



Client: Prijatelji životinja/ZeGeVege
Date: 28.10.2010.

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 nenamjeren (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: 01.09.2010. – 10.10.2010.

Analitička jedinica: članak, podatak o snimci

Ključne riječi: ZeGeVege, Prijatelji životinja

Uzorak: Tiskani, elektronski, internet mediji na području RH

2. Pojašnjenja

2.1 Broj analiziranih članaka

Za zadani vremenski period analizirano je ukupno 68 objava. Sve su objave govorile o ZeGeVege Festivalu, Prijateljima životinja i dodatnim aktivnostima povezanim s tim temama. Sve objave su pozitivne.

U najvećem broju članaka ZeGeVege je bio glavni subjekt objave (65), a u ostatku je bio sporedni subjekt objave.

Najviše objava zabilježeno je na Internetu (37).

Predstavnici Prijatelja životinja – Luka Oman i Ivana Surjan, spominju se : Luka Oman u dvije, Ivana Surjan u pet objava. Udruga Prijatelji životinja spominje se u svim objavama. ZeGeVege festival spominje se u naslovima 27 objava. Sintagma “festival održivog življenja” spominje se u naslovima osam objava. U dvije objave vidljiv je logotip festivala, a plakat je vidljiv u 12. Vizuali festivala vidljivi su u 23 objave. Fotografijama je opremljena 41 tiskana/internet objava.

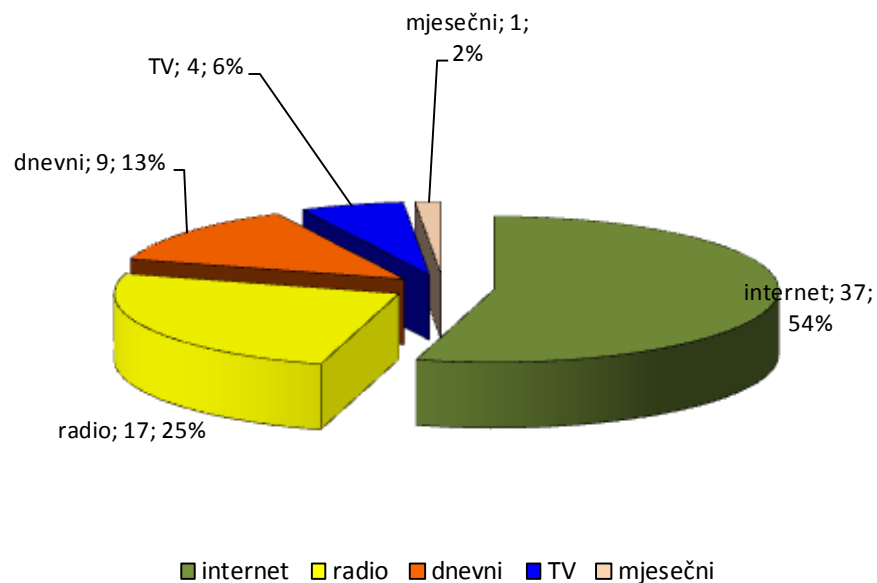
Svi su sponzori pobrojani u sedam objava.

Ukupno ostvarena komercijalna vrijednost objava iznosila je: **183.243,91HRK**

Ukupno ostvarena PR vrijednost objava iznosila je: **423.041,73HRK**

Objave prema periodici

Periodika medija	Broj
internet	37
radio	17
dnevni	9
TV	4
mjesečni	1

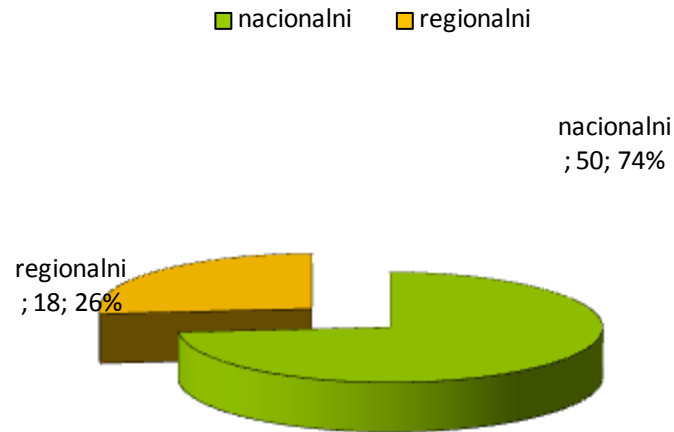


U analiziranom periodu internet mediji prednjače brojem objavljenih članaka sa 54% objava. Radio je imao 17 objava. Tiskani mediji imali su 10 objava, od toga devet u dnevnicima, te jedna u mjesečniku.

