

# **PREDSEDNIČKI IZBORI 2008.**

**Podaci o TV oglasnim kampanjama i  
plaćenim terminima predsedničkih kandidata**

**Medija centar Beograd, 20. januar 2008.**

**Darko Bročić, AGB Nielsen Media Research**



**AGB Nielsen  
Media Research**



# METODOLOŠKE NAPOMENE

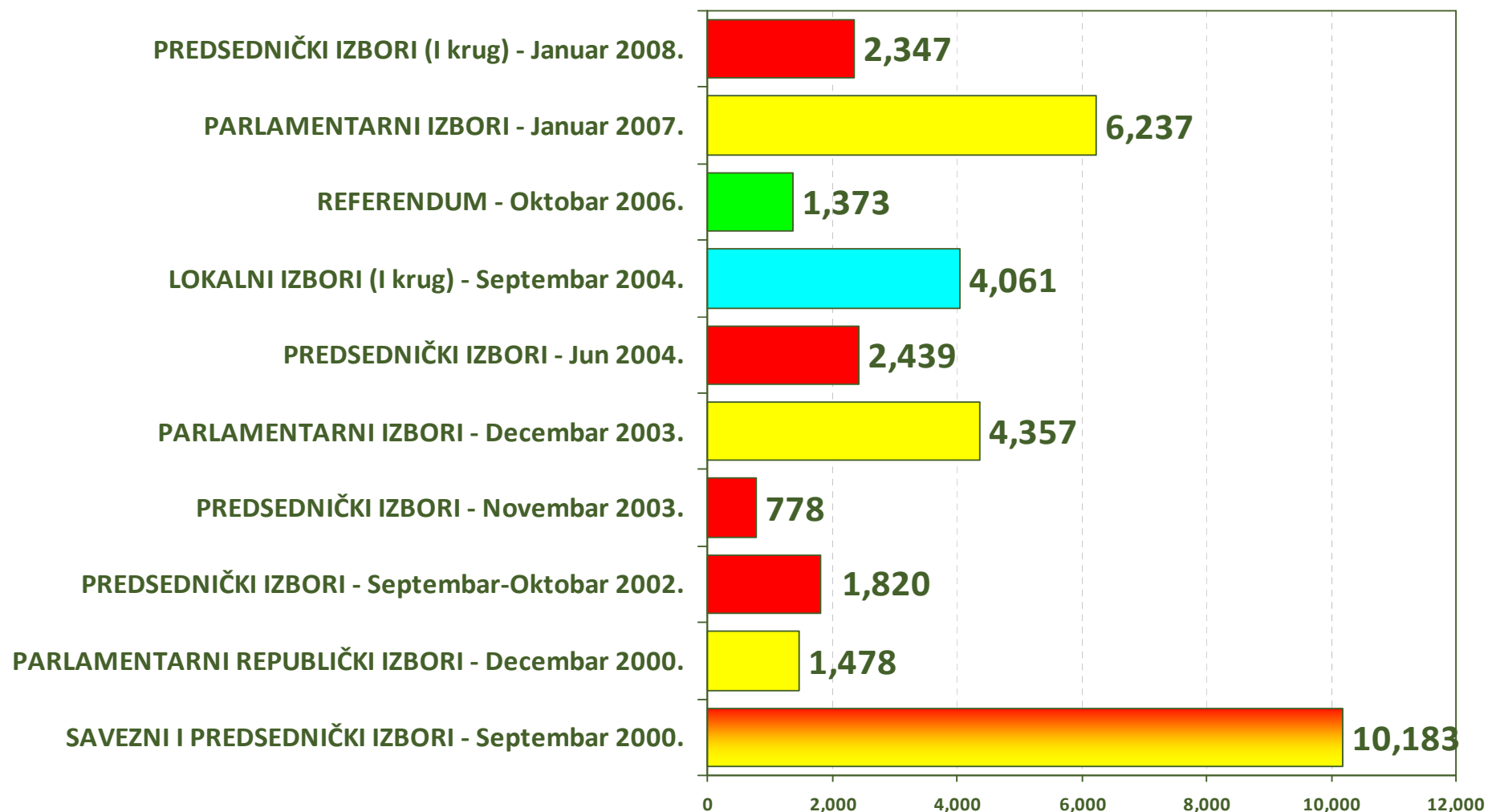


- Evidencija o svim emitovanim reklamnim TV spotovima i plaćenim terminima vodjena je na ukupno 10 najvećih TV stanica u zemlji i to: RTS 1, RTS 2, TV PINK, TV B-92, FOX TV, TV AVALA, TV KOŠAVA, STUDIO B, TV VOJVODINE 1. program i TV Enter
- Reklamni spotovi nekog od predsedničkih kandidata pojavili su se na svakoj od 10 najvećih TV stanica. Reklamne spotove emitovalo je ukupno 7 od 9 prijavljenih kandidata (svi sem Rističevića i Dobričanina). Prvi su reklamne spotove počeli da emituju Boris Tadić (22.decembra), Čedomir Jovanović (24.decembra), Tomislav Nikolić (25.decembra) i Milutin Mrkonjić (28.decembra).
- Plaćeni termini pojavili su se na ukupno 7 od 10 najvećih TV stanica: PINK, B-92, TV AVALA, FOX TV, STUDIO B, KOŠAVA i TV Enter. Plaćene termine na navedenim TV stanicama zakupljivalo je ukupno 6 od 9 kandidata (svi sem Rističevića, Dobričanina i Pastora). Prvi su plaćene termine počeli da koriste Boris Tadić (22.decembra), Čedomir Jovanović (22.decembra) i Tomislav Nikolić (23.decembra).
- Svi prikazani podaci o gledanosti dobijeni su svakodnevnim elektronskim merenjem gledanosti TV programa uz pomoć piplmetara i odnose se na populaciju Srbije bez Kosova staru 18 i više godina.
- Izvor: AGB Nielsen Media Research / Serbia ([www.agbnielsen.com](http://www.agbnielsen.com))

