

PREDSEDNIČKI IZBORI 2008.

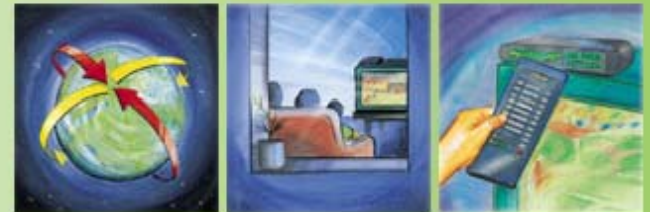
**Podaci o TV oglasnim kampanjama i
plaćenim terminima predsedničkih kandidata**

Medija centar Beograd, 20. januar 2008.

Darko Bročić, AGB Nielsen Media Research



**AGB Nielsen
Media Research**



METODOLOŠKE NAPOMENE

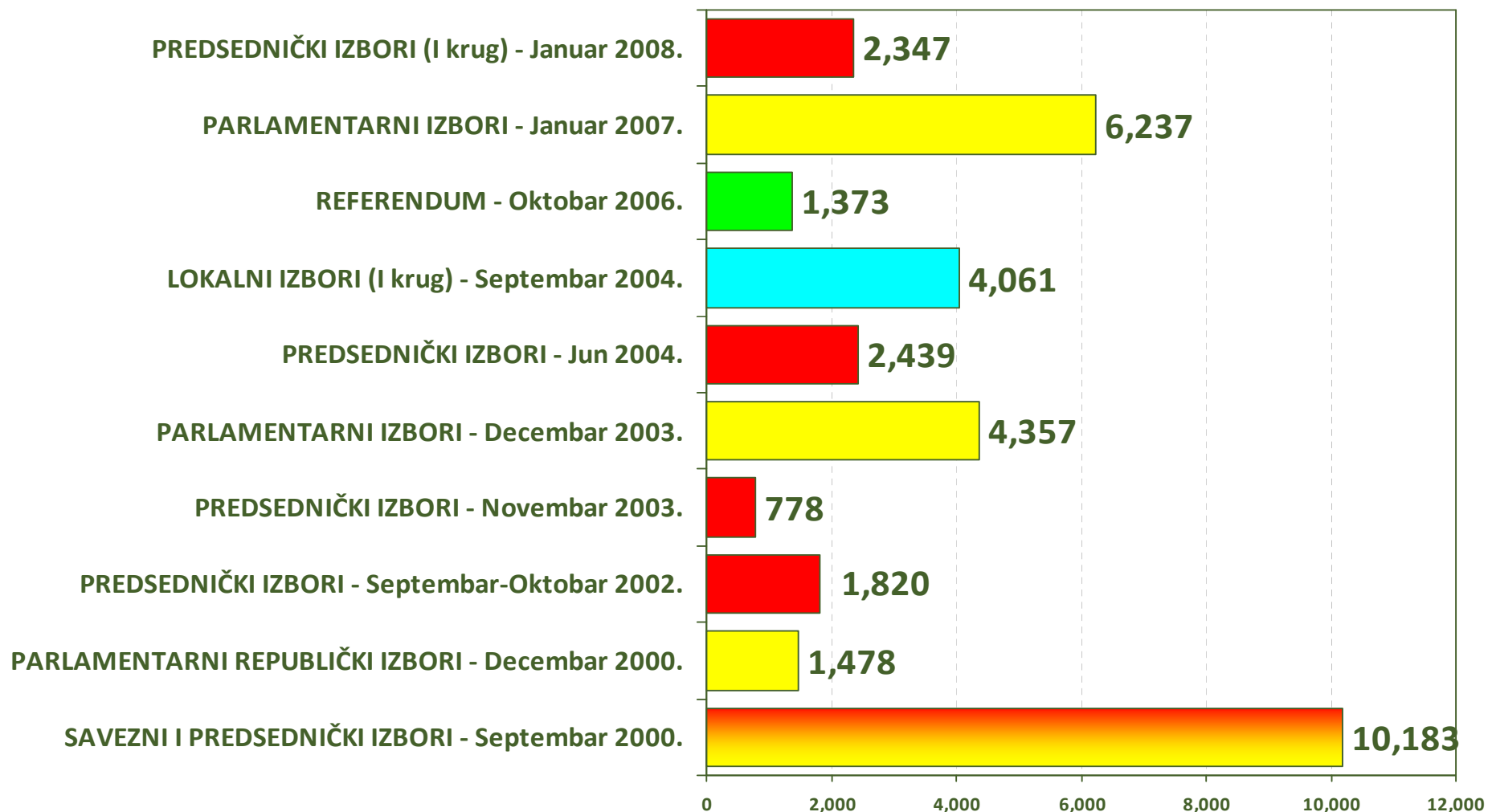


- Evidencija o svim emitovanim reklamnim TV spotovima i plaćenim terminima vodjena je na ukupno 10 najvećih TV stanica u zemlji i to: RTS 1, RTS 2, TV PINK, TV B-92, FOX TV, TV AVALA, TV KOŠAVA, STUDIO B, TV VOJVODINE 1. program i TV Enter
- Reklamni spotovi nekog od predsedničkih kandidata pojavili 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 svakodnevnom 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)