Na TV-u su emitirane četiri objave – sve na regionalnoj Z1 televiziji.

Objave prema doseg medija

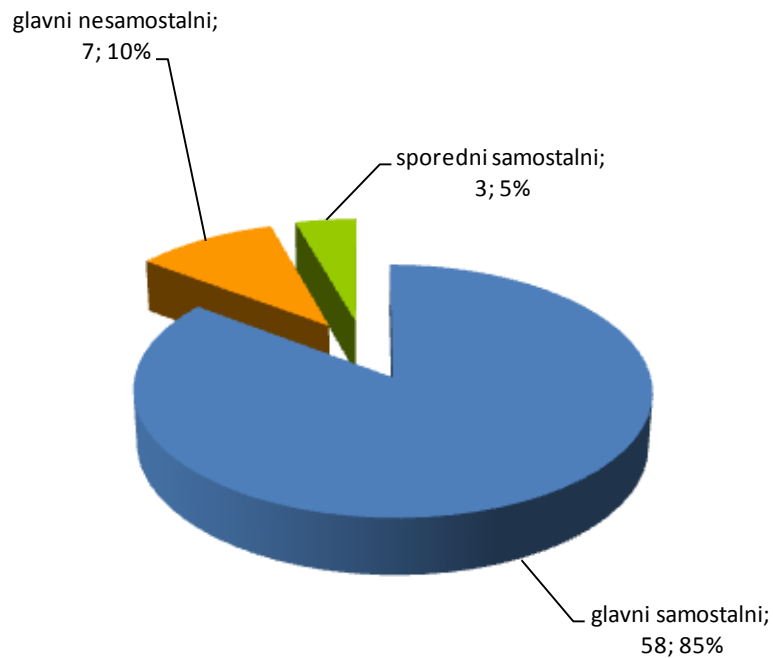
Doseg medija	Broj
nacionalni	50
regionalni	18



Od ukupno 68 objava – 74% su objavljeno u medijima s nacionalnim dosegom u općoj javnosti. Regionalni mediji su redom s područja Zagreba i zagrebačke županije.

Objave prema položaju subjekta

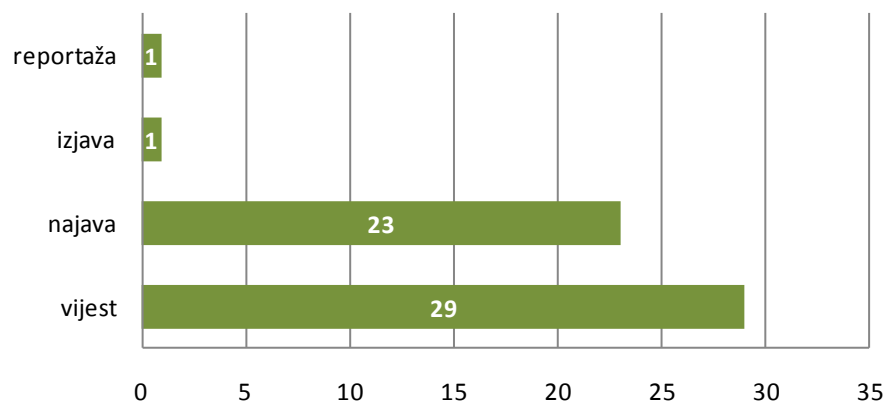
Položaj	Broj objava
glavni samostalni	58
glavni nesamostalni	7
sporedni samostalni	3



U 58 objava ZeGeVege je glavni samostalni subjekt objave, što znači da cijeli članak/objava govore o Festivalu i pratećim događanjima. Glavni nesamostalni je u sedam objava, pri tome dijeleći poziciju s još nekom temom (Vege kuhanje na otvorenom). Sporedni je subjekt u tri objave.

