



Client: Prijatelji životinja / ZeGeVege
Date: 10.10.2008.

IZVJEŠTAJ ANALIZE MEDIJSKIH OBJAVA

Prijatelji životinja

ZeGeVege
prvi hrvatski festival održivog življenja

ZeGeVege
1. hrvatski 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 - Udarne vijesti; 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 - Udarne vijesti; 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. - 25.09.2008.

Analitička jedinica: članak

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 67 objava. Ukupno su 53 objave govorile o ZeGeVege Festivalu, Prijateljima životinja i dodatnim aktivnostima povezanim s tim temama – prvenstveno peticiji za zabranu plastičnih vrećica. Sve 53 objave su pozitivne.

U najvećem broju članaka ZeGeVege je bio glavni subjekt objave (41), a u ostatku je bio sporedni subjekt objave.

Najviše objava zabilježeno je na Internetu (39).

Predstavnici Prijatelja životinja – Luka Oman i Ivana Surjan, spominju se u 6 objava – Luka Oman u 5, Ivana Surjan u jednoj.

Udruga Prijatelji životinja spominje se u naslovima 2 objave, a ZeGeVege festival u naslovima 25 objava. Sintagma “festival održivog življenja” spominje se u naslovima 8 objava. U 16 objava vidljiv je logotip festivala.

U analitiku nisu uključene slijedeće objave, no one imaju svoju težinu i PR vrijednost koju je teško vrednovati iz objektivnih razloga – nepostojanje podataka o posjećenosti, čitanosti, ... Posebno bismo istaknuli vrijednost najava na stranim forumima i web stranicama. Neuključene objave :

5 objava s foruma, 2 objave s bloga, 1 objava na Google video. Preostalih 6 objava koje nisu uključene u izvještaj analize su duplo popraćene objave i/ili tek linkovi na web stranice objavljeni na drugim web stranicama što ima neznatnu PR vrijednost s obzirom da se radi o pukoj razmjeni banera ili linkova.

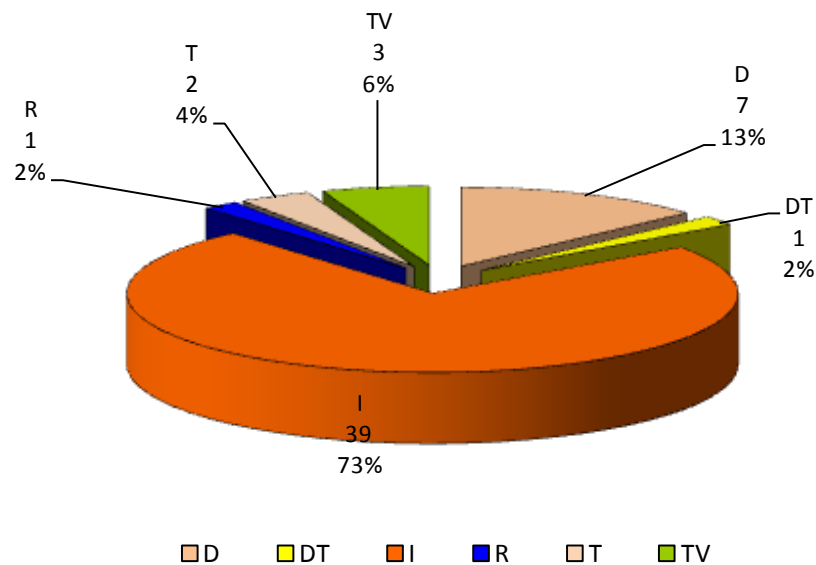
Sponzori su spomenuti i/ili prikazani (fotografija banera, plakat ...) na slijedeći način : u 9 objava vidljiv je plakat s logotipima sponzora, dok su u 10 objava nabrojani svi sponzori. U 11 objava sponzori su sporedni samostalni subjekt objave što znači da su spomenuti u jednom odvojenom odlomku.