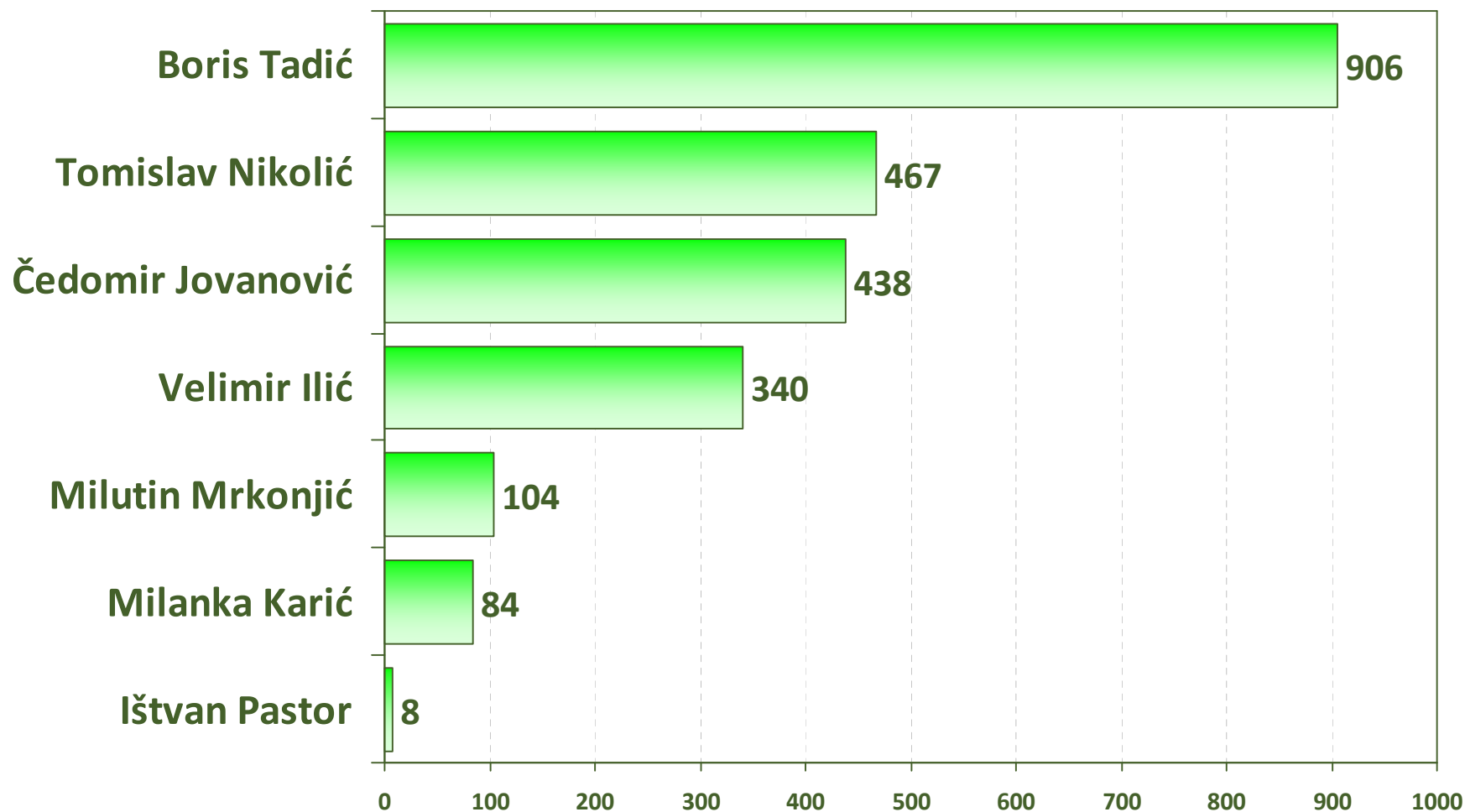
TV SPOTOVI



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PRILIKOM RANIJIH IZBORA

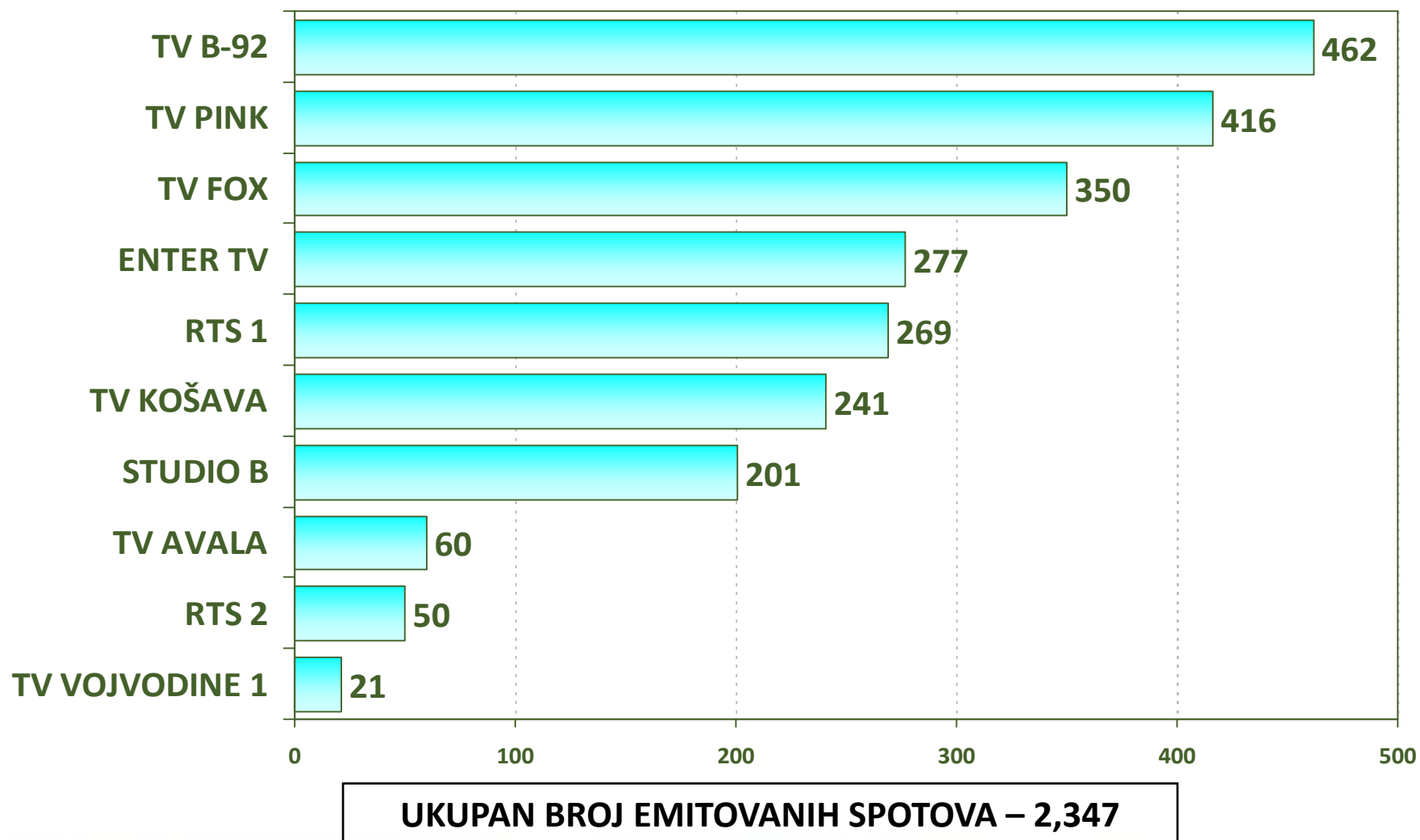


UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO KANDIDATIMA