Objave prema vrsti

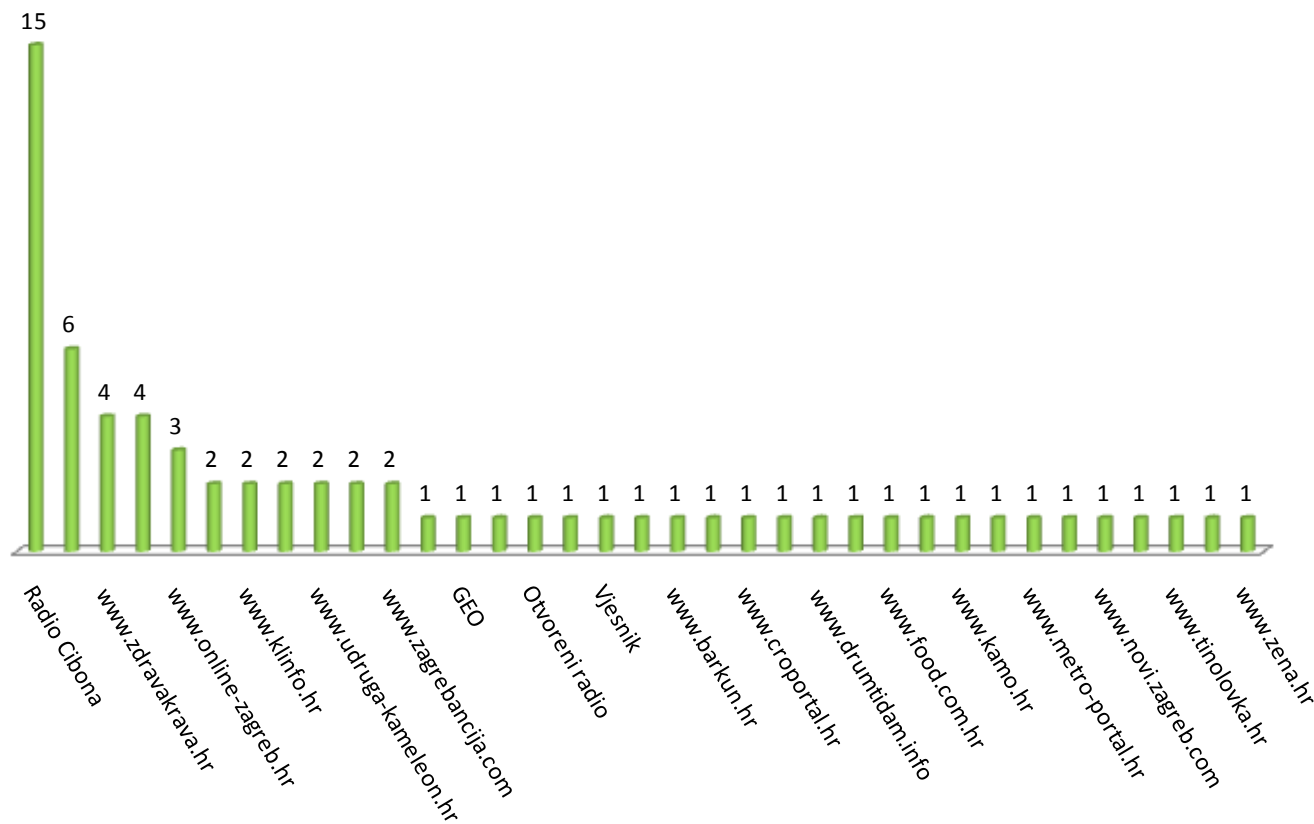
Vrsta	broj objava
vijest	29
najava	23
izjava	1
report	1