Ukupno ostvarena komercijalna vrijednost objava iznosila je: **277.218,31 HRK**

Ukupno ostvarena PR vrijednost objava iznosila je: **738.602,21 HRK**

Objave prema periodici

P	Broj članaka
D	7
DT	1
I	39
R	1
T	2
TV	3

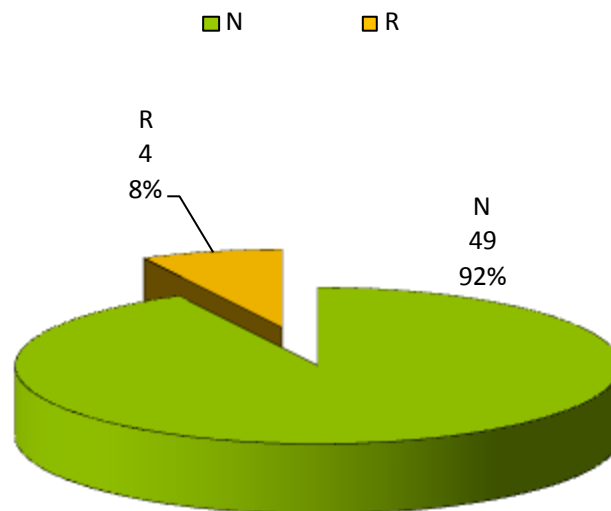


U analiziranom periodu internet mediji prednjače brojem objavljenih članaka sa visokih 73% objava. Tiskani mediji imali su 19% objava, od toga 13% u dnevnicima, 4% u tjednicima, a 2% u dvotjednicima.

Na TV-u su emitirane 3 objave (6%), a na radiju 1 objava što čini 1% u ukupnom broju objava.

Objave prema doseg medija

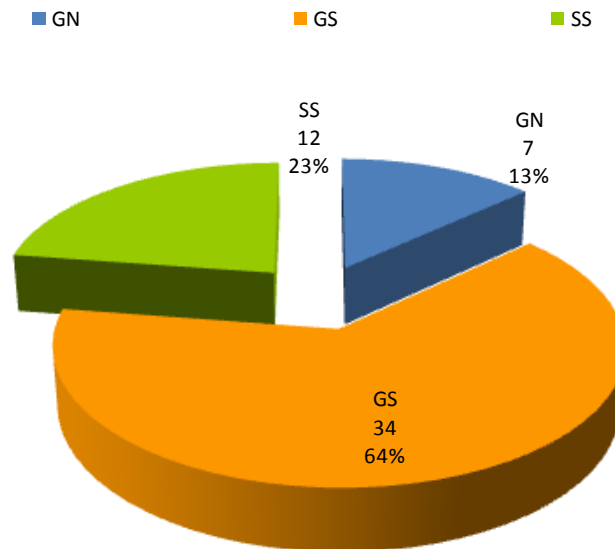
Doseg medija	Broj članaka
N	49
R	4



Od ukupno 53 objave – 92% je objavljeno u medijima s nacionalnim dosegom u općoj javnosti.

Pol	Broj objava
GN	7
GS	34
SS	12

Broj objava prema položaju subjekta u objavi



U 34 objavljena članka, ZeGeVege – 1. hrvatski festival održivog življenja je glavni samostalni subjekt objave, što znači da cijeli članak/objava govore o Festivalu i pratećim događanjima. Glavni nesamostalni je u 7 objava, pri tome dijeleći poziciju s još nekom temom, najčešće problematikom plastičnih vrećica. Sporedni samostalni je također većinom u objavama čija se tematika nanosi na peticiju za zabranu plastičnih vrećica.



M	Površina/Trajanje
24 sata	45
HTV	340 s
Otvoreni radio 7:00	80 s
Slavonski dom - Osijek	60
Tena	64
Večernji list	119
Večernji list - Karlovac	15
Vjesnik	100
www.alertonline.com	0
www.bio-zrno.hr	0
www.cro-moda.com	0
www.dobrevijesti.info	0
www.dopmagazin.com	0
www.ezadar.hr	0
www.goran-karan.info	0
www.gradpula.com	0
www.h-alter.org	0
www.hrt.hr	0
www.index.hr	0
www.javno.hr	0
www.kamo.hr	0
www.kamodanas.com	0
www.magicus.info	0
www.metro-portal.hr	0
www.monitor.hr	0
www.net.hr	0
www.pomakonline.com	0
www.press.hr	0
www.r1.hr	0
www.radio-baranja.hr	0
www.radiodalmacija.hr	0
www.reklamacije.net	0
www.skole.hr	0
www.teen385.com	0
www.totalportal.hr	0
www.tportal.hr	0
www.udruga-kameleon.hr	0
www.vecernji.net	0
www.vjesnik.hr	0
www.zagrebtouristinfo.hr	0
www.zamirzine.net	0
Zagreb News	108
ZTV	160 s

