

Client: Prijatelji životinja / ZeGeVege
Date: 28.10.2008.

IZVJEŠTAJ ANALIZE MEDIJSKIH OBJAVA

Prijatelji životinja

ZeGeVege
festival održivog življenja

ZeGeVege
Festival održivog življenja



Vrednovanje publiciteta

- Vrijednost se procjenjuje na osnovi komercijalne vrijednosti standardnih oglasa (AVE metoda)
- Budući da su u PR članku inkorporirani klijentov image i reputacija, komercijalna vrijednost množi se tzv. Faktorom kvalitete (QF od -4 to +4) prema Meriscore® skali naklonosti.
- QF se određuje na temelju količine dodane vrijednosti ugledu klijenta, veličini te stupnju pozitivnosti članka.

SKALA NAKLONOSTI

Meridian MERISCORE®

Meridian - CAVE skala naklonosti

| | |
|--|------|
| Izrazito naklonjen - Udarna vijest; samostalna ili dominantna pozicija na prvoj strani ili u udarnom terminu; inače kao i +3 | 4,0 |
| Vrlo naklonjen - Doista pozitivno za tvrtku; osjetno iznad stupnja +2 | 3,0 |
| Naklonjen - Očigledno pozitivno; to je normativ ili mjerni stupanj za pozitivne priloge | 2,0 |
| Umjereno naklonjen - Opipljivo pozitivnije nego neutralno, ali neodređeno; nedovoljno za stupanj +2 | 1,5 |
| Djelomično naklonjen - naginje neutralno | 1,0 |
| Neutralno - Samo kada je publicitet čisto nenamjeran (slučajan); ili kada je stupanj ± 1 neutraliziran dovoljno velikim suprotnim faktorom. Mnogi se sa 1 | 0,0 |
| Djelomično nenaklonjen - naginje neutralno | -1,0 |
| Umjereno nenaklonjen - Opipljivo negativnije nego pozitivnije, ali neodređeno; nedovoljno za stupanj -2 | -1,5 |
| Nenaklonjen - Očigledno negativno; to je normativ ili mjerni stupanj za negativne priloge | -2,0 |
| Vrlo nenaklonjen - Doista negativno za tvrtku; osjetno iznad stupnja -2 | -3,0 |
| Izrazito nenaklonjen - Udarna vijest; samostalna ili dominantna pozicija na prvoj strani ili u udarnom terminu; inače kao i -3 | -4,0 |

Metodologija evaluacije publiciteta

1. AVE
2. PR Vrijednost

1. AVE

Advertising Value Equivalency (AVE) temelji se na usporedbi površine objave članka sa zakupom oglasnog prostora iste površine u određenom mediju, u osnovi komercijalna vrijednost površine članka.

IPRA (International public relations association) definicija:

AVE se izračunava mjerenjem veličine članka u kvadratnim centimetrima (u slučaju tiskanog medija) ili trajanju u sekundama (elektronski medij) te množenjem dobivenih vrijednosti sa cijenama zakupa iste površine (trajanja) pojedinog medija. Dobiveni broj je cijena koju bi klijent trebao platiti za zakup oglasnog prostora iste veličine ili trajanja u pojedinom mediju. Procjenom cijelog medijskog praćenja na ovaj način može se odrediti ukupna AVE vrijednost medijskog praćenja unutar određenog medijskog perioda.

Metodologija evaluacije publiciteta

2. PR Vrijednost

- Uzimajući u obzir da su ugled i imidž klijenta te objektivna nepristranost novinara ugrađeni u članke objavljene u medijima komercijalna se vrijednost množi sa faktorom kvalitete članka (QF od +4 do -4). Faktor kvalitete se određuje objektivnim čitanjem članka te utvrđivanjem više pondera koji omogućavaju precizno ocjenjivanje kvalitete članka.
- PR vrijednost je komercijalna vrijednost članka (AVE) pomnožena sa faktorom kvalitete dobivenim prema Meriscore® skali naklonosti.

Osnovni podaci i pojašnjenja

Naručitelj: Prijatelji životinja

Analizu izradio: Meridian – Media Evaluation, Petra Logožar

Vremenski period: 01.09.2008. – 02.10.2008.