	vijest	najava	izjava	reportaža
■ broj objava	29	23	1	1

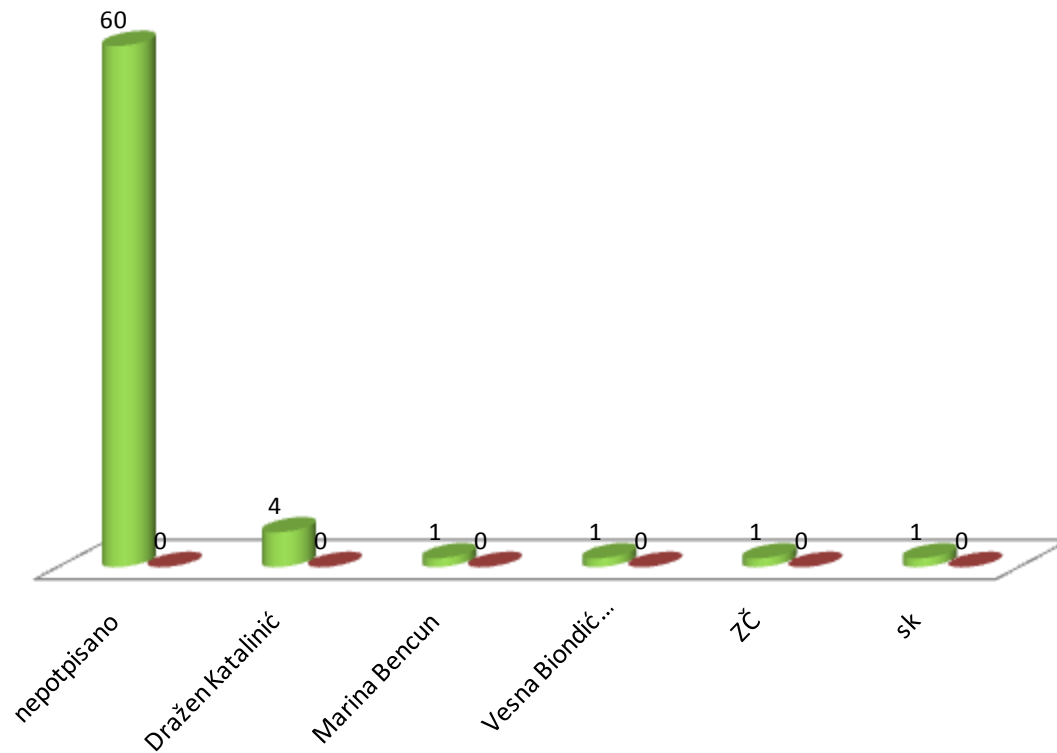
Broj objava po medijima

Medij	Broj objava
Radio Cibona	15
Jutarnji list	6
www.zdravakrava.hr	4
Z 1	4
www.online-zagreb.hr	3
www.geo.com	2
www.klinfo.hr	2
www.ordinacija.hr	2
www.udruga-kameleon.hr	2
www.zagreb.hr	2
www.zagrebancija.com	2
HR 2	1
GEO	1
Novi list	1
Otvoreni radio	1
Večernji list	1
Vjesnik	1
www.azilzagreb.com	1
www.barkun.hr	1
www.biologija.com.hr	1
www.croportal.hr	1
www.dalje.com	1
www.drumtidam.info	1
www.ezadar.hr	1
www.food.com.hr	1
www.idemvan.hr	1
www.kamo.hr	1
www.lijepanasa.info	1
www.metro-portal.hr	1
www.net.hr	1
www.novi.zagreb.com	1
www.sisak.info	1
www.tinolovka.hr	1
www.t-portal.hr	1
www.zena.hr	1



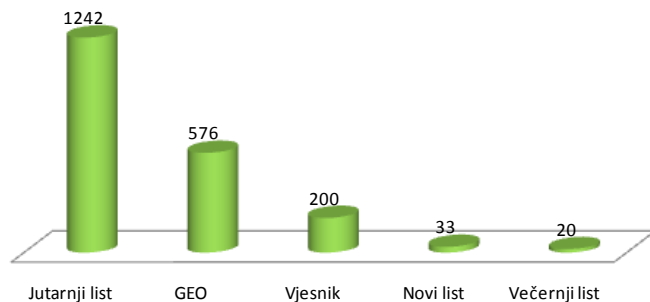
Objave po autorima i tonalitetu

Autor	Medij	pozitivno/neutralno	negativno
nepotpisano	razni mediji	60	0
Dražen Katalinić	Z 1	4	0
Marina Bencun	Vjesnik	1	0
Vesna Biondić Jelać	Otvoreni radio	1	0
ZČ	www.net.hr	1	0
sk	www.zagreb.hr	1	0

