

## **GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA TRAVANJ 2017.**

Agencija za elektroničke medije u suradnji s AGB Nielsenom, specijaliziranom agencijom za istraživanje gledanosti televizije, mjesečno će donositi analize gledanosti televizije u Hrvatskoj.

Istraživanje provodi AGB Nielsen, a svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa. Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“. Također u grafičkim prikazima nalaze se dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.

### **Konsumacija TV-a u travnju 2017. godine**

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u travnju 2017. godine smo proveli 2% više vremena konzumirajući TV u odnosu na travanj prošle godine. Naime ATV\* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za travanj 2017. iznosio je 260 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 255 minuta.

\* ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju)

## GLEDANOST TELEVIZIJSKIH KANALA - TRAVANJ 2017.

**Lista 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) \***

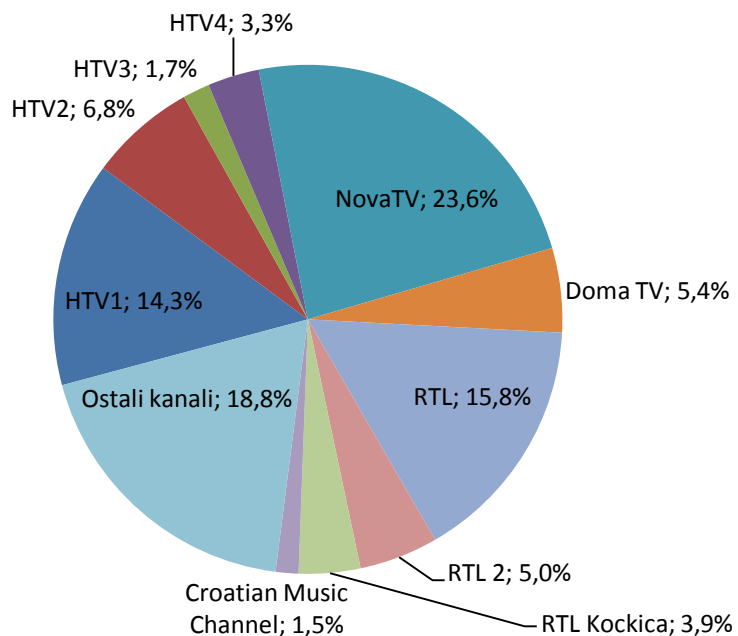
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	14,30%	8,76%	10,13%
	HTV2	6,78%	6,57%	6,61%
	HTV3	1,71%	1,40%	1,50%
	HTV4	3,28%	1,52%	1,86%
	NovaTV	23,57%	20,27%	21,06%
	Doma TV	5,36%	6,96%	6,78%
	RTL	15,83%	17,84%	17,64%
	RTL 2	5,01%	7,38%	6,87%
	RTL Kockica	3,91%	4,47%	3,98%
	Croatian Music Channel	1,45%	2,23%	1,99%

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	10,93%	7,30%	8,24%
	HTV2	6,11%	6,67%	6,63%
	HTV3	0,89%	0,92%	0,90%
	HTV4	1,31%	0,96%	1,10%
	NovaTV	34,54%	27,67%	28,71%
	Doma TV	6,35%	7,67%	7,55%
	RTL	17,28%	20,13%	20,04%
	RTL 2	4,18%	7,30%	6,67%
	RTL Kockica	2,46%	3,13%	2,86%
	Croatian Music Channel	0,78%	1,29%	1,12%

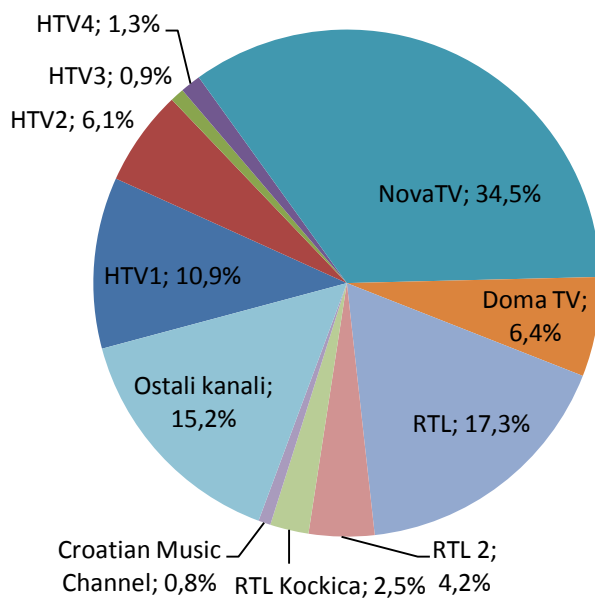
\* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 4+.**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**