Analitička jedinica: članak, podatak o snimci

Ključne riječi: ZeGeVege, Prijatelji životinja

Uzorak: Tiskani i elektronski mediji na području RH

2. Pojašnjenja

2.1 Broj analiziranih članaka

Za zadani vremenski period analizirano je ukupno 47 objava. Ukupno su 44 objave govorile o ZeGeVege Festivalu, Prijateljima životinja i dodatnim aktivnostima povezanim s tim temema. Objava datirana 2.10. 2009 iz Večernjeg lista piše o Vege izazovu i Danu prijatelja životinja. Jedna je objava o romanu Mliječni put, a jedna o podršci građana vegetarijanstvu. Sve objave su pozitivne.

U najvećem broju članaka ZeGeVege je bio glavni subjekt objave (40), a u ostatku je bio sporedni subjekt objave.

Najviše objava zabilježeno je na Internetu (29).

Predstavnici Prijatelja životinja – Luka Oman i Ivana Surjan, spominju se : Luka Oman u jednoj, Ivana Surjan u četiri. Udruga Prijatelji životinja spominje se u 27 objava, te u naslovu jedne objave, a ZeGeVege festival u naslovima 26 objava. Sintagma “festival održivog življenja” spominje se u naslovima dvije objave. U dvije objave vidljiv je logotip festivala, a plakat je vidljiv u 12.

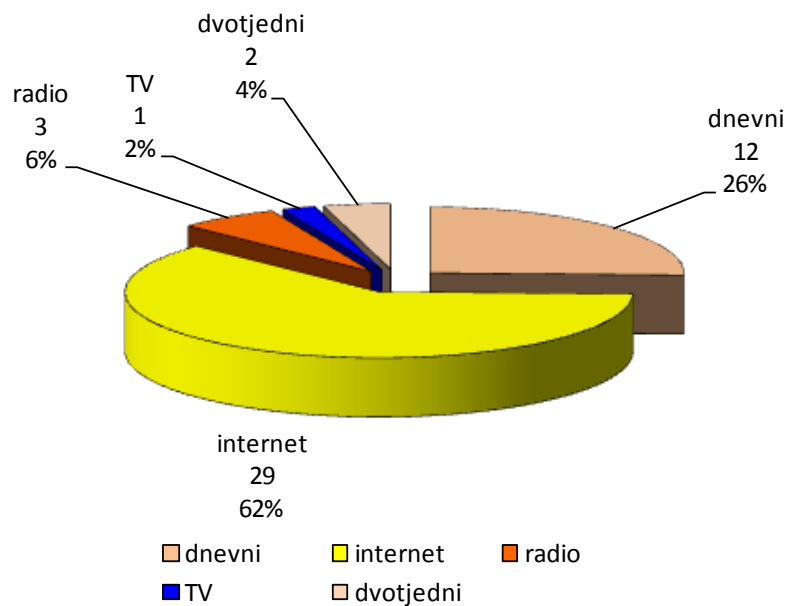
Najistaknutiji sponzor je Lush koji je spomenut kao inicijator akcije Vege izazov spomenut u 9 objava. Jedna objava spominje Repro-eko, te jedna Zvijezdu.

Ukupno ostvarena komercijalna vrijednost objava iznosila je: **168.733,61HRK**

Ukupno ostvarena PR vrijednost objava iznosila je: **423.409,72HRK**

Objave prema periodici

| Periodika medija | Broj |
|------------------|------|
| dnevni | 12 |
| internet | 29 |
| radio | 3 |
| TV | 1 |
| dvotjedni | 2 |

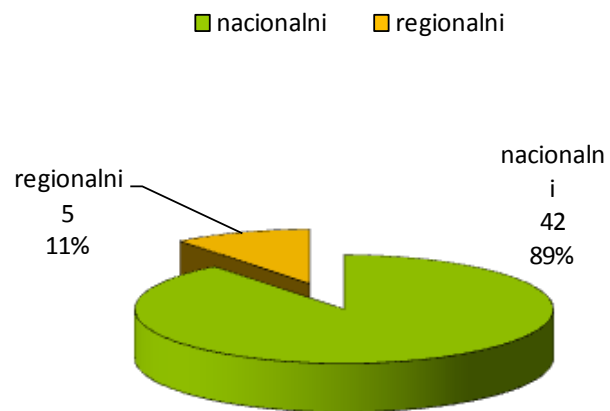


U analiziranom periodu internet mediji prednjače brojem objavljenih članaka sa visokih 62% objava. Tiskani mediji imali su 14 objava, od toga dvije u dvotjednicima, ostale u dnevnim medijima.