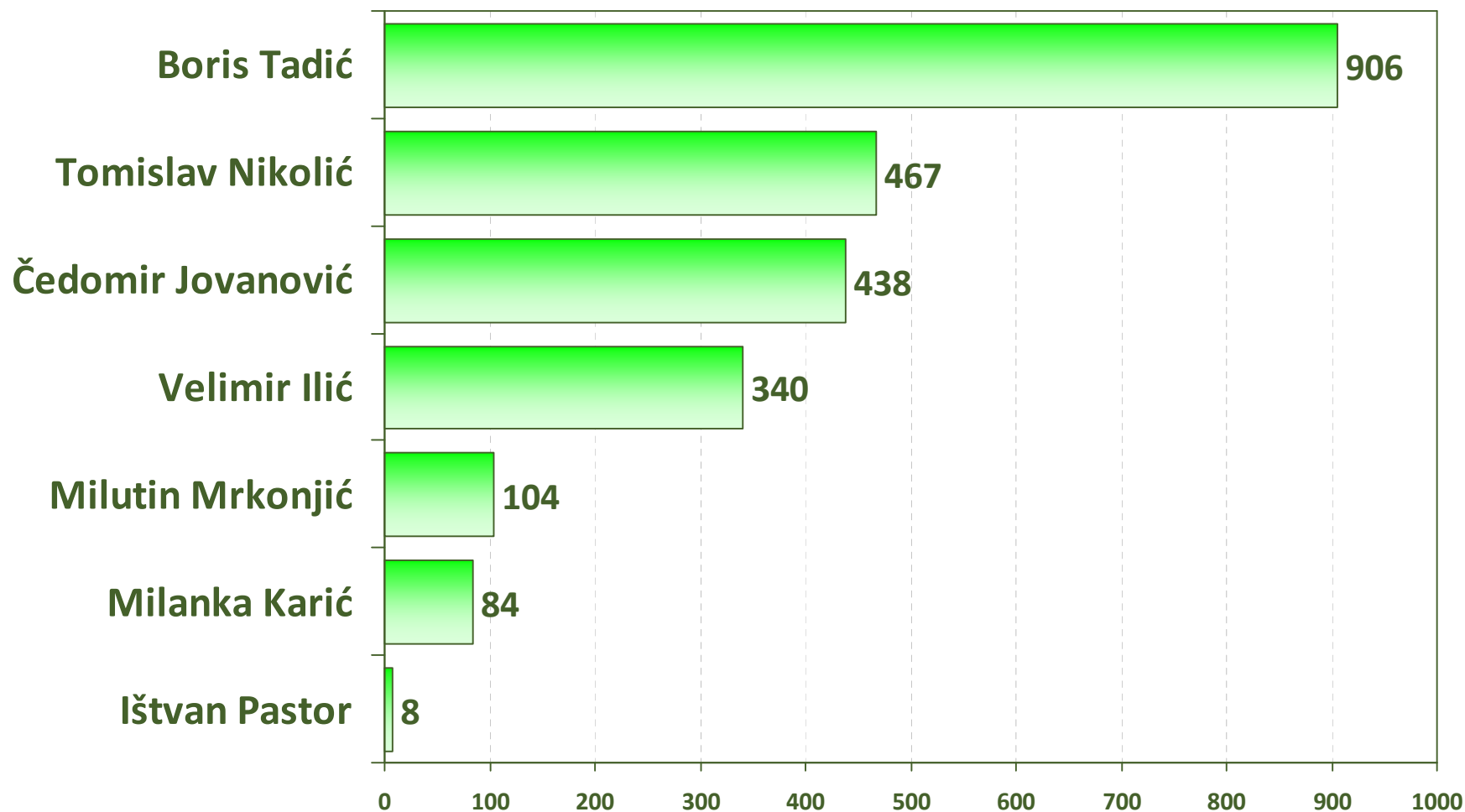
# TV SPOTOVI



# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PRILIKOM RANIJIH IZBORA

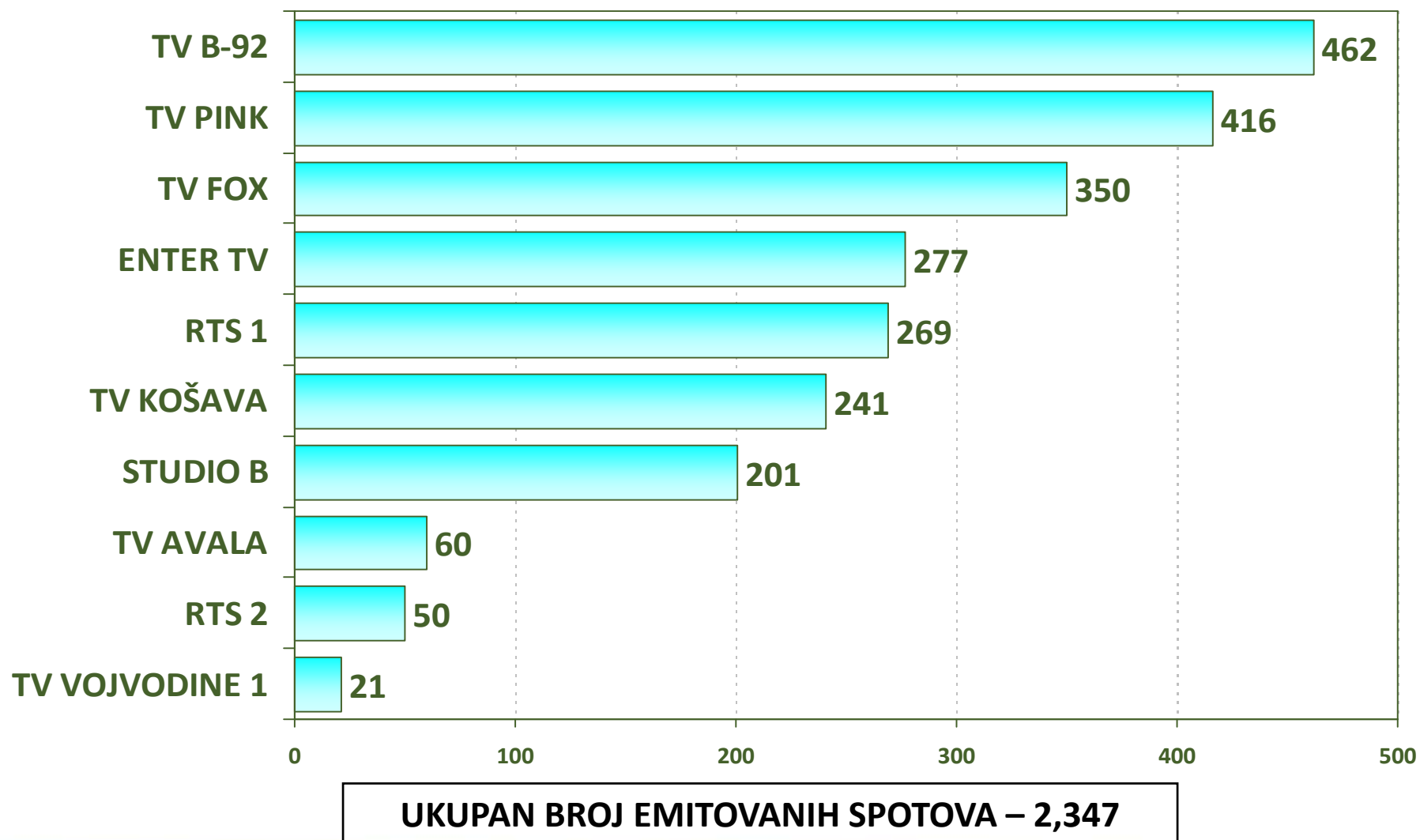


# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO KANDIDATIMA

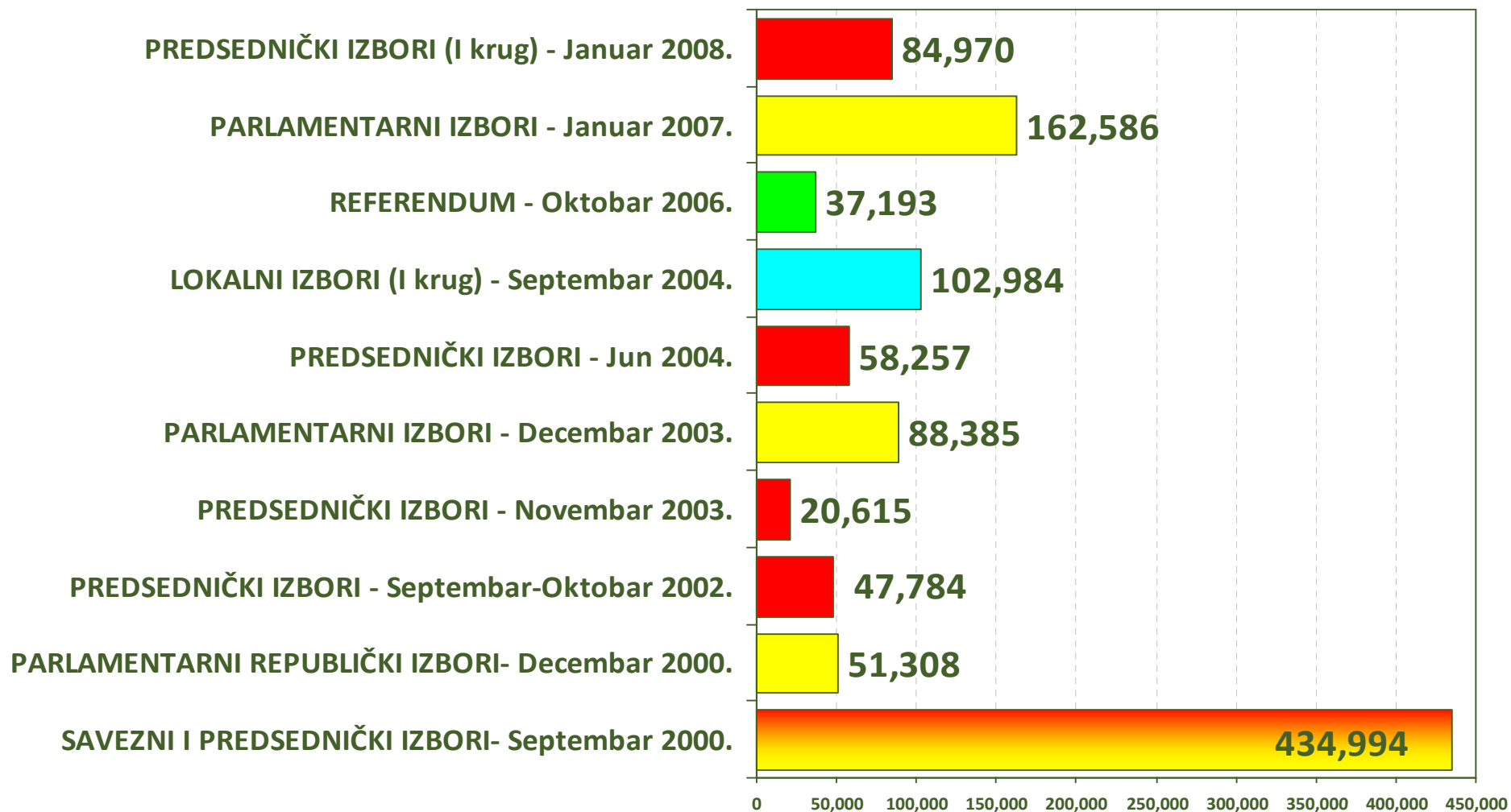


**UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA – 2,347**

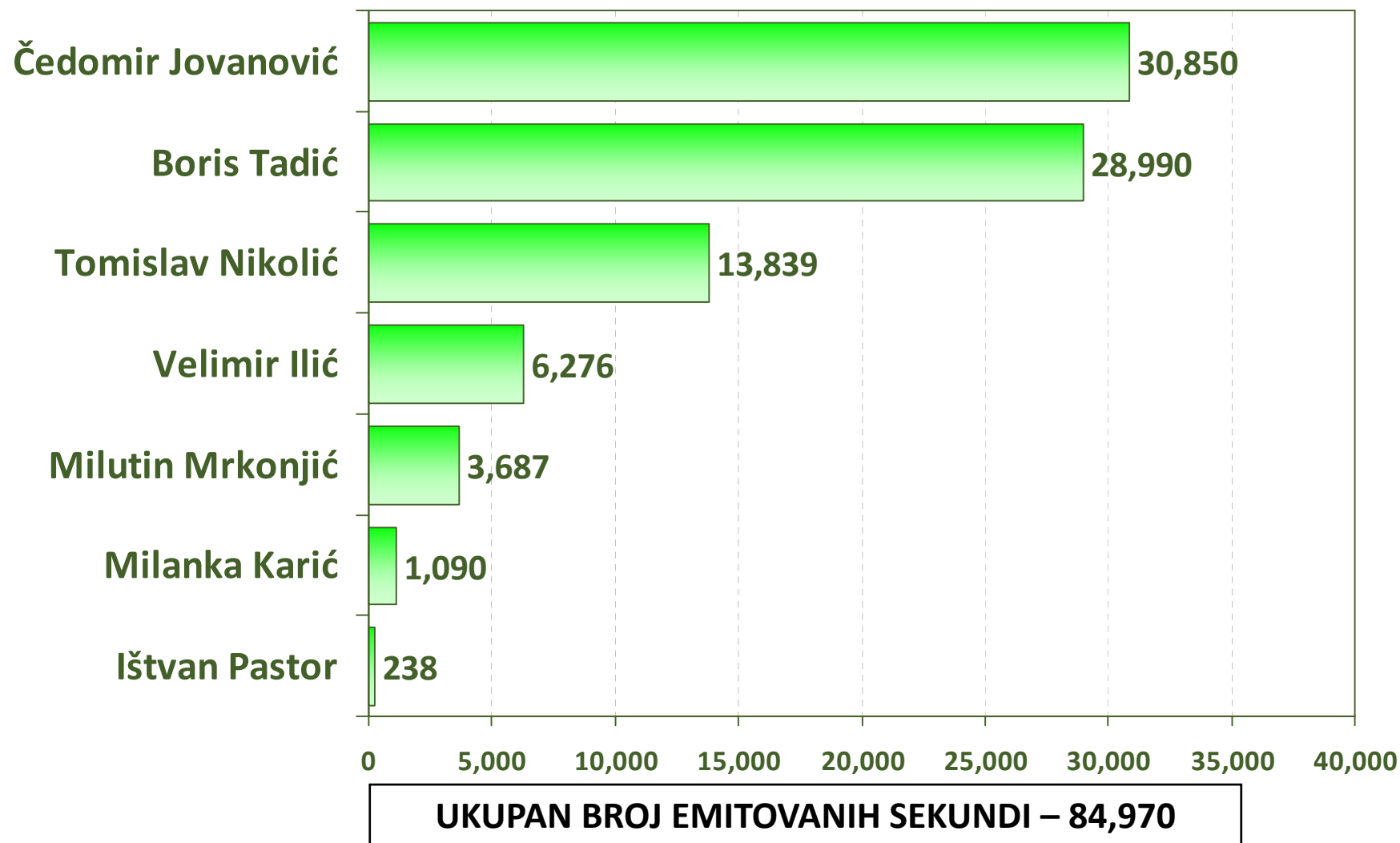
# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO TV STANICAMA