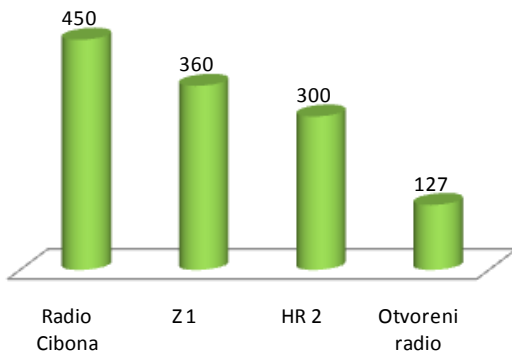


Površina/trajanje objava

Medij	Površina/cm ²
Jutarnji list	1242
GEO	576
Vjesnik	200
Novi list	33
Večernji list	20



Medij	Trajanje/s
Radio Cibona	450
Z 1	360
HR 2	300
Otvoreni radio	127



Internet	ne mjeri se
www.azilzagreb.com	0
www.barkun.hr	0
www.biologija.com.hr	0
www.croportal.hr	0
www.dalje.com	0
www.drumtidam.info	0
www.ezadar.hr	0
www.food.com.hr	0
www.geo.com	0
www.idemvan.hr	0
www.kamo.hr	0
www.klinfo.hr	0
www.lijepanasa.info	0
www.metro-portal.hr	0
www.net.hr	0
www.novi.zagreb.com	0
www.online-zagreb.hr	0
www.ordinacija.hr	0
www.sisak.info	0
www.tinolovka.hr	0
www.t-portal.hr	0
www.udruga-kameleon.hr	0
www.zagreb.hr	0
www.zagrebancija.com	0
www.zdravakrava.hr	0
www.zena.hr	0

*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.

U tisku je najveća površina objava u Jutarnjem listu, ekvivalent jedne 1 1/8 stranice.

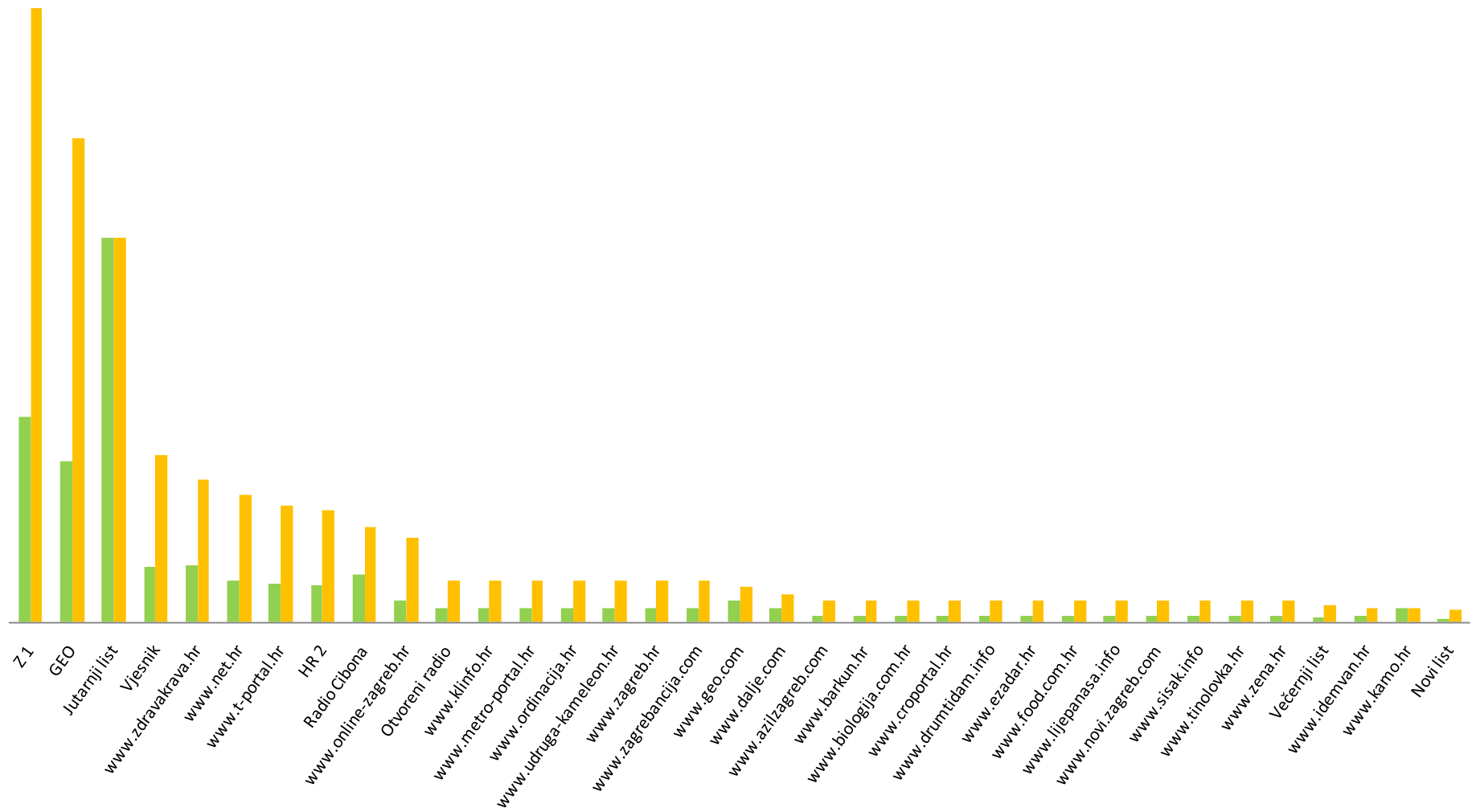
U elektronskim medijima prednjači Radio Cibona, a slijedi ga Z1 televizija.

