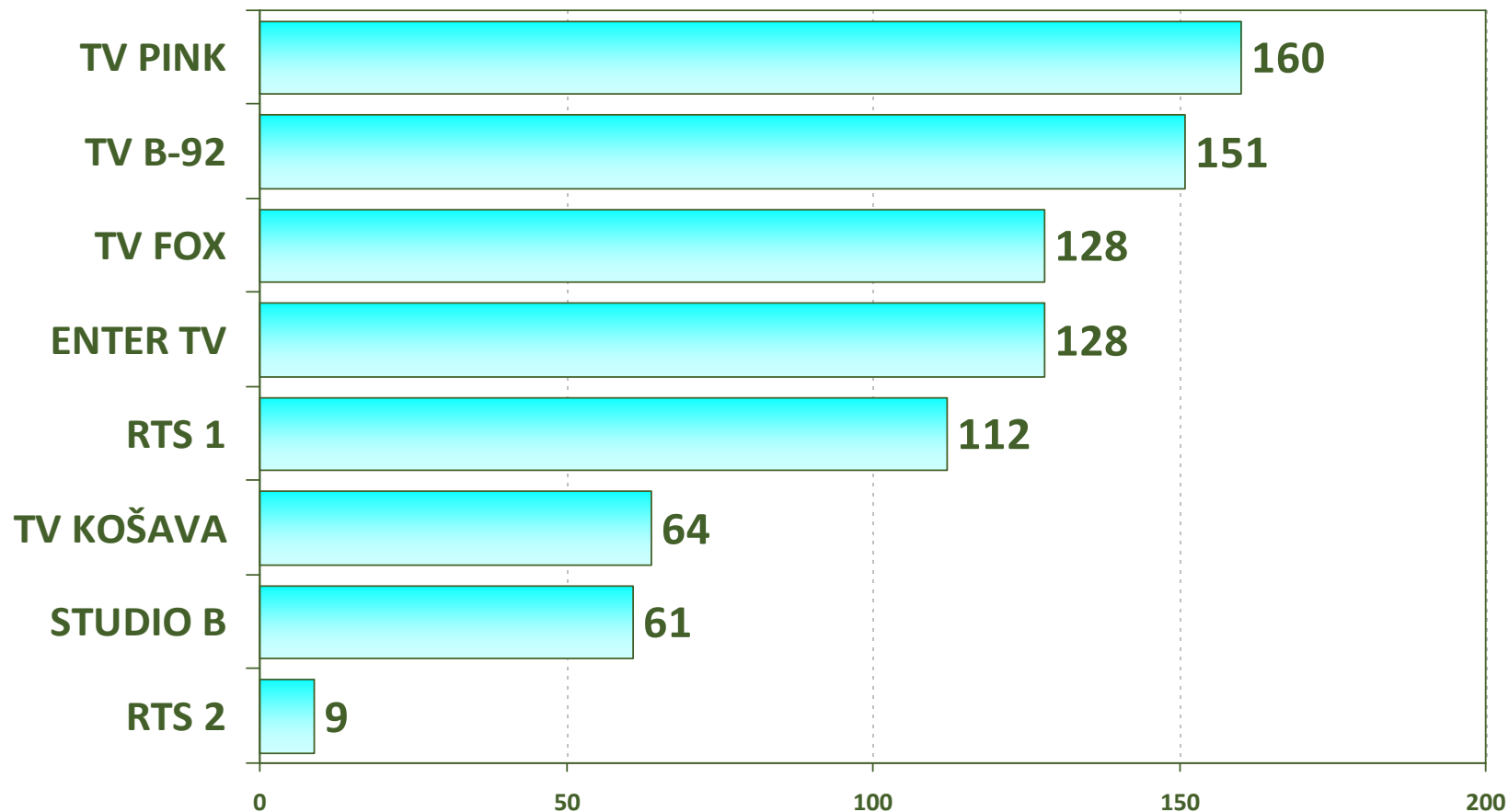
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA KLASIČNE + 'ANTI-KAMPANJE'*