Radio je emitirao tri objave.
Na TV-u je emitirana jedna objava.

Objave prema dosegu medija

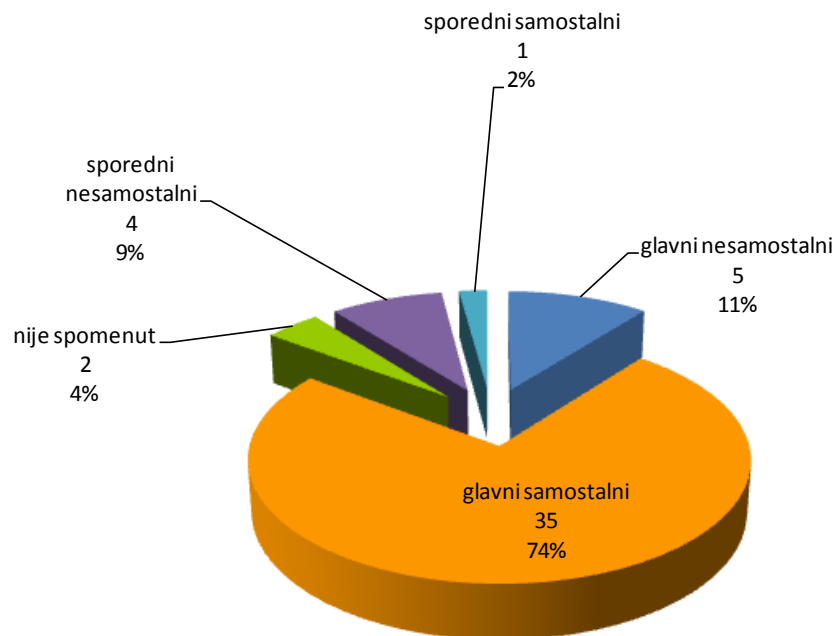
| Doseg medija | Broj |
|--------------|------|
| nacionalni | 42 |
| regionalni | 5 |



Od ukupno 47 objava – 89% je objavljeno u medijima s nacionalnim dosegom u općoj javnosti.