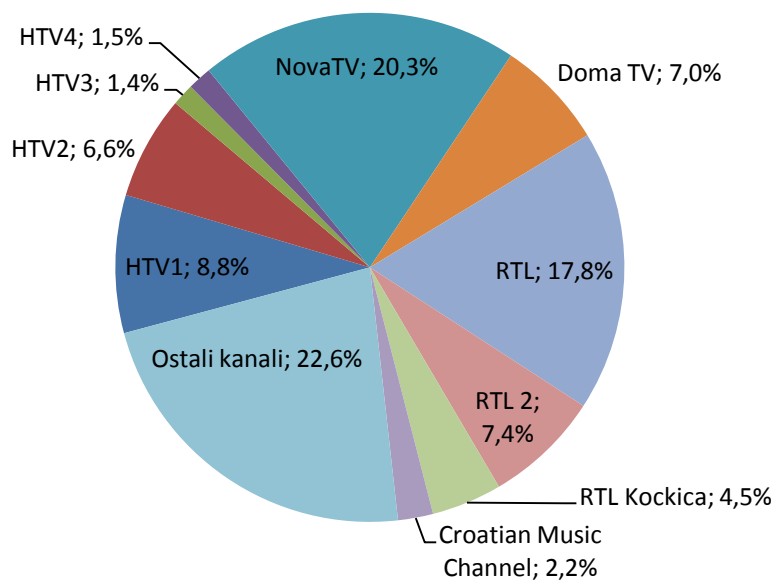


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

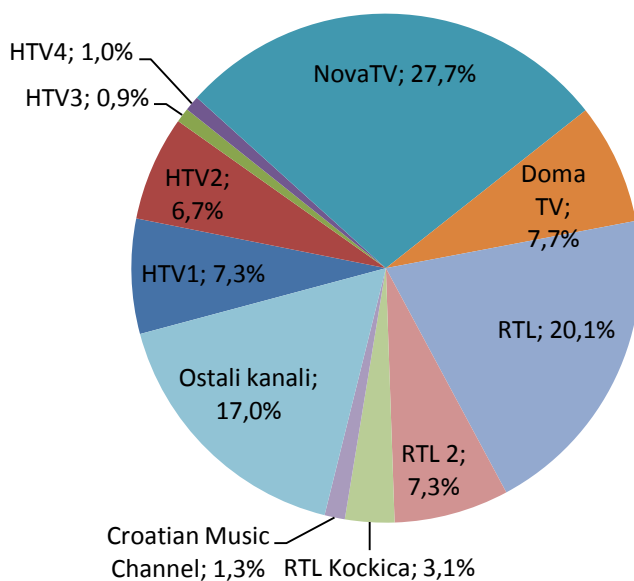


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**

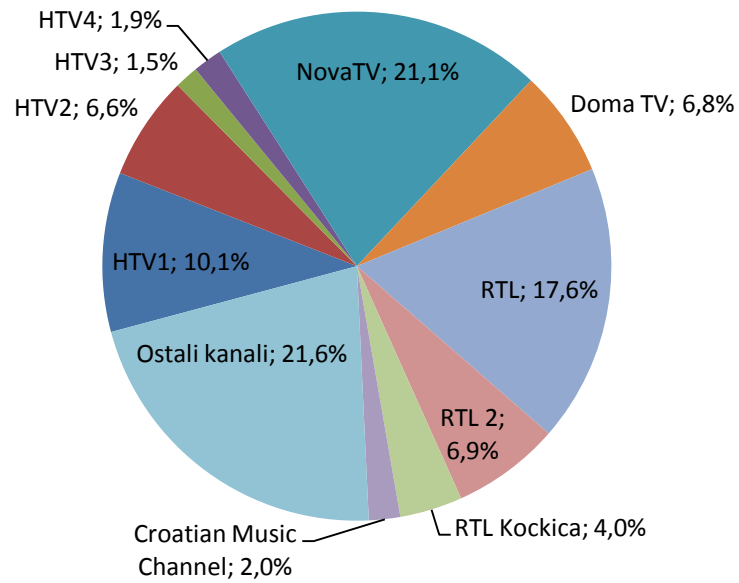


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

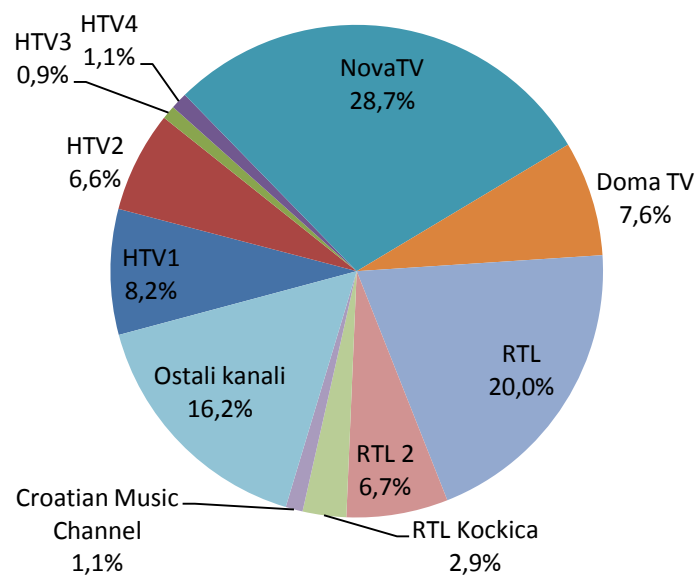


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**



**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**



**Top 10 najgledanijih emisija u travnju 2017.\***  
**Ciljna skupina 4+**

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	11.04.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:15	21:18	812.118	19,86%	45,68%
2	19.04.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:15	730.499	17,86%	44,67%
3	09.04.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:05	723.551	17,69%	41,85%
4	29.04.2017	RTL	BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) – PRIJENOS (JOSHUA - KLICKO)	22:39	23:59	688.953	16,84%	52,90%
5	03.04.2017	NovaTV	TUDI ZIVOT – TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:08	22:02	670.338	16,39%	38,01%
6	23.04.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:32	13:22	583.863	14,28%	50,94%
7	09.04.2017	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:01	535.042	13,08%	43,81%
8	19.04.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BARCELONA - JUVENTUS)	20:40	22:38	499.512	12,21%	27,81%
9	23.04.2017	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:16	490.998	12,00%	44,35%
10	23.04.2017	HTV1	MORE - DOKUMENTARNA EMISIJA	13:26	13:55	484.356	11,84%	41,47%

\* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

**Top 10 najgledanijih emisija u travnju 2017.\***  
**Ciljna skupina 18-49**

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	09.04.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:05	277.163	15,29%	42,90%
2	29.04.2017	RTL	BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) – PRIJENOS (JOSHUA - KLICKO)	22:39	23:59	248.042	13,68%	50,45%