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA – 813

*** NISU OBRAČUNAVANI SPOTOVI EMITOVANI U OKVIRU IZNAJMLJENIH TERMINA (GDE IH JE BILO ZNATNO VIŠE !)**

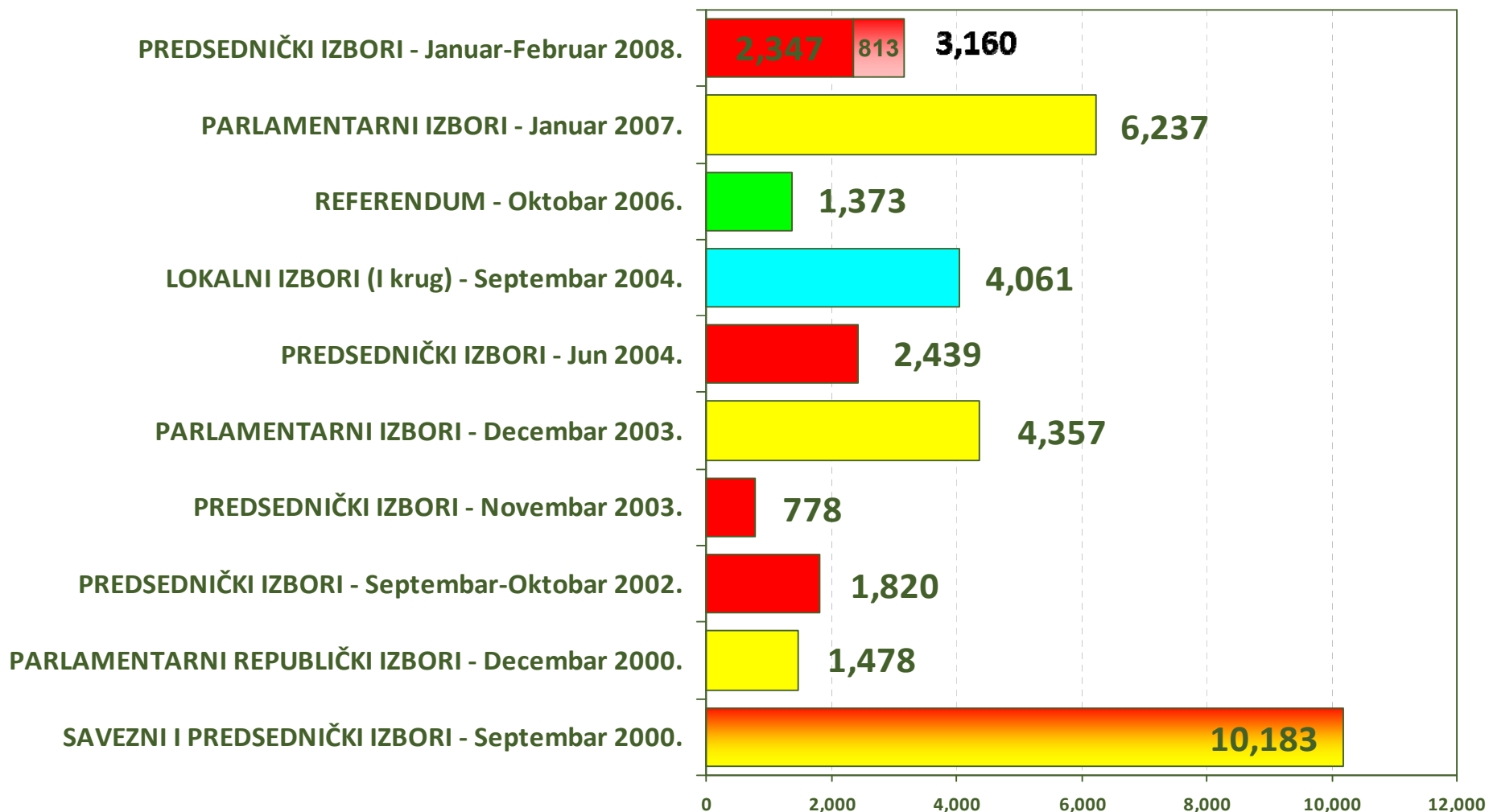
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO STANICAMA KLASIČNE + 'ANTI-KAMPANJE'*



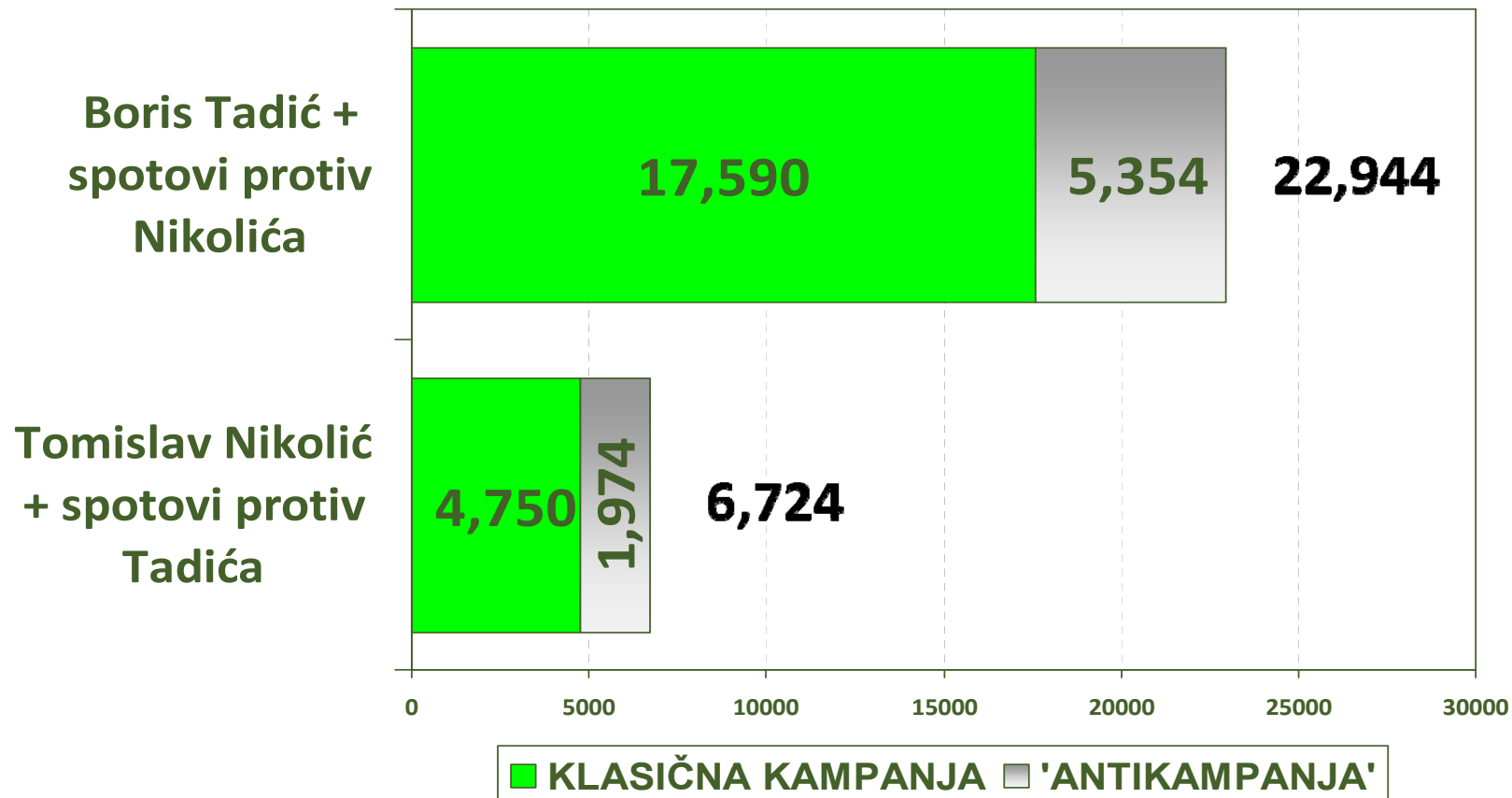
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA – 813