*napomena

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

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

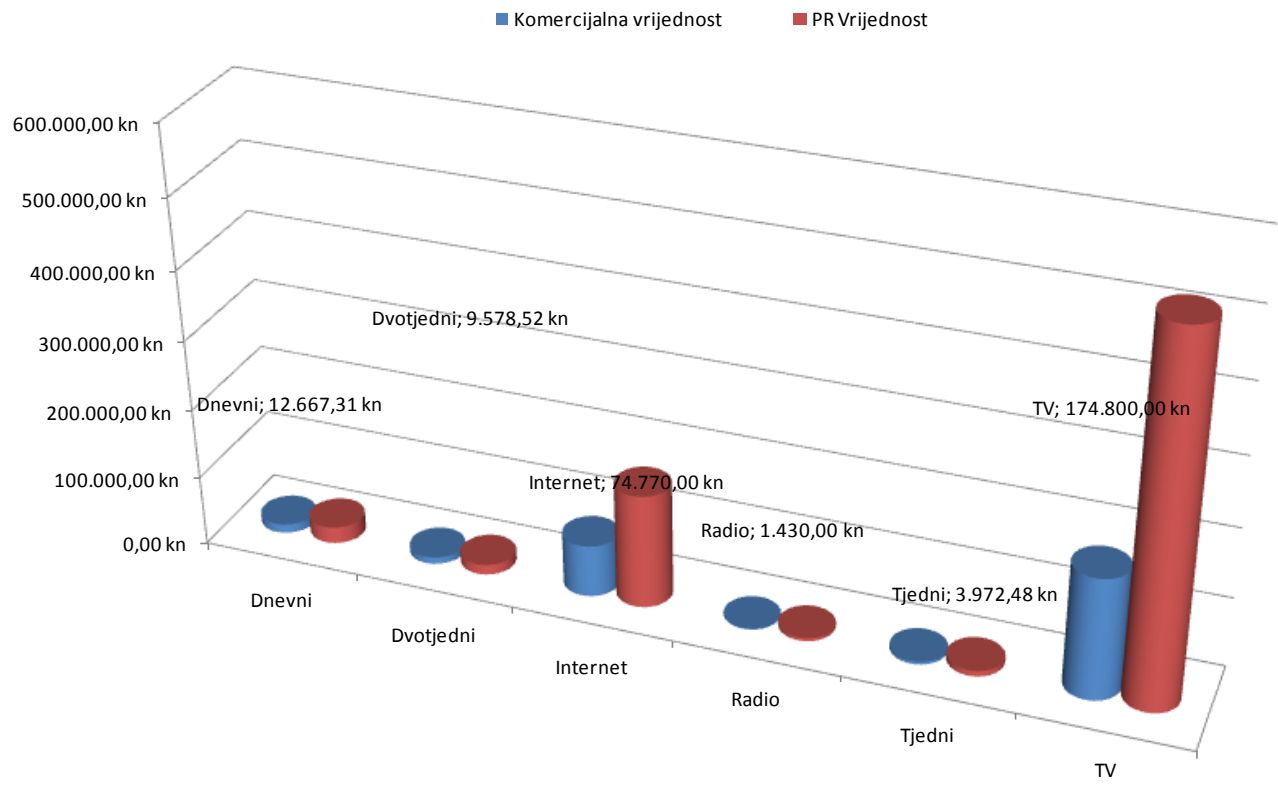
Usporedba Komercijalne i PR Vrijednosti

Medij	Komercijalna vrijednost	PR vrijednost	Periodika
24 sata	2.939,40 kn	5.878,80 kn	Dnevni
HTV	162.000,00 kn	486.000,00 kn	TV
Otvoreni radio 7:00	1.430,00 kn	4.290,00 kn	Radio
Slavonski dom - Osijek	1.185,00 kn	2.370,00 kn	Dnevni
Tena	3.972,48 kn	7.944,96 kn	Tjedni
Večernji list	4.447,31 kn	7.452,27 kn	Dnevni
Večernji list - Karlovac	165,60 kn	248,40 kn	Dnevni
Vjesnik	3.930,00 kn	7.860,00 kn	Dnevni
www.alertonline.com	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.bio-zrno.hr	1.000,00 kn	1.500,00 kn	Internet
www.cro-moda.com	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.dobrevijesti.info	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.dopmagazin.com	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.ezadar.hr	1.000,00 kn	1.500,00 kn	Internet
www.goran-karan.info	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.gradpula.com	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.h-alter.org	2.000,00 kn	4.000,00 kn	Internet
www.hrt.hr	4.000,00 kn	8.000,00 kn	Internet
www.index.hr	4.270,00 kn	8.540,00 kn	Internet
www.javno.hr	10.500,00 kn	28.000,00 kn	Internet
www.kamo.hr	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.kamodanas.com	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.magicus.info	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.metro-portal.hr	2.000,00 kn	4.000,00 kn	Internet
www.monitor.hr	2.500,00 kn	5.000,00 kn	Internet