Objave prema položaju subjekta

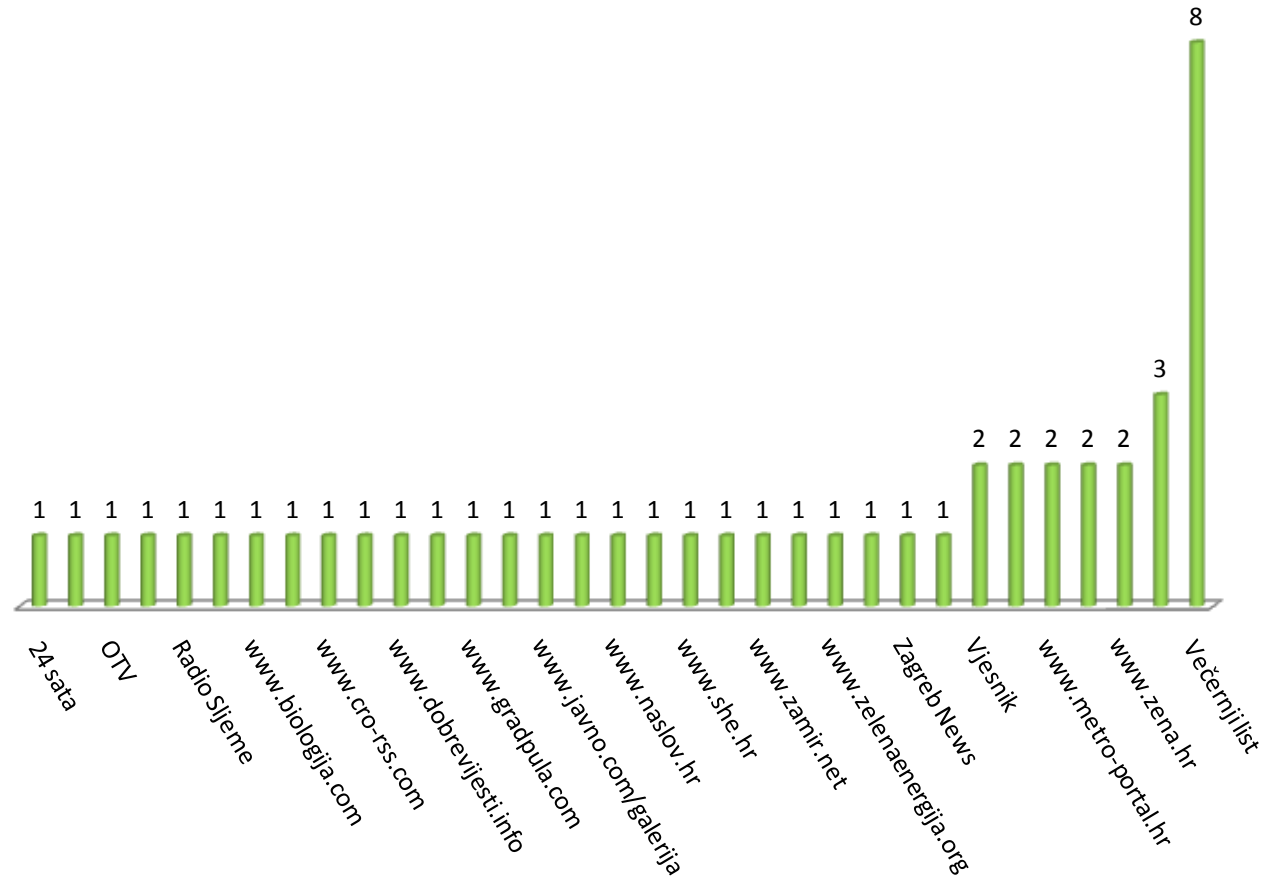
| Položaj | Broj objava |
|-----------------------|-------------|
| glavni nesamostalni | 5 |
| glavni samostalni | 35 |
| nije spomenut | 2 |
| sporedni nesamostalni | 4 |
| sporedni samostalni | 1 |

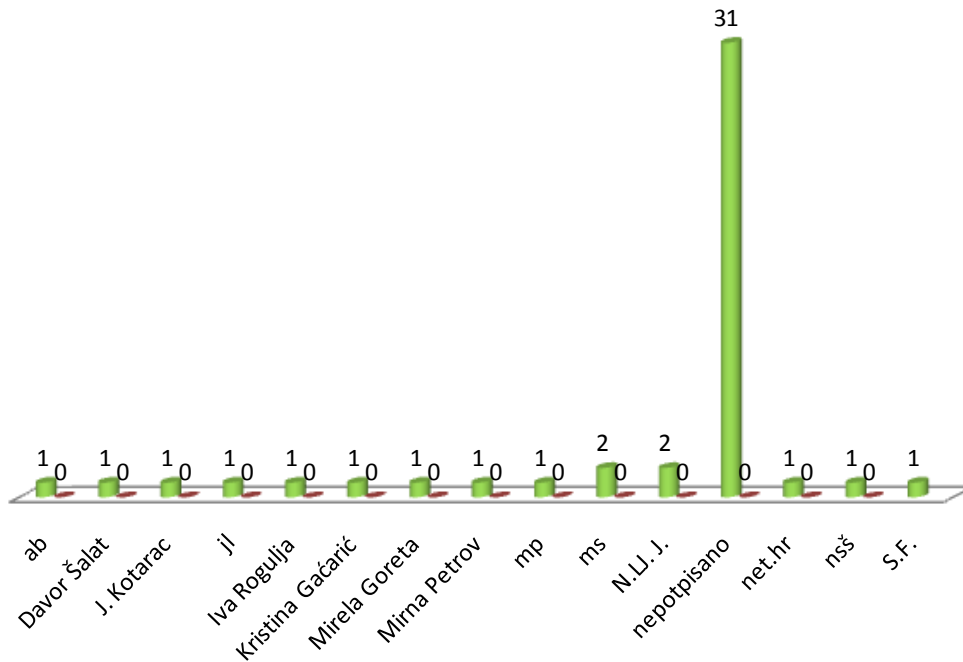


U 35 objavljenih članaka, ZeGeVege je glavni samostalni subjekt objave, što znači da cijeli članak/objava govore o Festivalu i pratećim događanjima. Glavni nesamostalni je u 5 objava, pri tome dijeleći poziciju s još nekom temom. Sporedni je subjekt u 5 objava. Nije spomenut u objavi koja piše o knjizi Mliječni put, te onoj o podršci građana vegetarijancima.