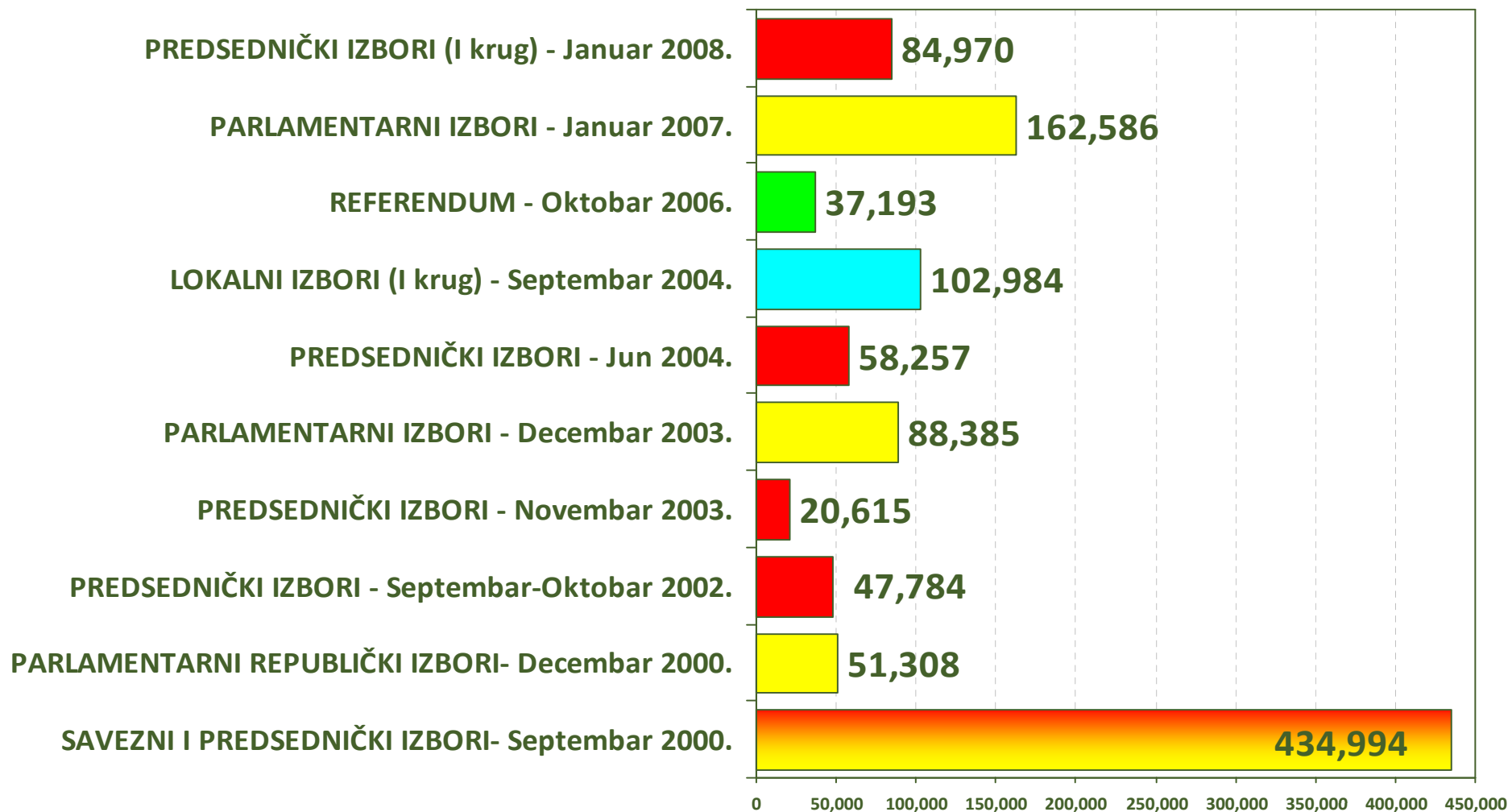


UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA – 2,347

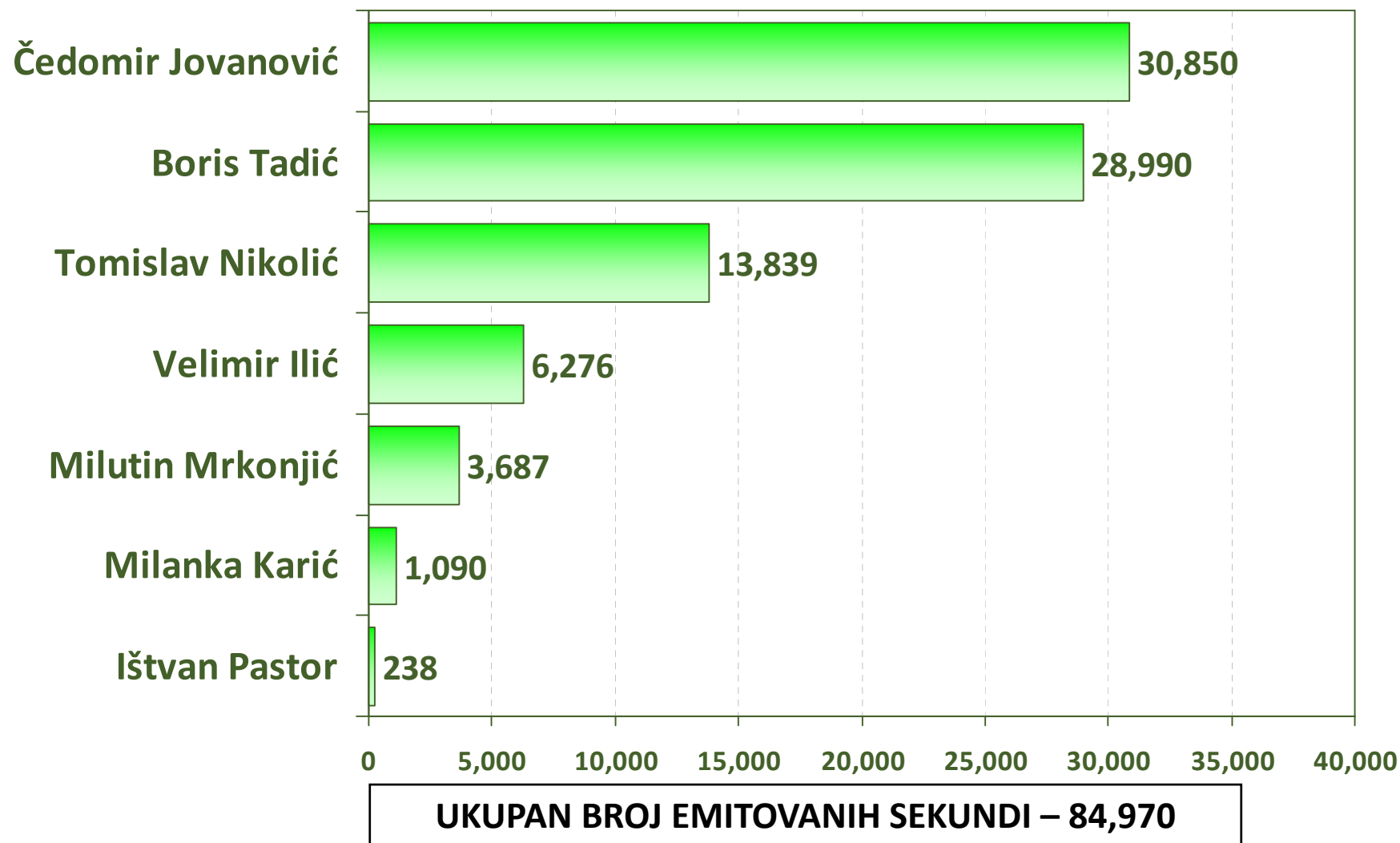
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SPOTOVA PO TV STANICAMA



