

Evidencijski broj / Article ID: 10717065
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



VRIJEDNOST TRŽIŠTA Uračunati samopromo- cija i popusti

Prema mjerenju Medianeta, ukupna vrijednost oglasnog prostora na televizijama i u tisku u prvih devet mjeseci ove godine bila je 4,1 milijardu kuna i manja je za 167 milijuna kuna nego u istom razdoblju lani, kada je iznosila 4,3 milijarde kuna.

"To je medijski prostor i vrijeme, a ne novac - nipošto nije riječ o stvarnom novcu koji su ti mediji uprihodili, već samo o minutaži oglasa po službenim cjenicima i količini prostora u tisku, također po službenim cjenicima", objasnio je Antolović. Dodao je kako gledajući Medianetove brojke treba uzeti u obzir samopromociju, odnosno reklame koje televizije emitiraju reklamirajući vlastite emisije te prostor u tiskovinama kojim mediji reklamiraju sami sebe, što Medianet također broji u oglašni prostor.

"Uzevši u obzir samopromociju i popuste, te brojke treba umanjiti između 35 i 50 posto", rekao je Antolović, što znači da stvarna vrijednost medijskog prostora iznosi između 2,05 i 2,6 milijardi kuna.