Broj objava po medijima

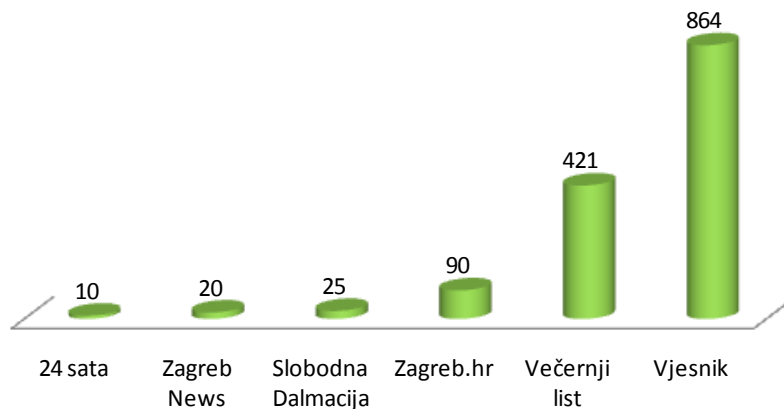
| Medij | Broj objava |
|------------------------|-------------|
| 24 sata | 1 |
| HR | 1 |
| OTV | 1 |
| Radio 101 | 1 |
| Radio Sljeme | 1 |
| Slobodna Dalmacija | 1 |
| www.biologija.com | 1 |
| www.cromoda.com | 1 |
| www.cro-rss.com | 1 |
| www.dnevno.hr | 1 |
| www.dobrevijesti.info | 1 |
| www.drumtidam.info | 1 |
| www.gradpula.com | 1 |
| www.index.hr | 1 |
| www.javno.com/galerija | 1 |
| www.kamodanas.com | 1 |
| www.naslov.hr | 1 |
| www.ordinacija.hr | 1 |
| www.she.hr | 1 |
| www.zagreb.hr | 1 |
| www.zamir.net | 1 |
| www.zdravakrava.net | 1 |
| www.zelenaenergija.org | 1 |
| www.zvijezda.hr | 1 |
| Zagreb News | 1 |
| Zagreb.hr | 1 |
| Vjesnik | 2 |
| www.aktualno.hr | 2 |
| www.metro-portal.hr | 2 |
| www.net.hr | 2 |
| www.zena.hr | 2 |
| www.t-portal.hr | 3 |
| Večernji list | 8 |





| Autor | Medij | pozitivno/neutralno | negativno |
|------------------|--------------------|---------------------|-----------|
| ab | 24 sata | 1 | 0 |
| Davor Šalat | Radio Sljeme | 1 | 0 |
| J. Kotarac | Vjesnik | 1 | 0 |
| jl | Večernji list | 1 | 0 |
| Iva Rogulja | Večernji list | 1 | 0 |
| Kristina Gačarić | Zagreb News | 1 | 0 |
| Mirela Goreta | Slobodna Dalmacija | 1 | 0 |
| Mirna Petrov | Vjesnik | 1 | 0 |
| mp | Večernji list | 1 | 0 |
| ms | Večernji list | 2 | 0 |
| N.L.J. | www.t-portal.hr | 2 | 0 |
| nepotpisano | razni mediji | 31 | 0 |
| net.hr | www.net.hr | 1 | 0 |
| nsš | Večernji list | 1 | 0 |
| S.F. | www.t-portal.hr | 1 | 0 |

| Medij | Površina/cm ² |
|--------------------|--------------------------|
| 24 sata | 10 |
| Zagreb News | 20 |
| Slobodna Dalmacija | 25 |
| Zagreb.hr | 90 |
| Večernji list | 421 |
| Vjesnik | 864 |