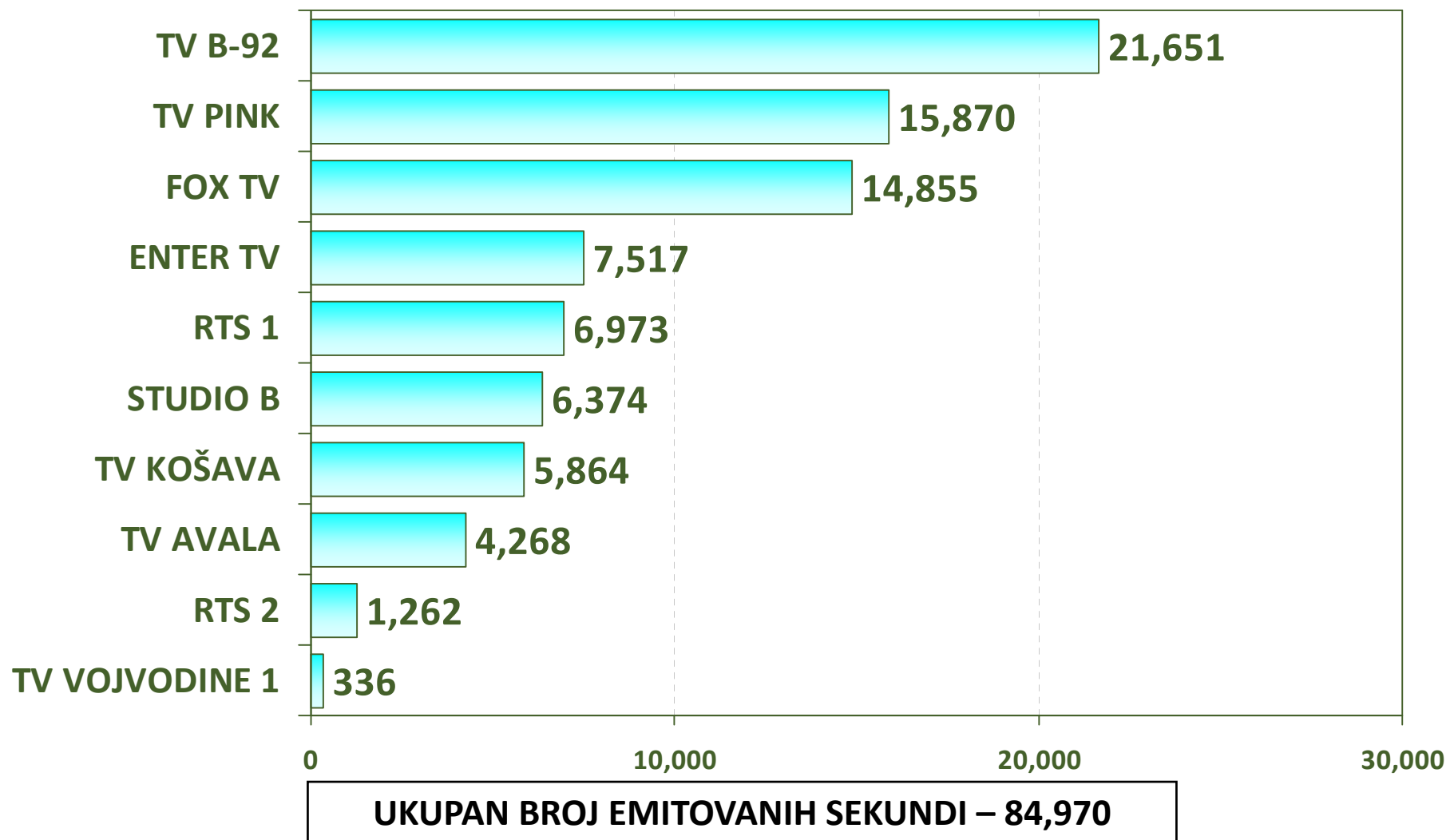
UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PRILIKOM RANIJIH IZBORA



UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO KANDIDATIMA

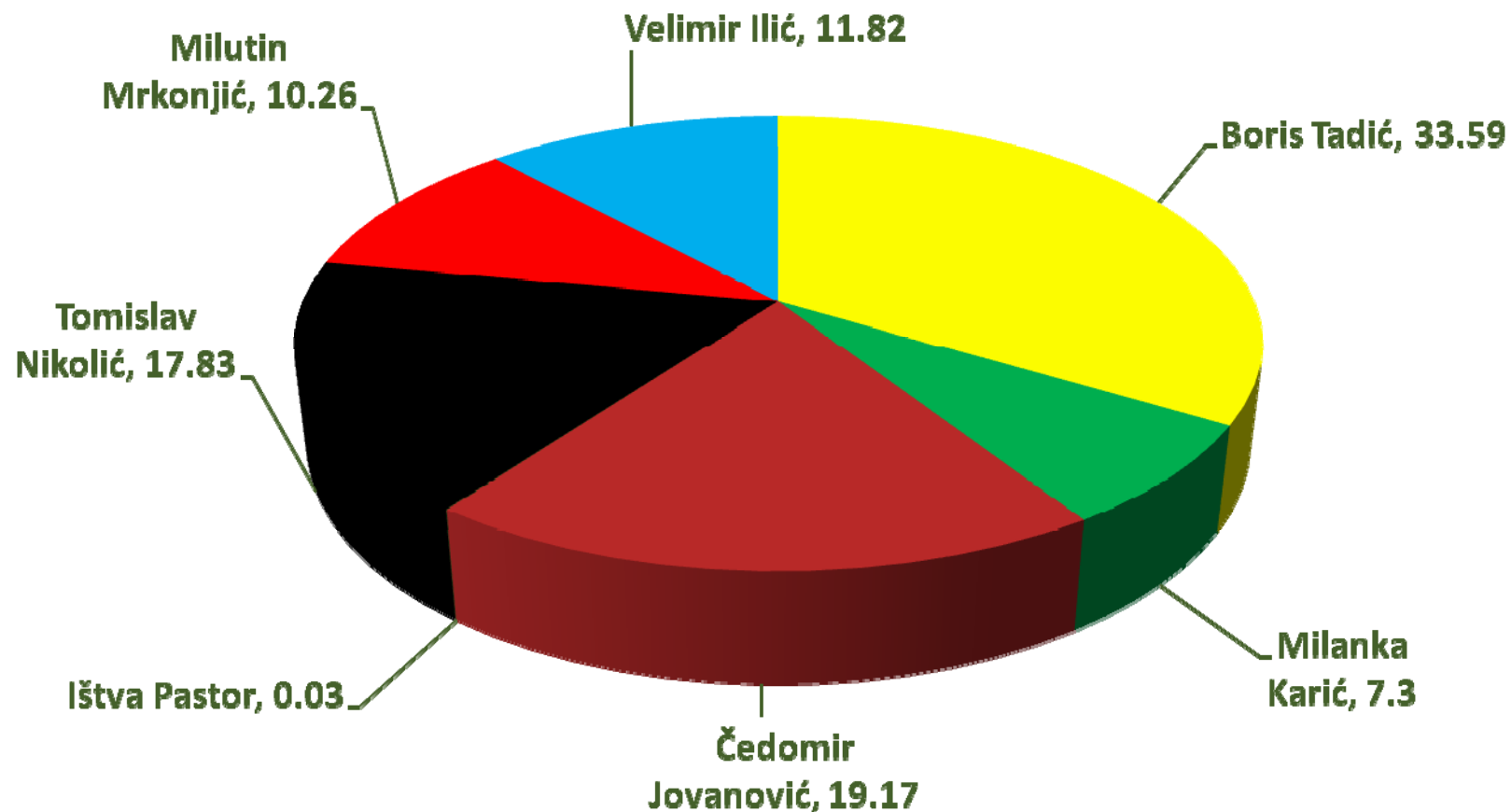


UKUPAN BROJ EMITOVANIH SEKUNDI PO TV STANICAMA



GLEĐANOST REKLAMNIH TV SPOTOVA