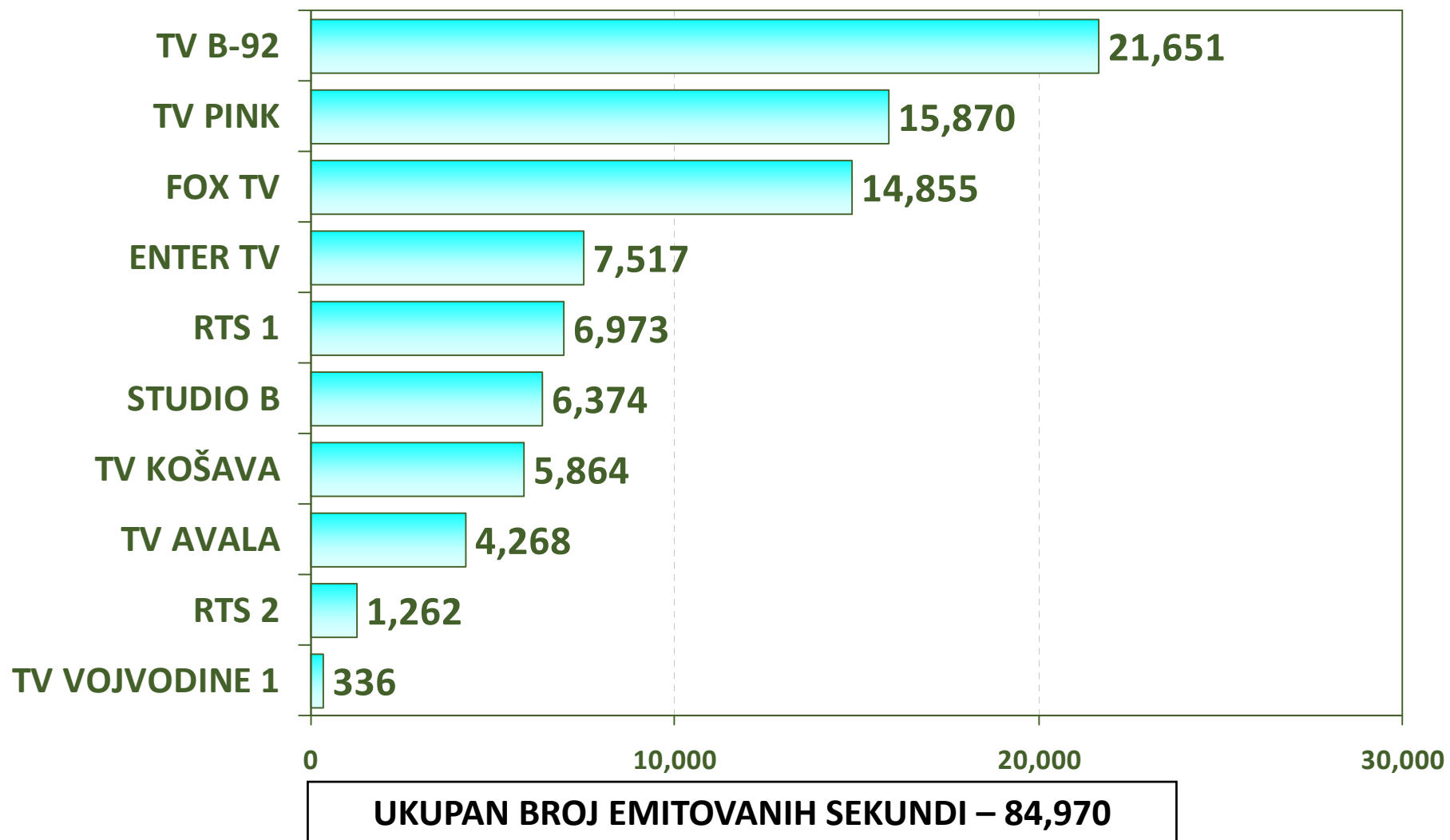
# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PRILIKOM RANIJIH IZBORA



# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO KANDIDATIMA

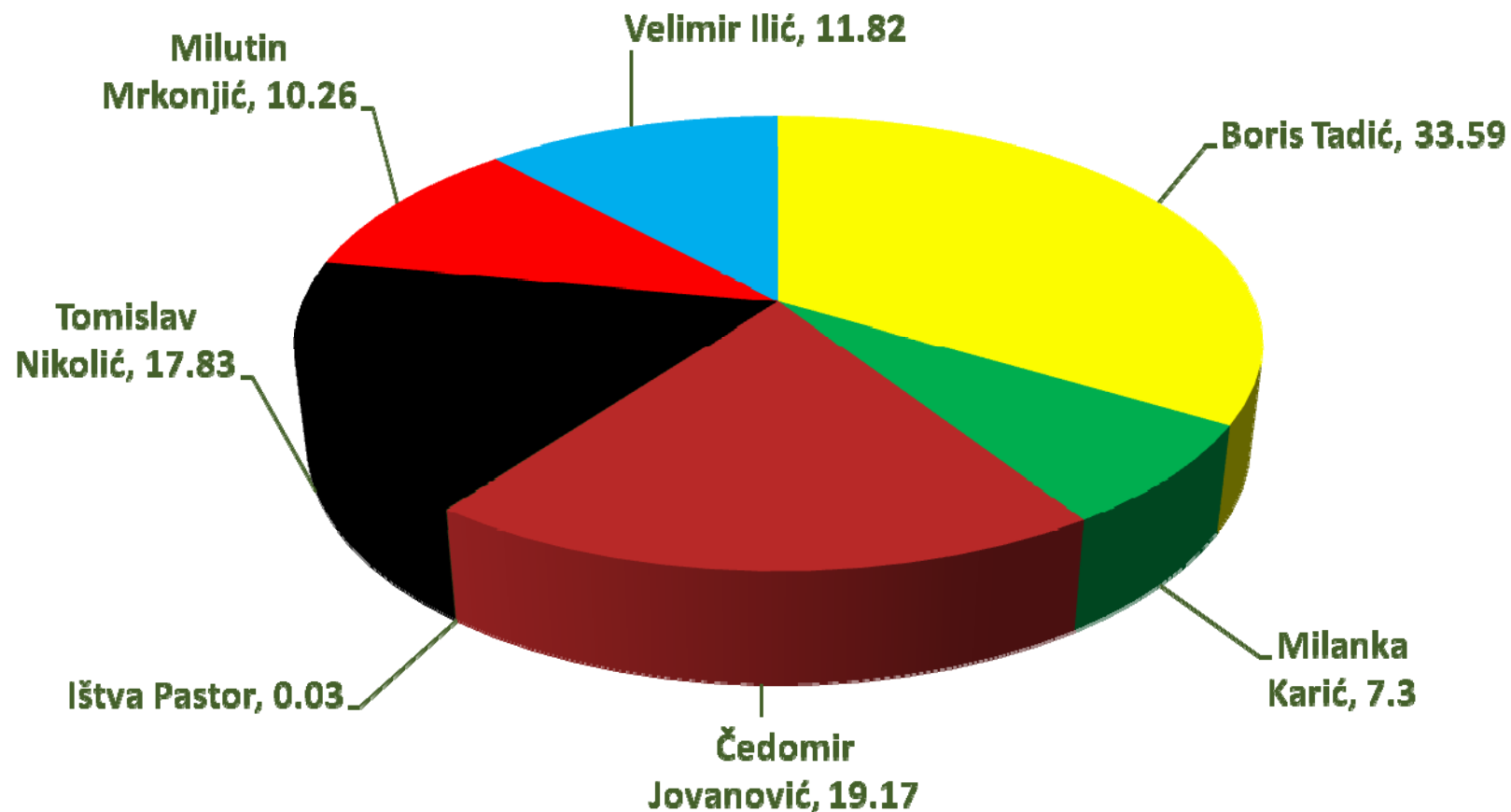


# UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO TV STANICAMA



# GLEĐANOST REKLAMNIH TV SPOTOVA

(UDEO KANDIDATA U UKUPNOM BROJU OSTVARENIH GRP-ova, U %)