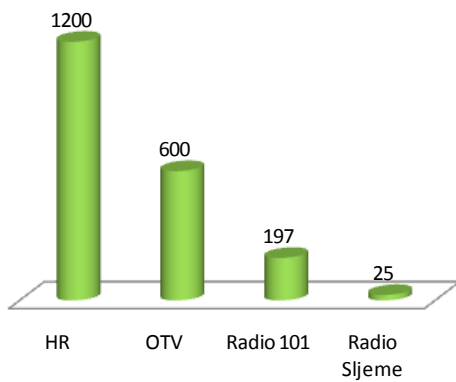


***napomena**

Površina objava izražena je u kvadratnim centimetrima za tisak, a u sekundama za TV i radio.

Veličina objava na Internetu se ne mjeri, pa su oznake za veličinu objava s Interneta 0.

| Medij | Trajanje/s |
|--------------|------------|
| HR | 1200 |
| OTV | 600 |
| Radio 101 | 197 |
| Radio Sljeme | 25 |

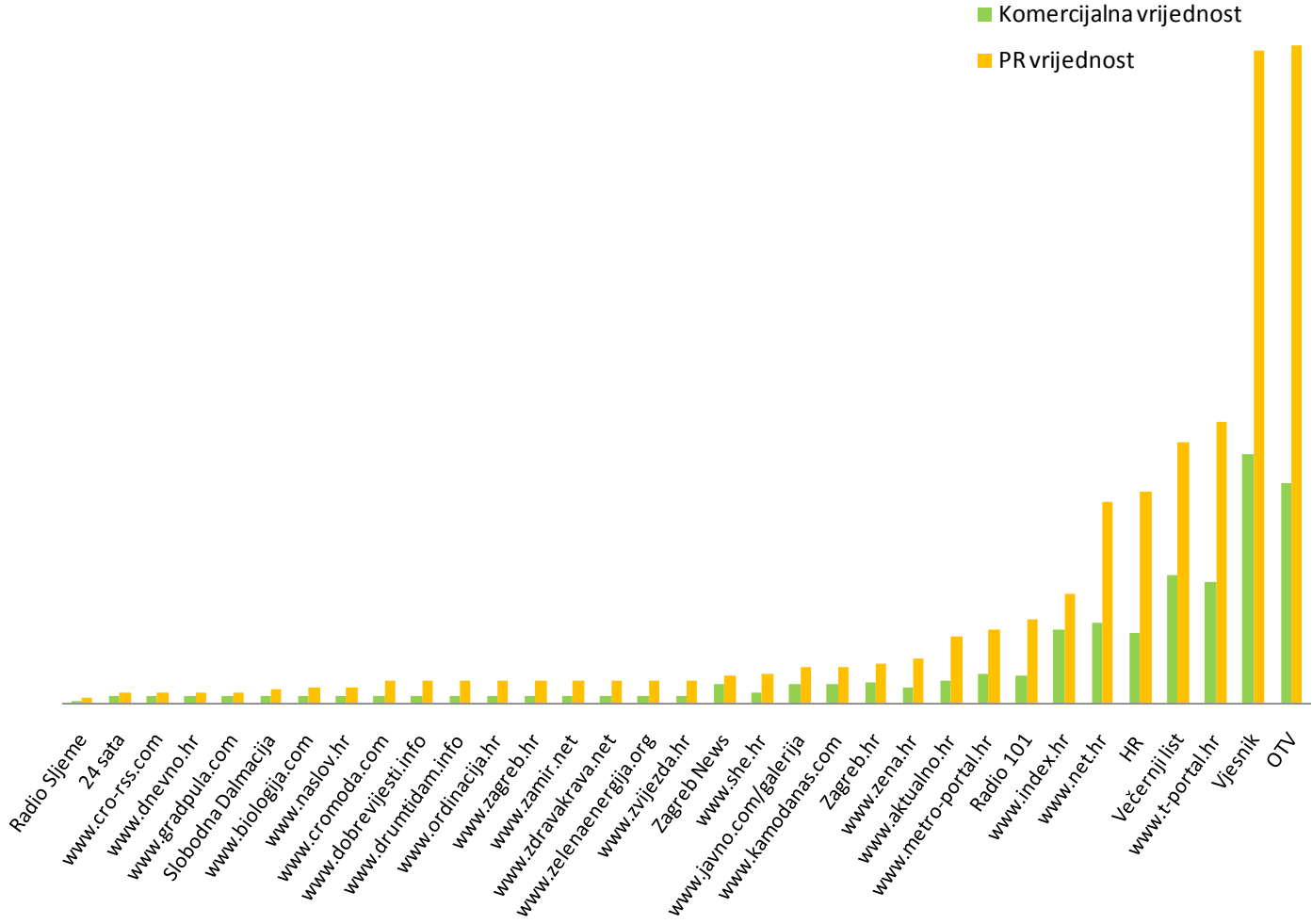


| Internet | ne mjeri se | Internet | ne mjeri se |
|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|
| www.aktualno.hr | 0 | www.metro-portal.hr | 0 |
| www.biologija.com | 0 | www.naslov.hr | 0 |
| www.cromoda.com | 0 | www.net.hr | 0 |
| www.cro-rss.com | 0 | www.ordinacija.hr | 0 |
| www.dnevno.hr | 0 | www.she.hr | 0 |
| www.dobrevijesti.info | 0 | www.t-portal.hr | 0 |
| www.drumtidam.info | 0 | www.zagreb.hr | 0 |
| www.gradpula.com | 0 | www.zamir.net | 0 |
| www.index.hr | 0 | www.zdravakrava.net | 0 |
| www.javno.com/galeri | 0 | www.zelenaenergija.org | 0 |
| www.kamodanas.com | 0 | www.zena.hr | 0 |
| | | www.zvijezda.hr | 0 |

Usporedba Komercijalne i PR Vrijednosti

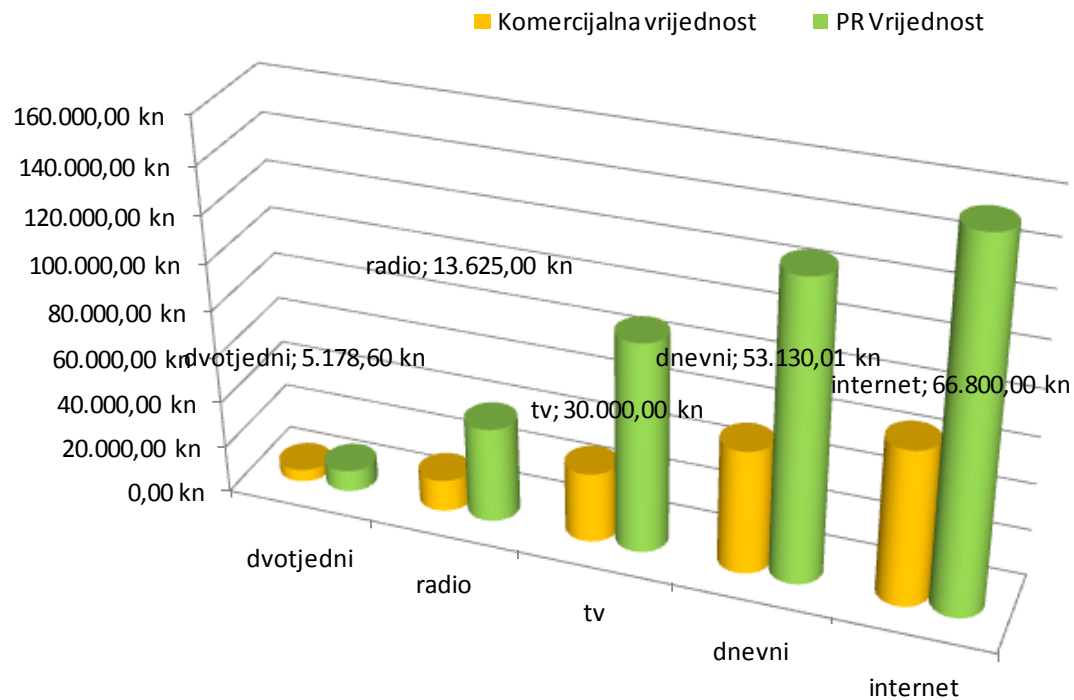
| Medij | Komercijalna vrijednost | PR vrijednost |
|------------------------|-------------------------|---------------|
| Radio Sljeme | 225,00 kn | 675,00 kn |
| 24 sata | 927,40 kn | 1.391,10 kn |
| www.cro-rss.com | 1.000,00 kn | 1.500,00 kn |
| www.dnevno.hr | 1.000,00 kn | 1.500,00 kn |
| www.gradpula.com | 1.000,00 kn | 1.500,00 kn |