*** NISU OBRAČUNAVANI SPOTOVI EMITOVANI U OKVIRU IZNAJMLJENIH TERMINA (GDE IH JE BILO ZNATNO VIŠE !)**

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PRILIKOM RANIJIH IZBORA



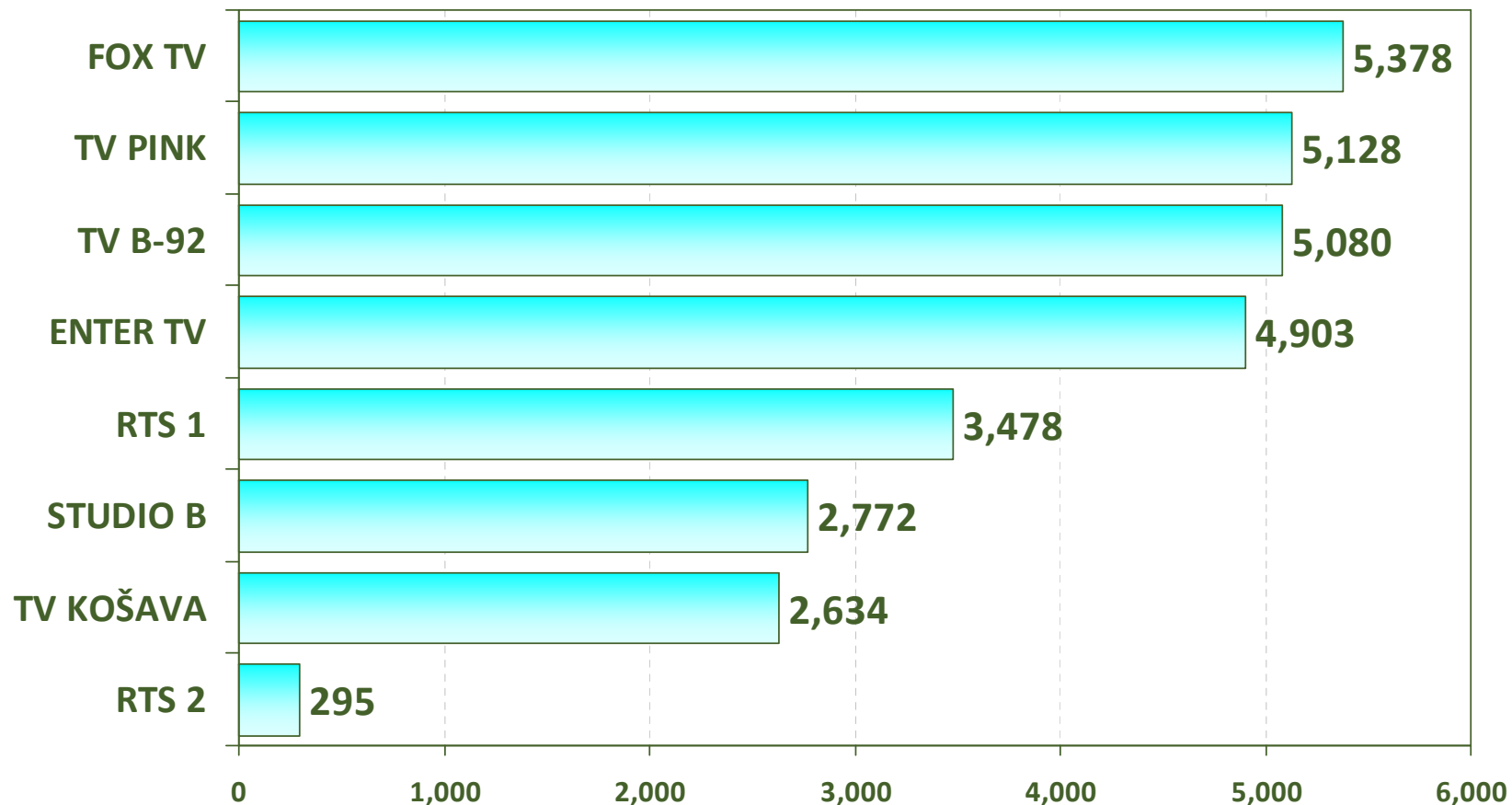
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI KLASIČNE + 'ANTI-KAMPANJE'*