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

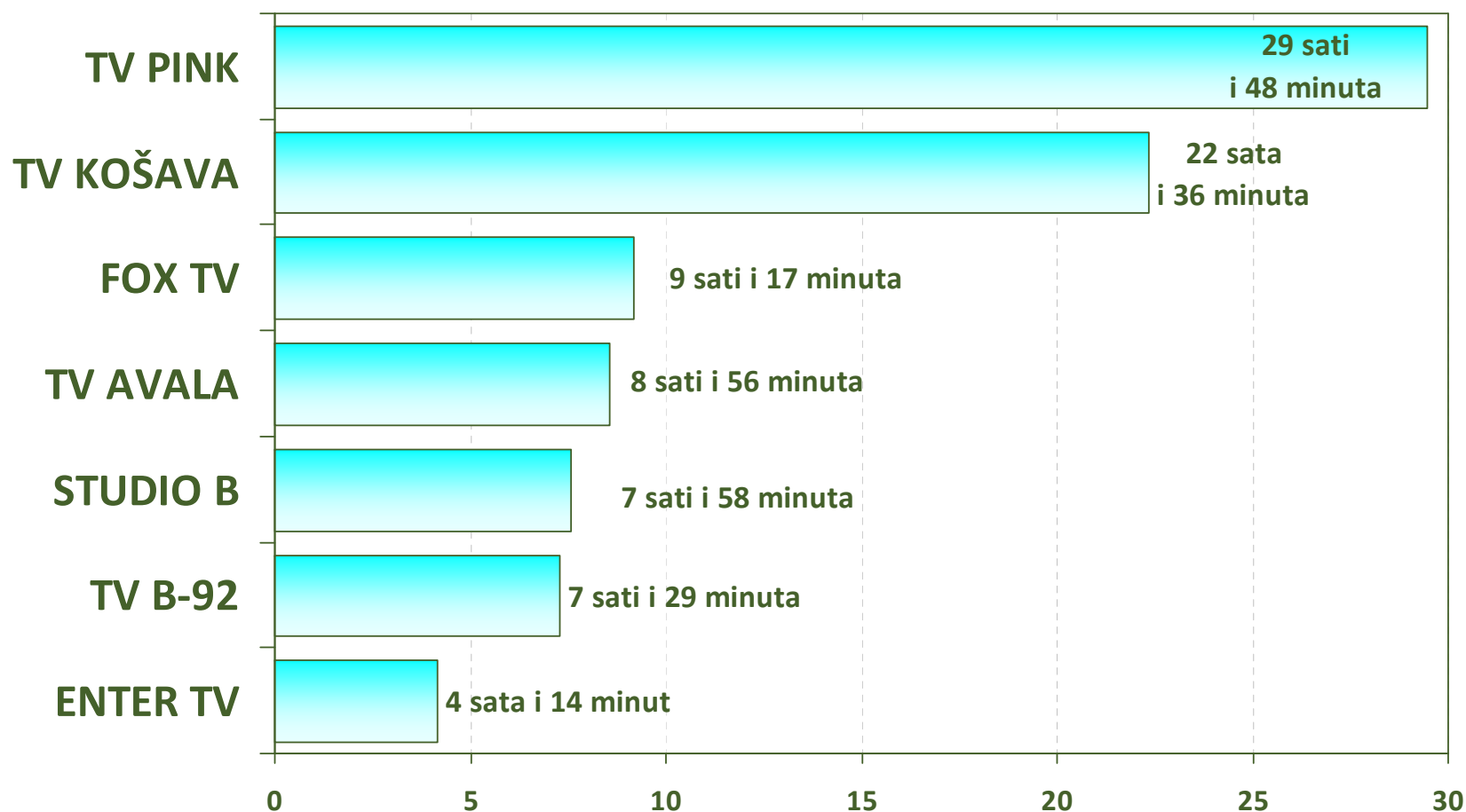


UKUPAN BROJ OSTVARENIH GRP – 9,022

PLAĆENI TERMINI

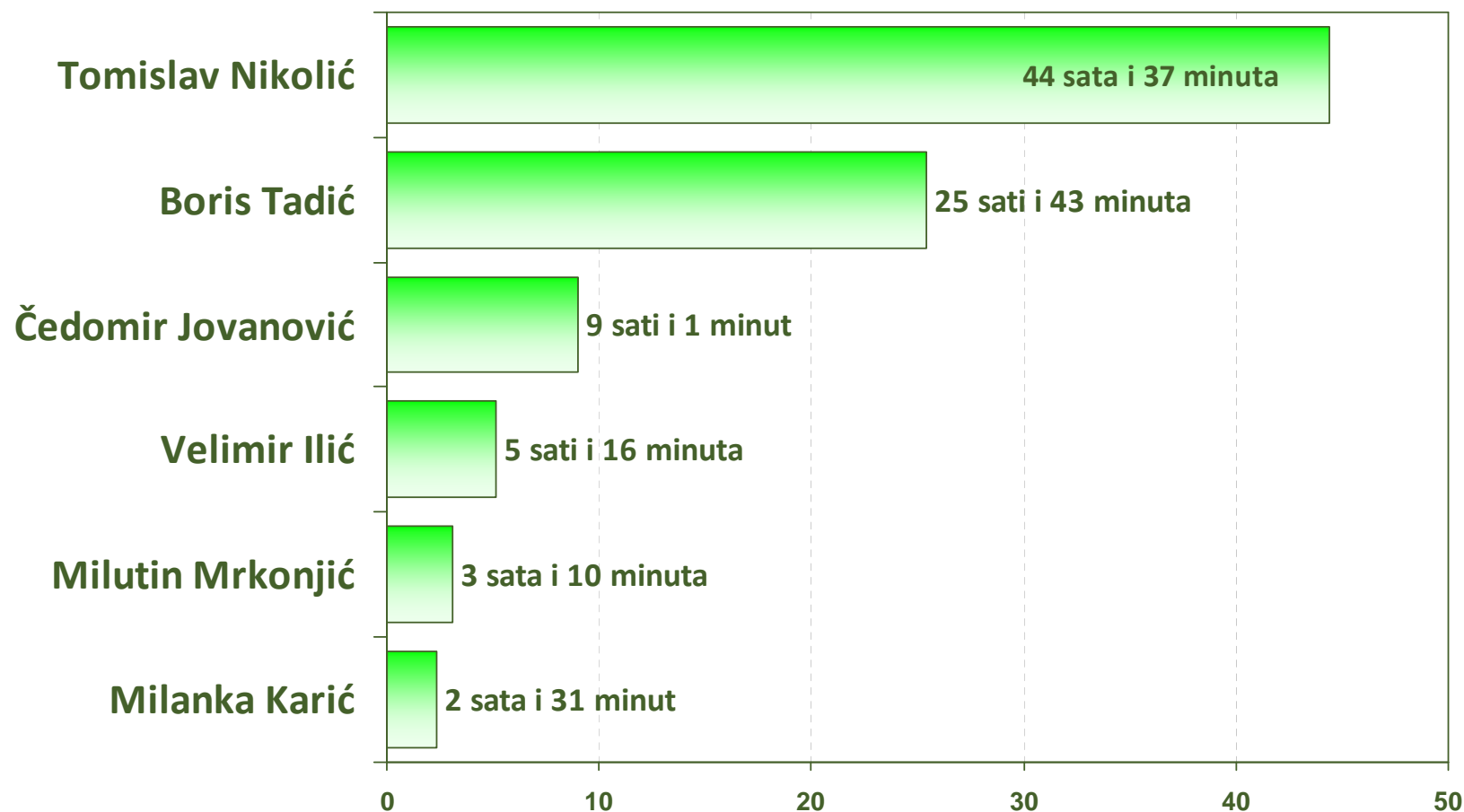


PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO TV STANICAMA



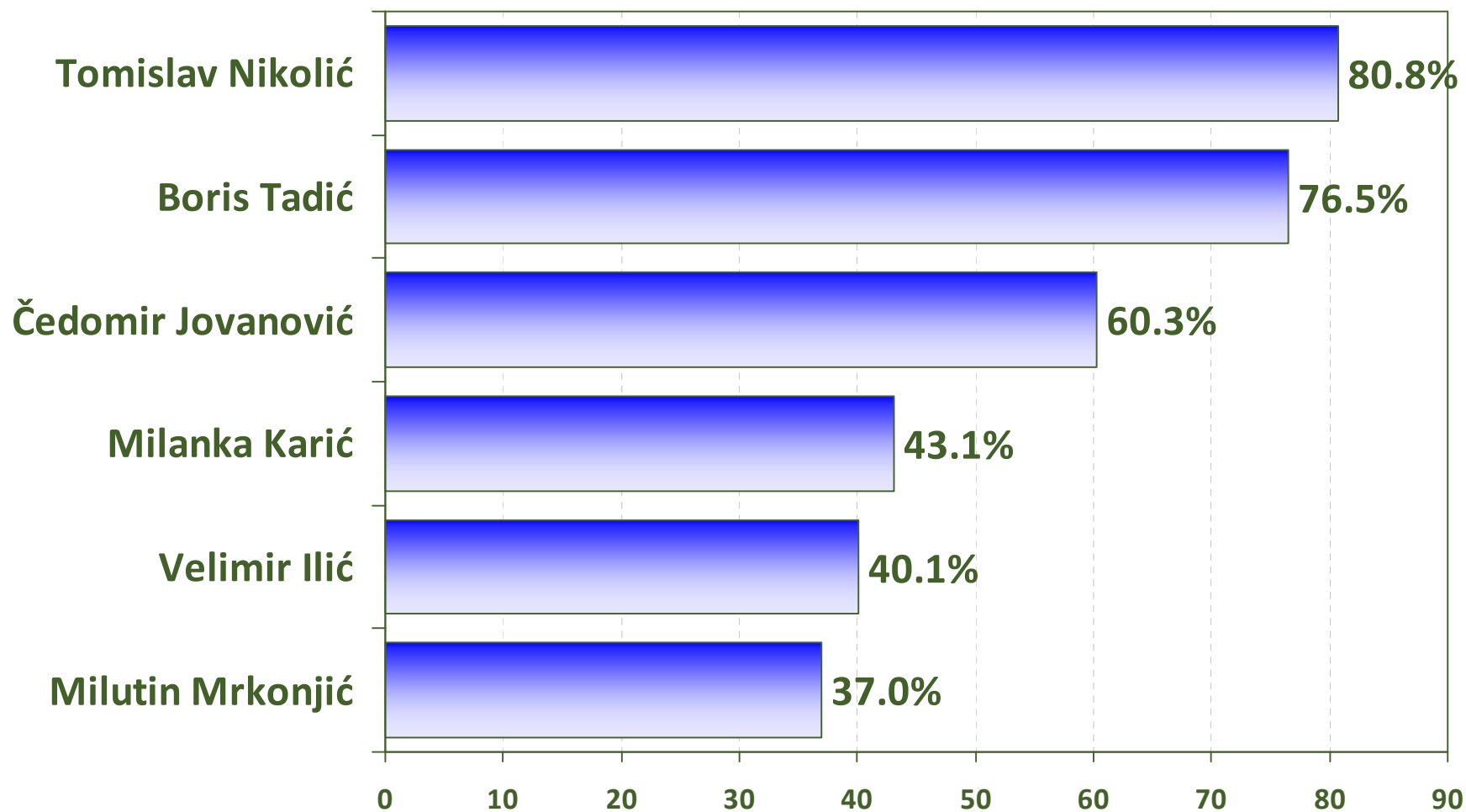
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –
3 dana 18 sati 17 minuta i 28 sekundi**