| Slobodna Dalmacija | 880,00 kn | 1.760,00 kn |
| www.biologija.com | 1.000,00 kn | 2.000,00 kn |
| www.naslov.hr | 1.000,00 kn | 2.000,00 kn |
| www.cromoda.com | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.dobrevijesti.info | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.drumtidam.info | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.ordinacija.hr | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.zagreb.hr | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.zamir.net | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.zdravakrava.net | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.zelenaenergija.org | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| www.zvijezda.hr | 1.000,00 kn | 3.000,00 kn |
| Zagreb News | 2.444,40 kn | 3.666,60 kn |
| www.she.hr | 1.300,00 kn | 3.900,00 kn |
| www.javno.com/galerija | 2.500,00 kn | 5.000,00 kn |
| www.kamodanas.com | 2.500,00 kn | 5.000,00 kn |
| Zagreb.hr | 2.734,20 kn | 5.468,40 kn |
| www.zena.hr | 2.000,00 kn | 6.000,00 kn |
| www.aktualno.hr | 3.000,00 kn | 9.000,00 kn |
| www.metro-portal.hr | 4.000,00 kn | 10.000,00 kn |
| Radio 101 | 3.800,00 kn | 11.400,00 kn |
| www.index.hr | 10.000,00 kn | 15.000,00 kn |
| www.net.hr | 11.000,00 kn | 27.500,00 kn |
| HR | 9.600,00 kn | 28.800,00 kn |
| Večernji list | 17.367,41 kn | 35.559,02 kn |
| www.t-portal.hr | 16.500,00 kn | 38.500,00 kn |
| Vjesnik | 33.955,20 kn | 89.289,60 kn |
| OTV | 30.000,00 kn | 90.000,00 kn |