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI – 29,668

*** NISU OBRAČUNAVANI SPOTOVI EMITOVANI U OKVIRU IZNAJMLJENIH TERMINA (GDE IH JE BILO ZNATNO VIŠE !)**

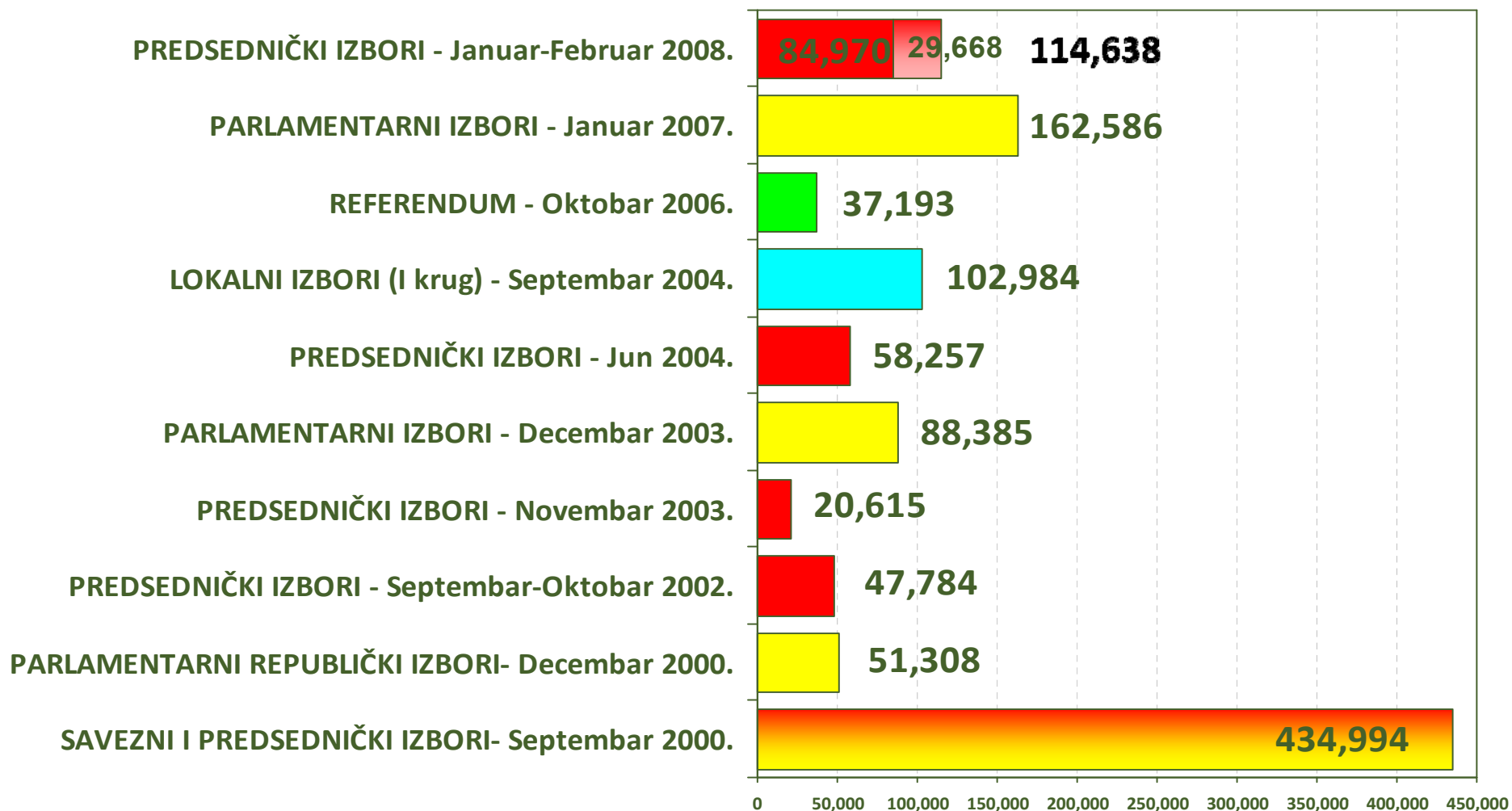
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO STANICAMA KLASIČNE + 'ANTI-KAMPANJE'*



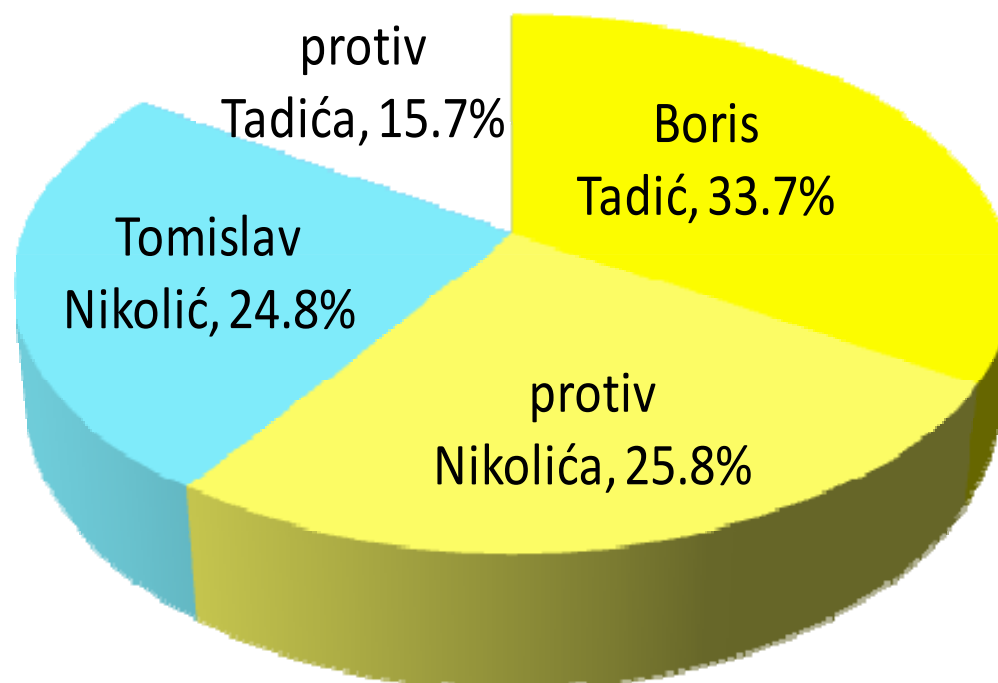
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI – 29,668