Medij	komercijalna vrijednost	PR vrijednost
Z 1	28.800,00 kn	86.400,00 kn
GEO	22.700,00 kn	68.100,00 kn
Jutarnji list	53.970,00 kn	53.970,00 kn
Vjesnik	7.860,00 kn	23.580,00 kn
www.zdravakrava.hr	8.000,00 kn	20.000,00 kn
www.net.hr	6.000,00 kn	18.000,00 kn
www.t-portal.hr	5.500,00 kn	16.500,00 kn
HR 2	5.250,00 kn	15.750,00 kn
Radio Cibona	6.750,00 kn	13.500,00 kn
www.online-zagreb.hr	3.000,00 kn	12.000,00 kn
Otvoreni radio	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.klinfo.hr	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.metro-portal.hr	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.ordinacija.hr	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.udruga-kameleon.hr	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.zagreb.hr	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.zagrebancija.com	2.000,00 kn	6.000,00 kn
www.geo.com	3.000,00 kn	5.000,00 kn
www.dalje.com	2.000,00 kn	4.000,00 kn
www.azilzagreb.com	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.barkun.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.biologija.com.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.croportal.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.drumtidam.info	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.ezadar.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.food.com.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.lijepanasa.info	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.novi.zagreb.com	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.sisak.info	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.tinolovka.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
www.zena.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn
Večernji list	824,20 kn	2.472,60 kn
www.idemvan.hr	1.000,00 kn	2.000,00 kn
www.kamo.hr	2.000,00 kn	2.000,00 kn
Novi list	589,71 kn	1.769,13 kn