Usporedba ukupne Komercijalne i PR vrijednosti – po mediju



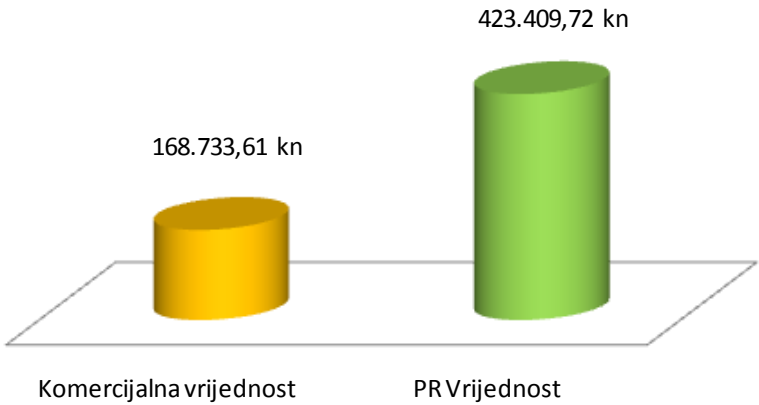
Usporedna komercijalne i PR vrijednosti prema tipu medija

| Periodika | Komercijalna vrijednost | PR Vrijednost |
|-----------|-------------------------|---------------|
| dvotjedni | 5.178,60 kn | 9.135,00 kn |
| radio | 13.625,00 kn | 40.875,00 kn |
| tv | 30.000,00 kn | 90.000,00 kn |
| dnevni | 53.130,01 kn | 127.999,72 kn |
| internet | 66.800,00 kn | 155.400,00 kn |



Usporedba komercijalne i PR vrijednosti - UKUPNO

| Usporedba komercijalne i PR vrijednosti | |
|---|---------------|
| Komercijalna vrijednost | 168.733,61 kn |
| PR Vrijednost | 423.409,72 kn |



Analizu izradio:



**Gramaća 94, Šestine
HR- 10 000 Zagreb**

**Tel:+385 1 2360 736
Mob: 385 91 5228 087**

**E-mail: petra@meridian-apr.hr
<http://www.meridian-apr.hr>**

Autor: Petra Logožar