www.net.hr	9.000,00 kn	15.750,00 kn	Internet
www.pomakonline.com	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.press.hr	2.000,00 kn	4.500,00 kn	Internet
www.r1.hr	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.radio-baranja.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.radiodalmacija.hr	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.reklamacije.net	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.skole.hr	1.000,00 kn	2.000,00 kn	Internet
www.teen385.com	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.totalportal.hr	2.500,00 kn	7.500,00 kn	Internet
www.tportal.hr	7.000,00 kn	14.000,00 kn	Internet
www.udruga-kameleon.hr	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
www.vecernji.net	6.000,00 kn	12.000,00 kn	Internet
www.vjesnik.hr	2.000,00 kn	4.000,00 kn	Internet
www.zagrebtouristinfo.hr	1.000,00 kn	1.500,00 kn	Internet
www.zamirzine.net	1.000,00 kn	3.000,00 kn	Internet
Zagreb News	9.578,52 kn	14.367,78 kn	Dvotjedni
ZTV	12.800,00 kn	38.400,00 kn	TV
	277.218,31 kn	738.602,21 kn	

Usporedna komercijalne i PR vrijednosti prema tipu medija

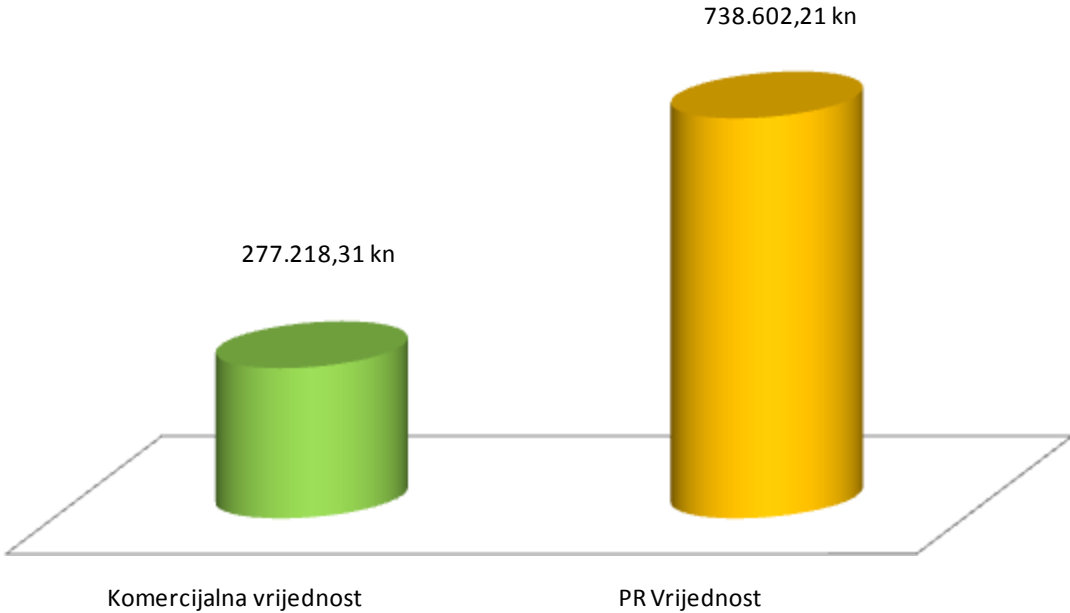


Periodika	Komercijalna vrijednost	PR Vrijednost
Dnevni	12.667,31 kn	23.809,47 kn
Dvotjedni	9.578,52 kn	14.367,78 kn
Internet	74.770,00 kn	163.790,00 kn
Radio	1.430,00 kn	4.290,00 kn
Tjedni	3.972,48 kn	7.944,96 kn
TV	174.800,00 kn	524.400,00 kn



Usporedba komercijalne i PR vrijednosti - UKUPNO

Usporedba komercijalne i PR vrijednosti	
Komercijalna vrijednost	277.218,31 kn
PR Vrijednost	738.602,21 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