*** NISU OBRAČUNAVANI SPOTOVI EMITOVANI U OKVIRU IZNAJMLJENIH TERMINA (GDE IH JE BILO ZNATNO VIŠE !)**

UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PRILIKOM RANIJIH IZBORA

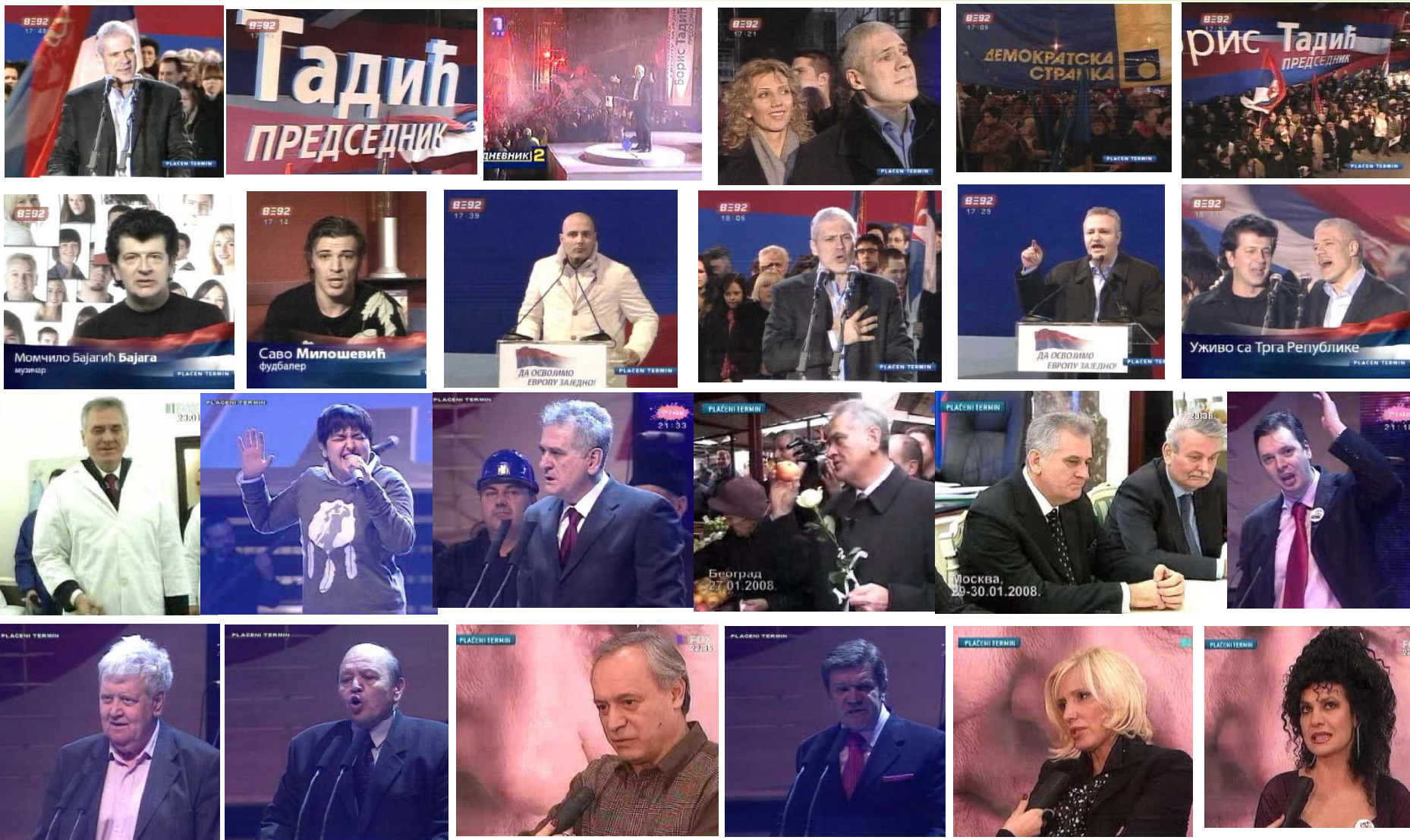


PODACI O GLEDANOSTI EMITOVANIH SPOTOVA (UDEO U UKUPNOM BROJU OSTVARENIH GRP-ova, U %)