PLAĆENI TERMINI – DUŽINA EMITOVANJA PO KANDIDATIMA



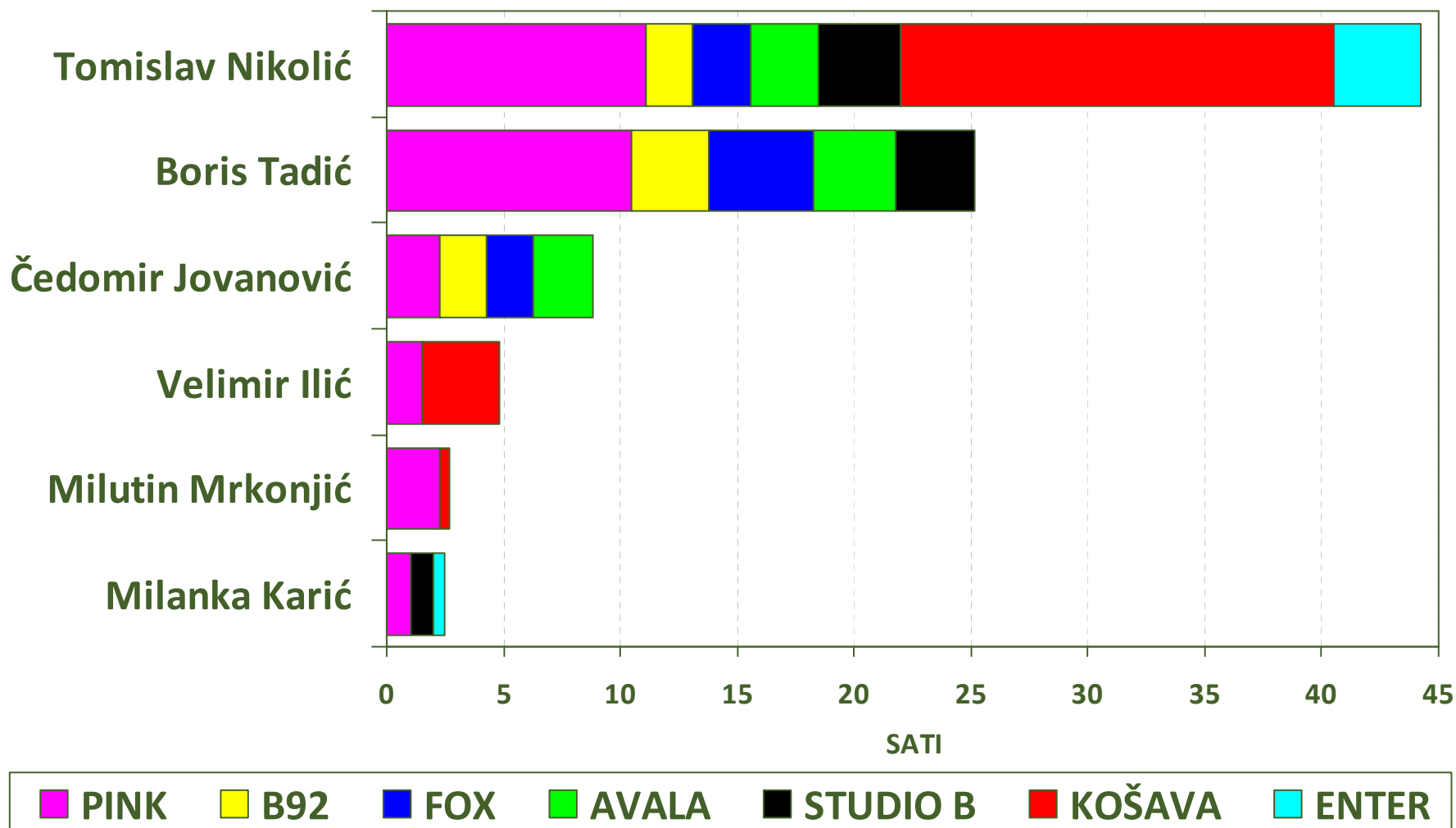
**UKUPAN DUŽINA EMITOVANIH PLAĆENIH TERMINA –
3 dana 18 sati 17 minuta i 28 sekundi**

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: 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)