Usporedba ukupne Komercijalne i PR vrijednosti – po mediju

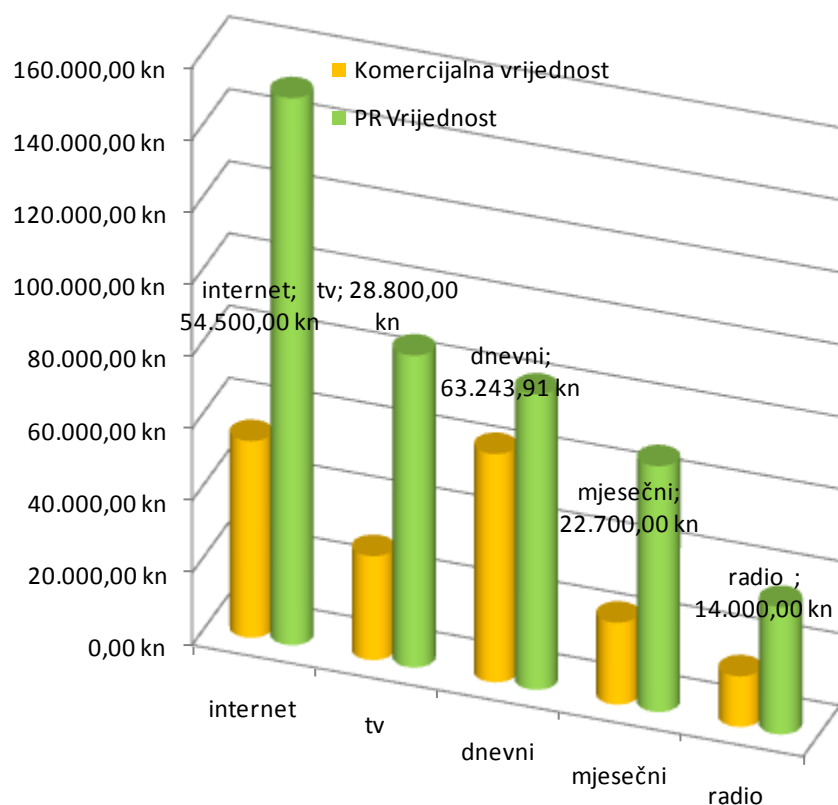


■ Komercijalna vrijednost ■ PR vrijednost

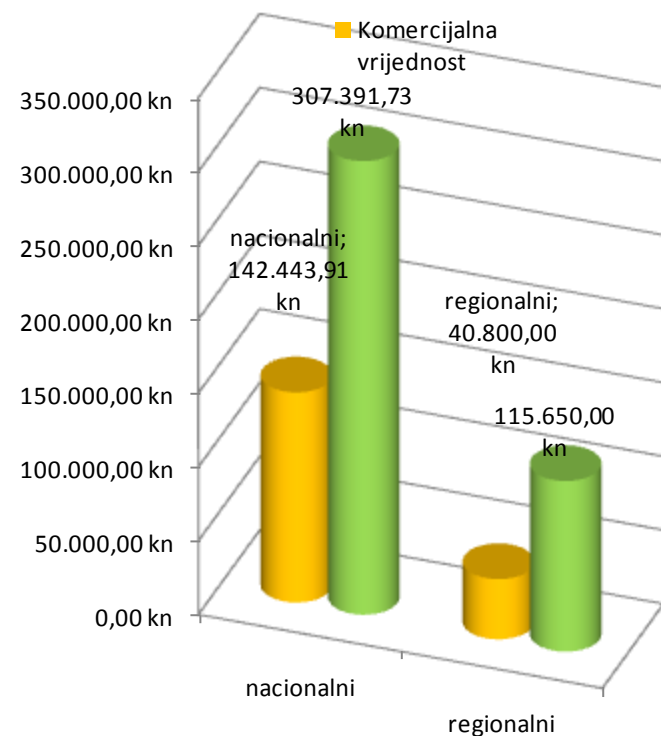


Usporedna komercijalne i PR vrijednosti prema tipu i dosegu medija

Periodika	Komercijalna vrijednost	PR Vrijednost
internet	54.500,00 kn	151.500,00 kn
tv	28.800,00 kn	86.400,00 kn
dnevni	63.243,91 kn	81.791,73 kn
mjesečni	22.700,00 kn	68.100,00 kn
radio	14.000,00 kn	35.250,00 kn

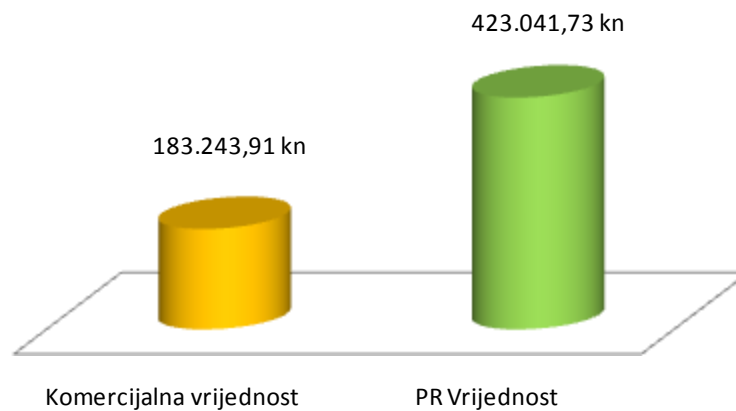


doseg	Komercijalna vrijednost	PR Vrijednost
nacionalni	142.443,91 kn	307.391,73 kn
regionalni	40.800,00 kn	115.650,00 kn



Usporedba komercijalne i PR vrijednosti - UKUPNO

Usporedba komercijalne i PR vrijednosti	
Komercijalna vrijednost	183.243,91 kn
PR Vrijednost	423.041,73 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