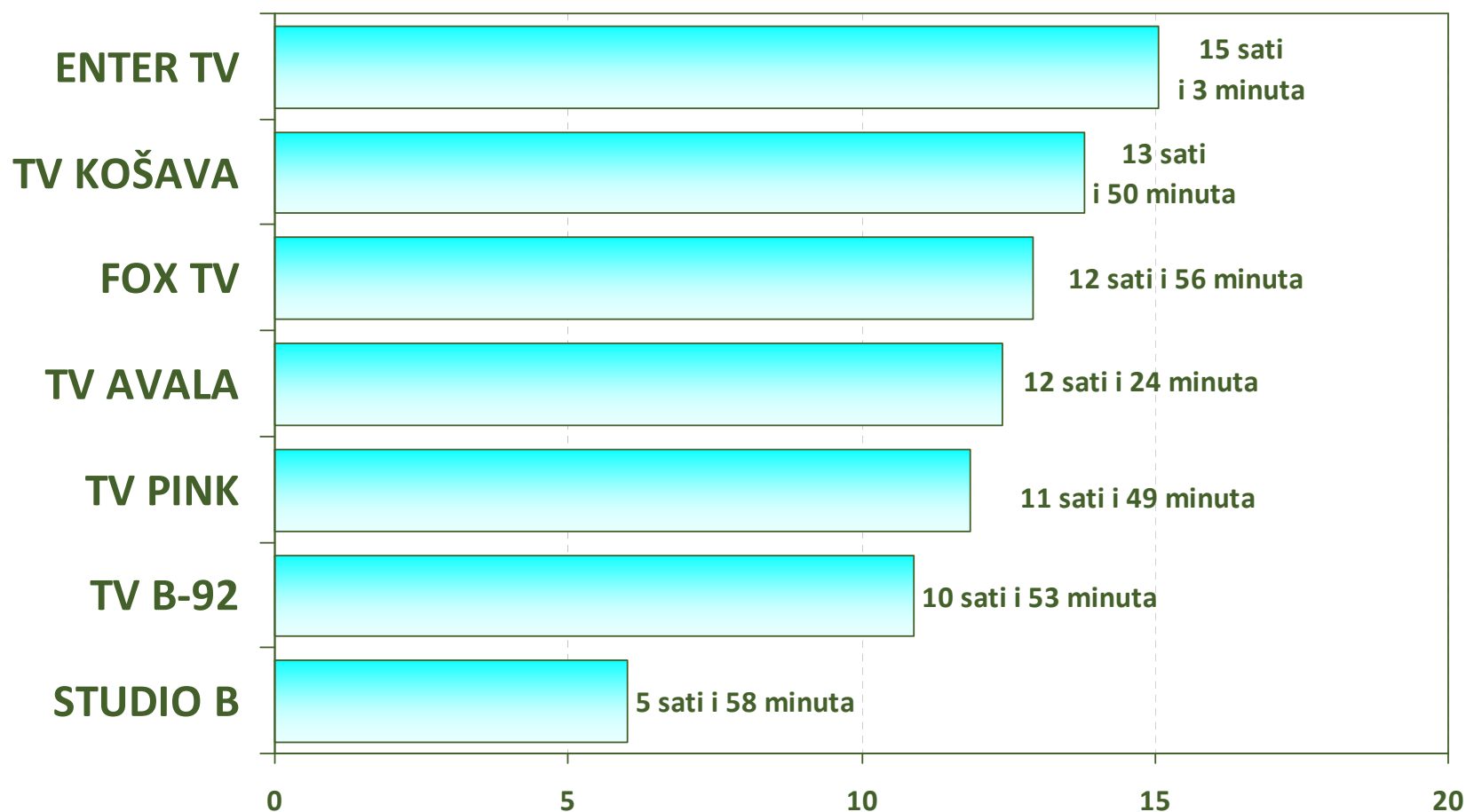


UKUPAN BROJ OSTVARENIH GRP – 3,452

PLAĆENI TERMINI

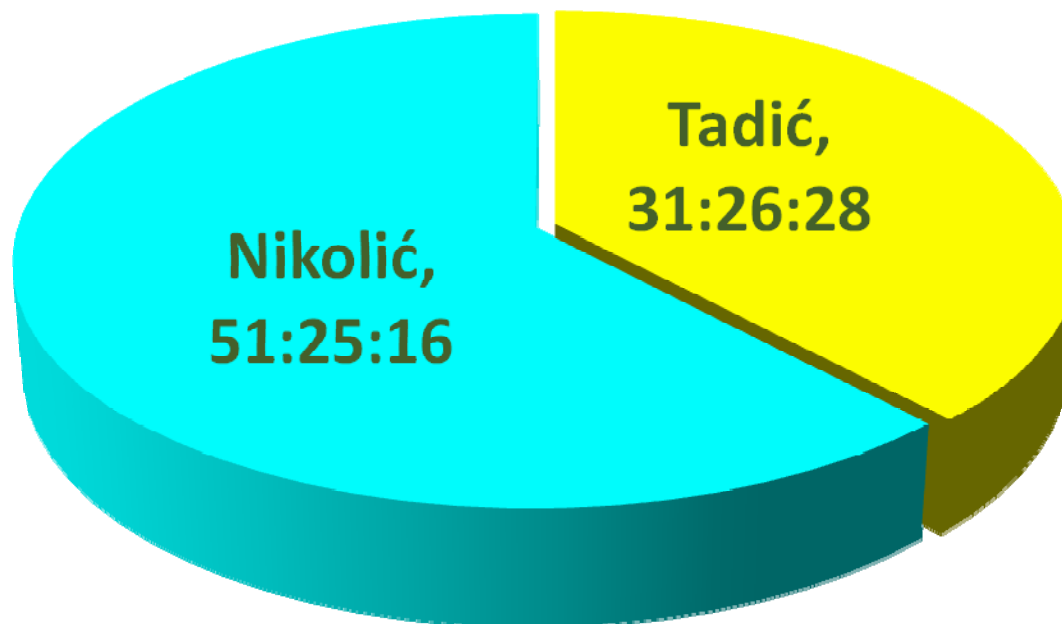


PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO TV STANICAMA



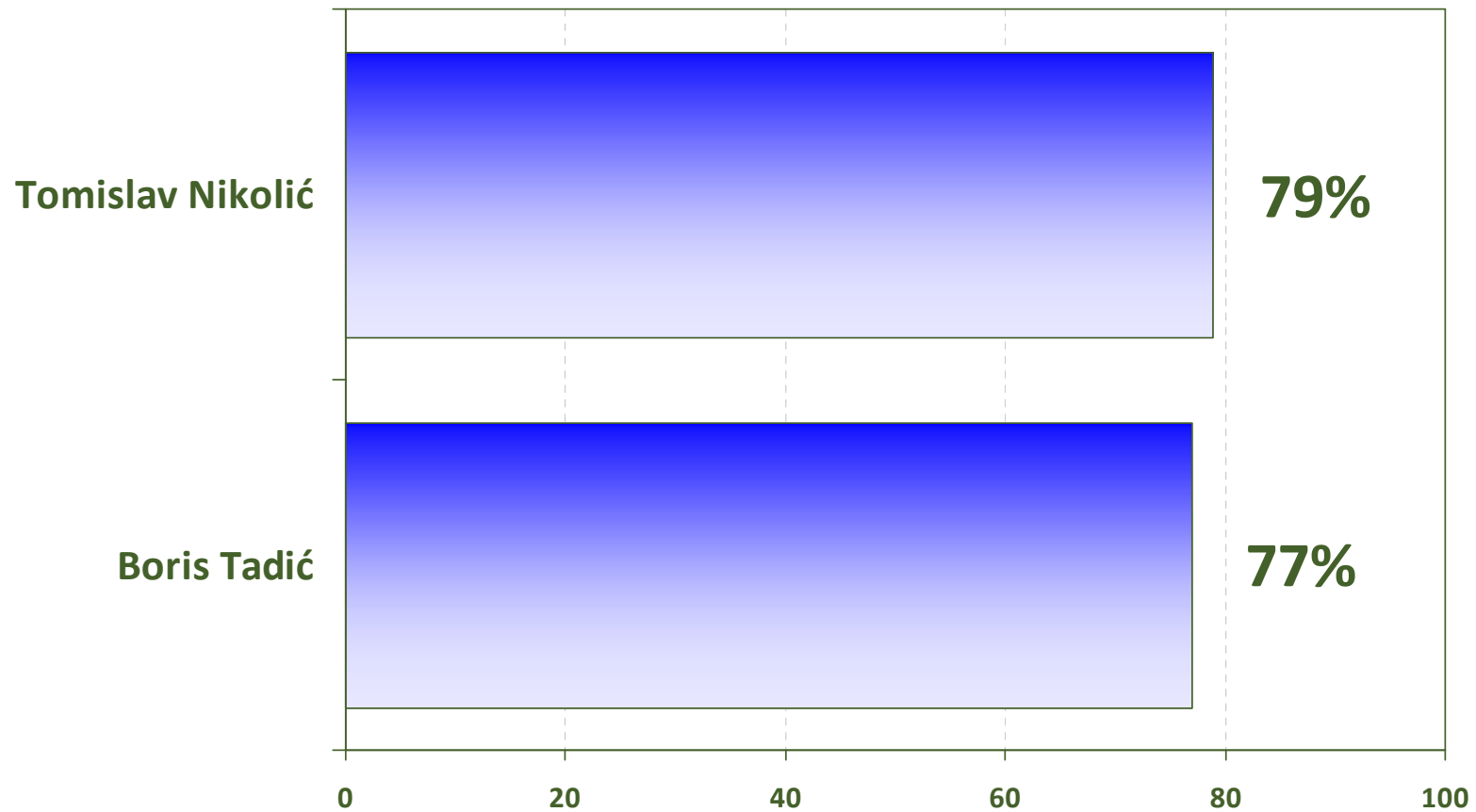
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –
3 dana, 10 sati, 51 minut i 44 sekunde**

PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO KANDIDATIMA



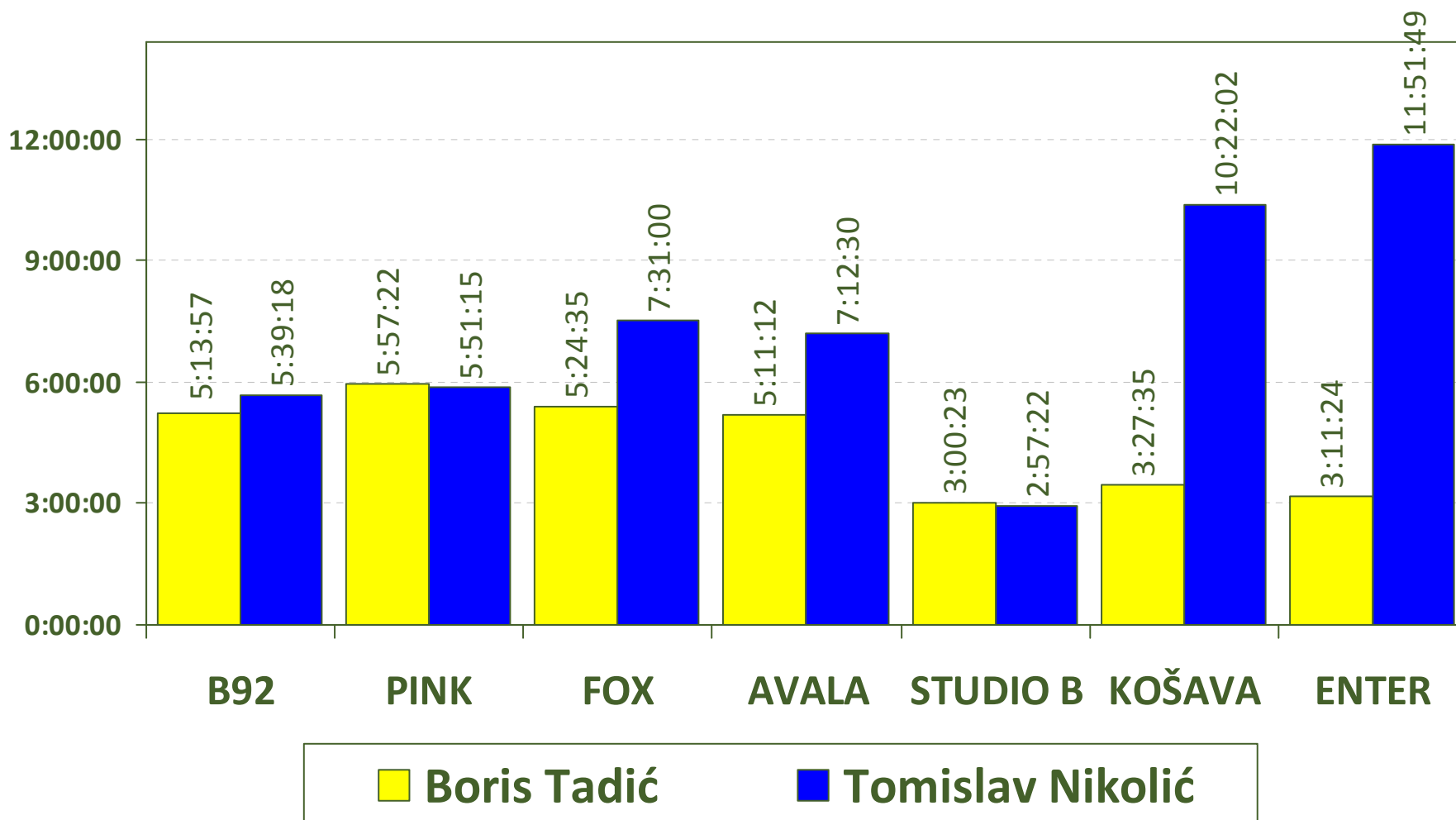
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –
3 dana, 10 sati, 51 minut i 44 sekunde**

REACH (OBUHVAT)* PLAĆENIH TERMININ

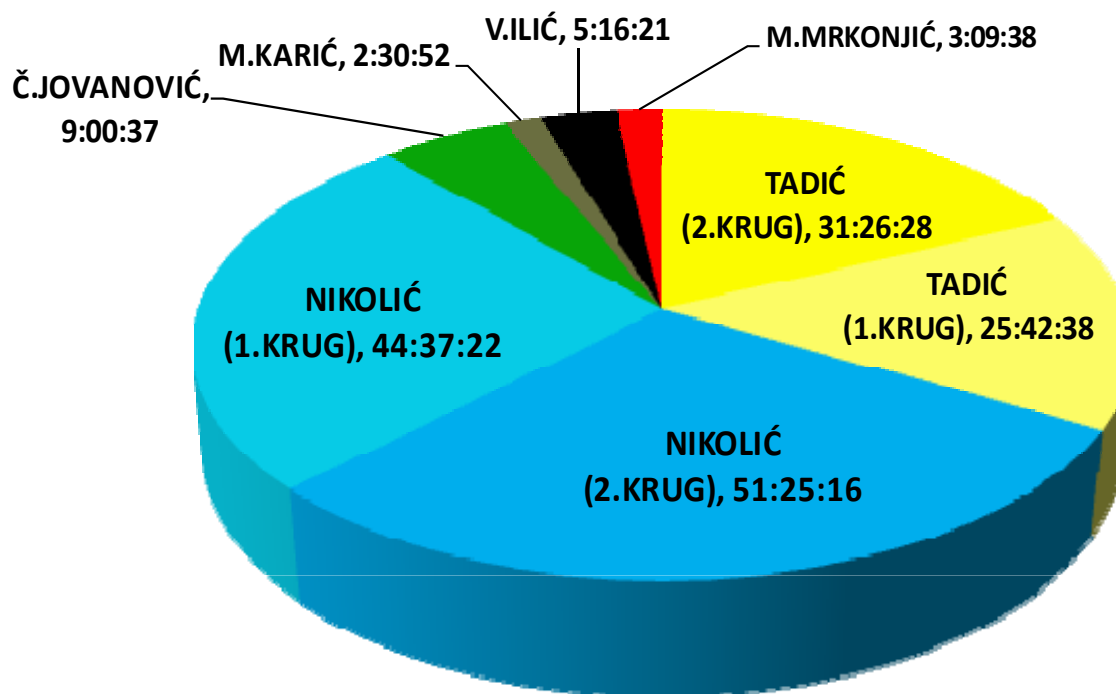


* - % UKUPNE POPULACIJE 18+ KOJI JE VIDEO BAR 1 MINUT PLAĆENOG TERMINA NAVEDENOG KANDIDATA

KOJE TV STANICE I KOLIKO SU KORISTILI KANDIDATI ZA EMITOVANJE PLAĆENIH TERMINA?



PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO KANDIDATIMA (OBA KRUGA)



UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA (OBA KRUGA IZBORA)
– 7 dana, 5 sati, 9 minuta i 12 sekundi

GLEĐANOST INTERVJUA SA KANDIDATIMA (RTS 1, 23. JANUAR 2008.)



INTERVJU SA BORISOM TADIĆEM (RTS 1, 23.01.2008, 20:08-21:06)

PROSEČNA GLEĐANOST: 12,3%, UKUPNA GLEĐANOST: 31,1% (Populacija 18+)

(Prosečan broj gledalaca u bilo kom minutu emisije i ukupan broj ljudi koji su gledali bar 1 minut, u %)



INTERVJU SA TOMISLAVOM NIKOLIĆEM (RTS 1, 23.01.2008, 21:06-22:03)

PROSEČNA GLEĐANOST: 17,9%, UKUPNA GLEĐANOST: 30,3% (Populacija 18+)

(Prosečan broj gledalaca u bilo kom minutu emisije i ukupan broj ljudi koji su gledali bar 1 minut, u %)



TV DUEL



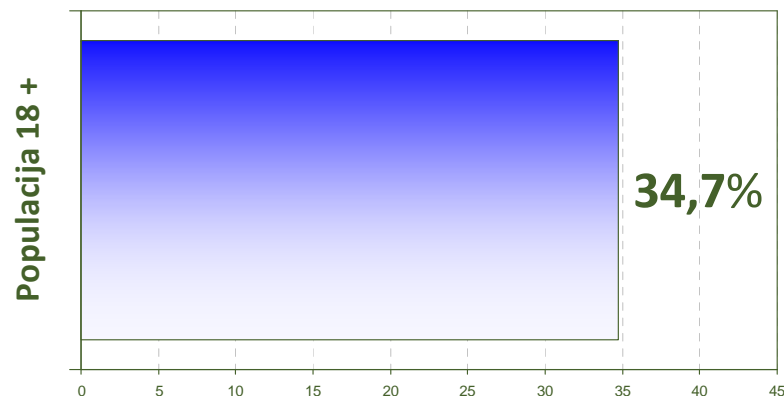
SUOČAVANJE 2008 (RTS 1, 30.01.2008, 21:23–22:47)



PODACI O GLEDANOSTI TV DUELA (POPULACIJA 18+)

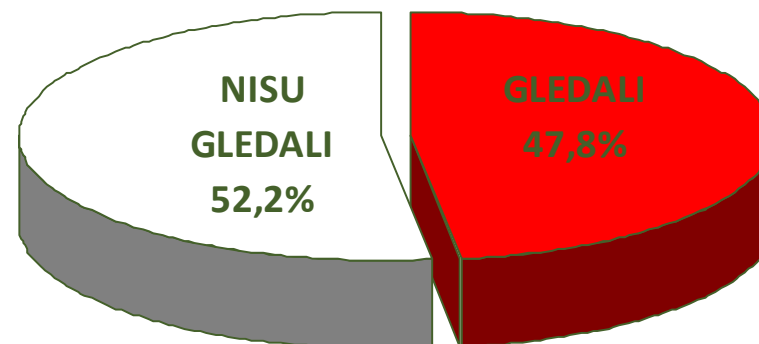


PROSEČNA GLEDANOST DUELA (AMR%)



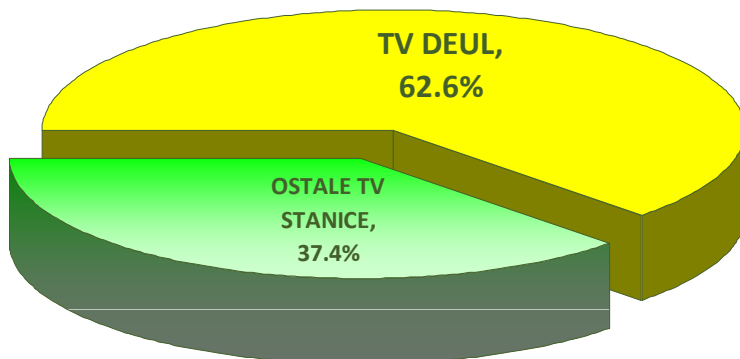
UKUPNA GLEDANOST DUELA (RCH%)

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



UDEO U UKUPNOJ GLEDANOST (SHR%)

(U odnosu na one koji su gledali televiziju u to vreme, [populacija 18+](#))



UPOREDNI PODACI O GLEDANOSTI NEKIH RANIJIH TV DUELA (POPULACIJA 18+)



KOŠTUNICA-
LABUS
(9.10.2002.)

31.9% *



TADIĆ-
NIKOLIĆ
(13.6.2004.)

27.6%



TADIĆ-
NIKOLIĆ
(30.01.2008.)

34.7%



0

20

40

* Elektronsko merenje gledanosti radjeno za 61% populacije Srbije bez Kosova



AGB Nielsen
Media Research

Adresa: Gavrila Principa 8, 11000 Beograd, Srbija

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

Web site: www.agbnielsen.com

Kontakti:

Darko Bročić, Managing Director (darko.brocic@agbnielsen.net)

Slobodan Djokić, Marketing Manager (slobodan.djokic@agbnielsen.net)

Predrag Lozović, Production Manager (predrag.lozovic@agbnielsen.net)