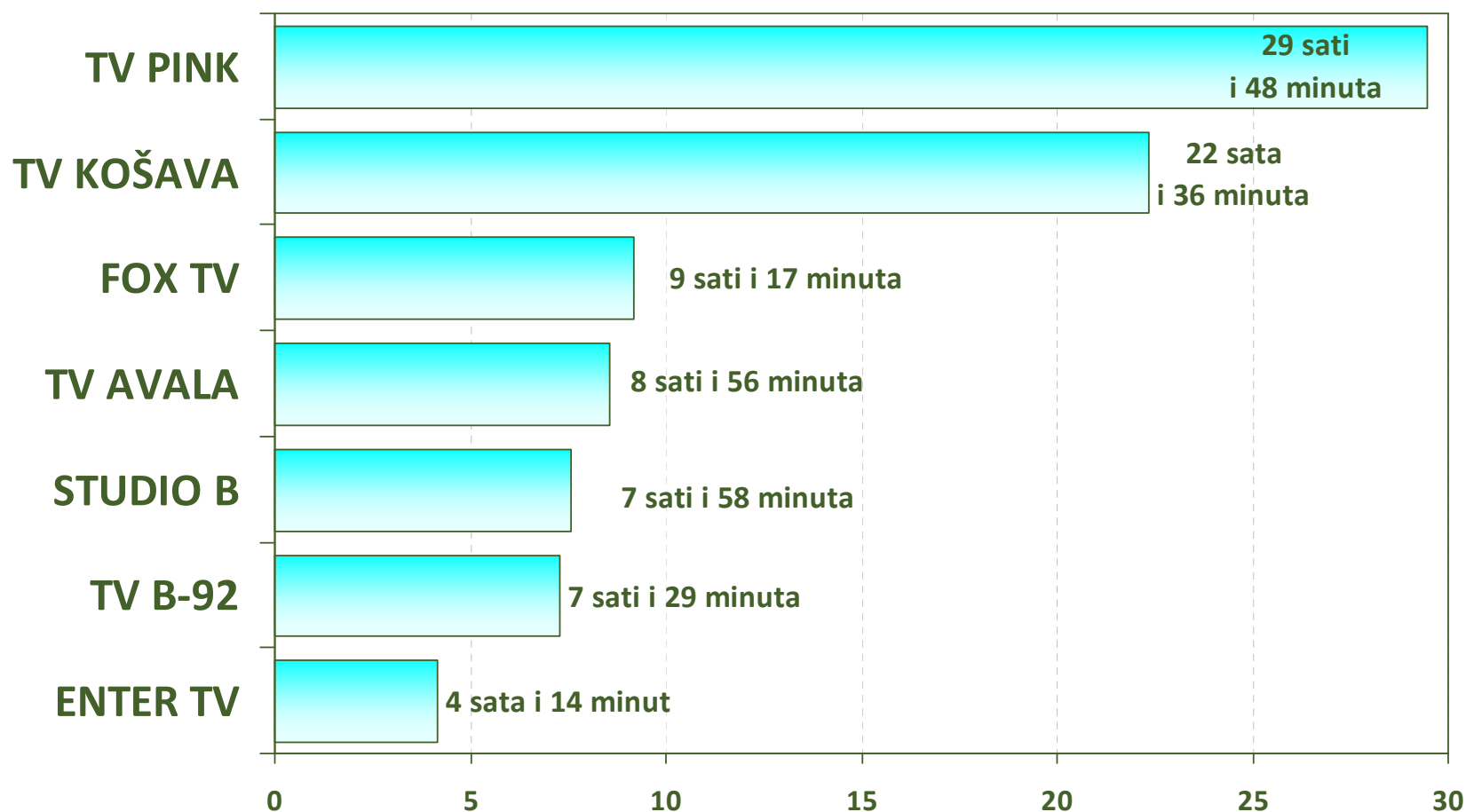


UKUPAN BROJ OSTVARENIH GRP – 9,022

# PLAĆENI TERMINI

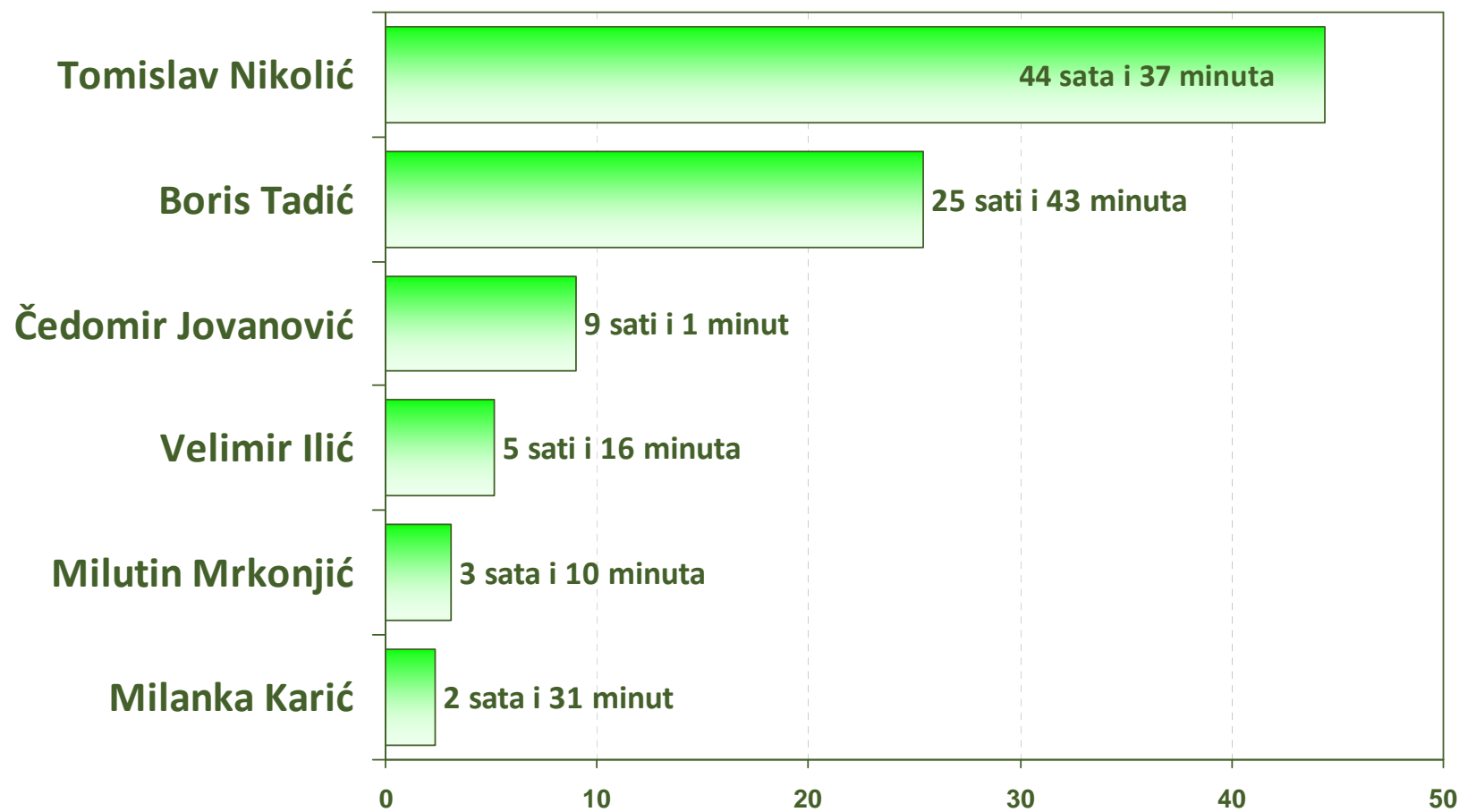


# PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO TV STANICAMA



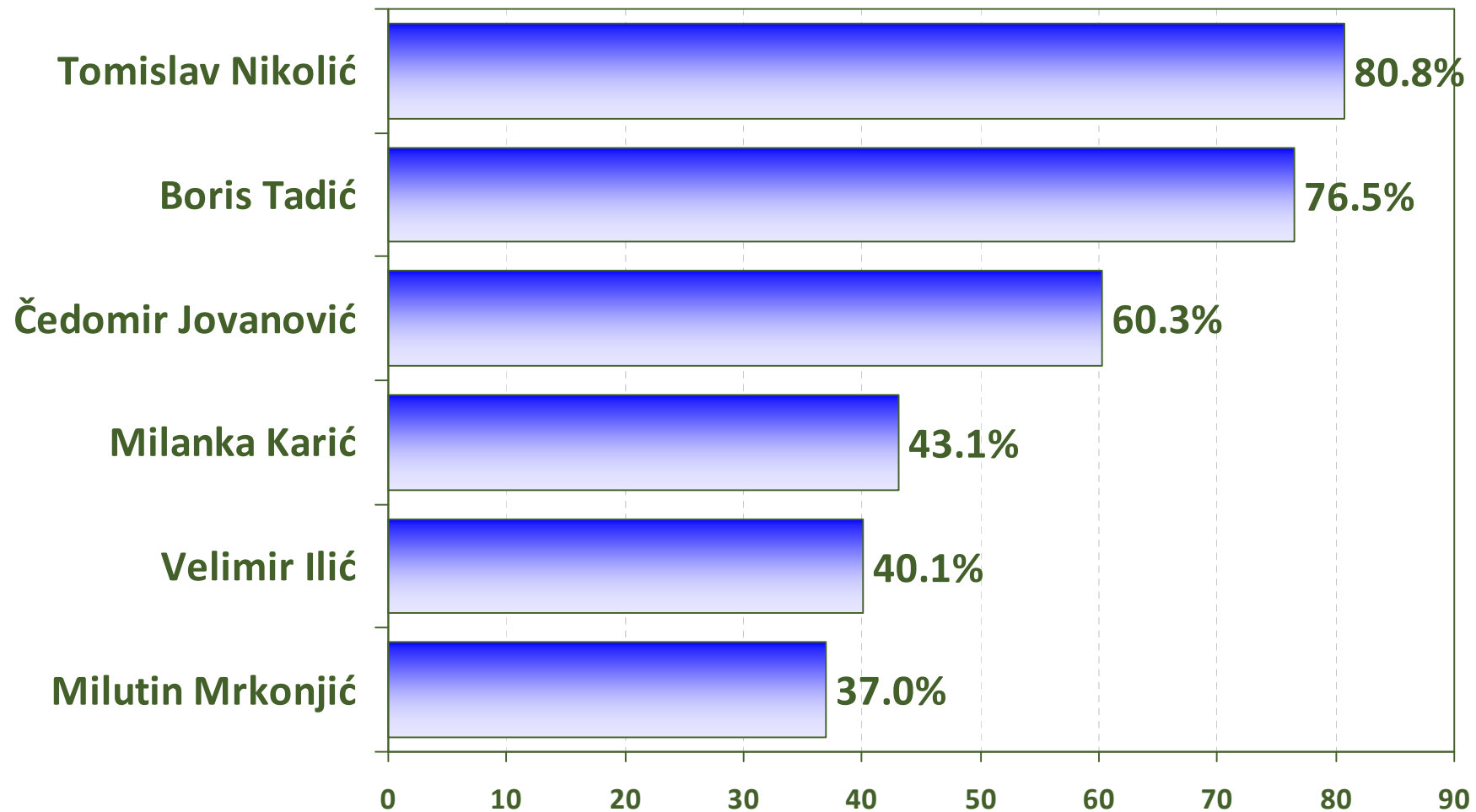
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –  
3 dana 18 sati 17 minuta i 28 sekundi**

# PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO KANDIDATIMA



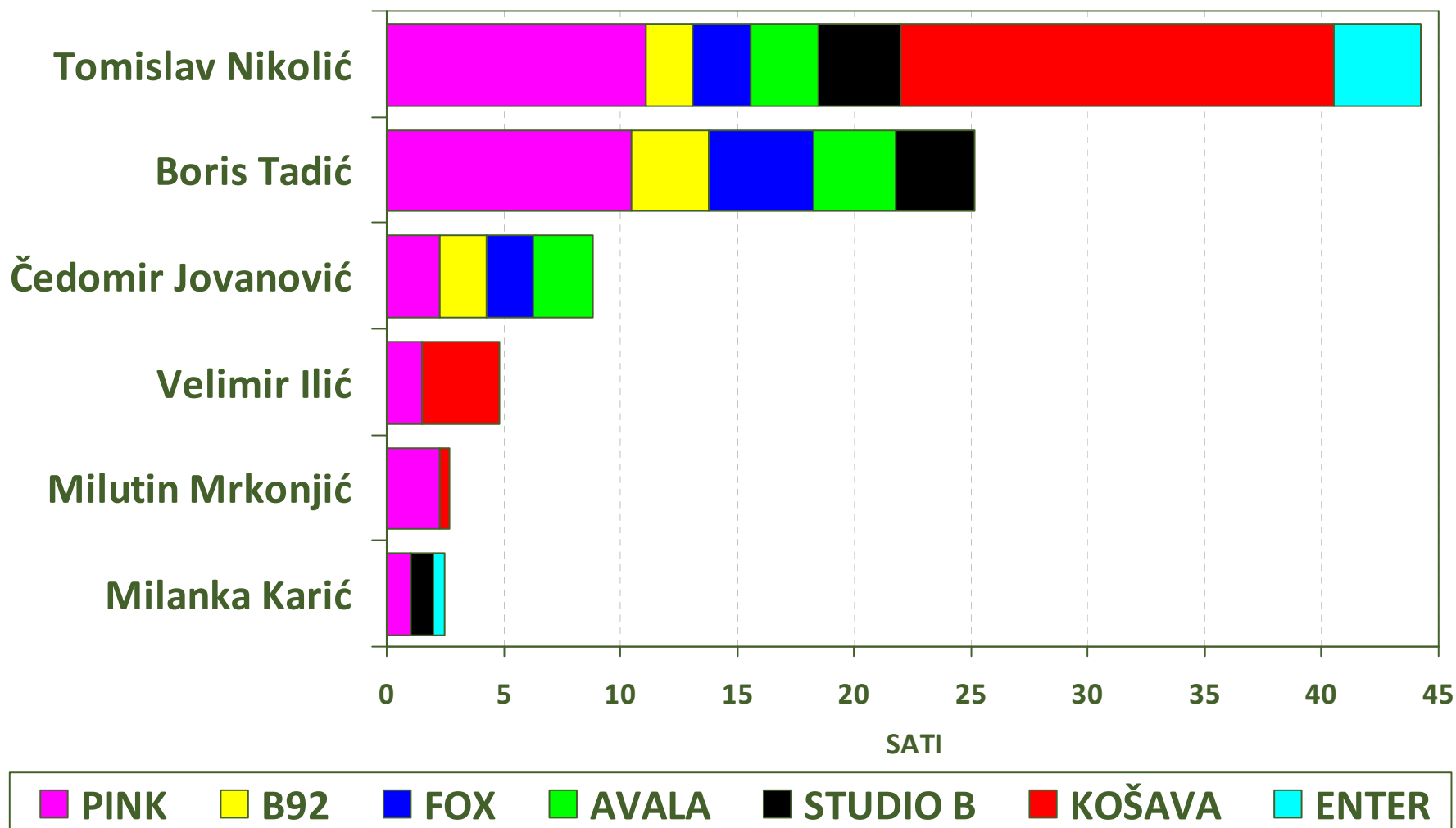
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –  
3 dana 18 sati 17 minuta i 28 sekundi**

# 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?



## KOJE TV STANICE SU KORISTILI KANDIDATI ZA EMITOVANJE PLAĆENIH TERMINA?



	PINK	B92	FOX	AVALA	STUDIO B	KOŠAVA	ENTER
TOMISLAV NIKOLIĆ	*	*	*	*	*	*	*
BORIS TADIĆ	*	*	*	*	*		
ČEDOMIR JOVANOVIĆ	*	*	*	*			
VELIMIR ILIĆ	*					*	
MILUTIN MRKONJIĆ	*					*	
MILANKA KARIĆ	*				*		*



AGB Nielsen  
Media Research

**Adresa:** Gavрила Principa 8, 11000 Beograd, Srbija

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

**Web site:** [www.agbnielsen.com](http://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)