3	03.04.2017	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:08	22:02	192.554	10,62%	30,83%
4	03.04.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:08	187.868	10,36%	33,31%
5	12.04.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BAYERN - REAL MADRID)	20:42	22:41	187.417	10,34%	31,23%
6	19.04.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BARCELONA - JUVENTUS)	20:40	22:38	186.184	10,27%	32,76%
7	23.04.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:15	182.288	10,05%	36,37%
8	15.04.2017	NovaTV	HERKUL - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:26	23:04	164.468	9,07%	31,46%
9	22.04.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	21:05	21:37	163.332	9,01%	29,52%
10	01.04.2017	RTL	GOSPODARICA ZLA - AMERICKI PUSTOLOVNI FILM	20:11	22:06	161.994	8,93%	30,63%

\* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

**Top 10 najgledanijih emisija u travnju 2017.\***

**Ciljna skupina 18-54**

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	09.04.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:05	345.671	16,21%	41,25%
2	29.04.2017	RTL	BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) – PRIJENOS (JOSHUA - KLICKO)	22:39	23:59	335.664	15,74%	52,00%
3	03.04.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:08	262.081	12,29%	35,70%
4	23.04.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:15	251.094	11,78%	38,20%
5	03.04.2017	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:08	22:02	246.721	11,57%	31,35%
6	19.04.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BARCELONA - JUVENTUS)	20:40	22:38	237.157	11,12%	31,40%
7	12.04.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BAYERN - REAL MADRID)	20:42	22:41	227.944	10,69%	30,03%
8	22.04.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	21:05	21:37	213.914	10,03%	30,56%
9	11.04.2017	RTL	RTL DIREKT	22:15	22:47	210.670	9,88%	29,94%
10	09.04.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:05	345.671	16,21%	41,25%

\* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda



## GLOBALNI TREND OVI

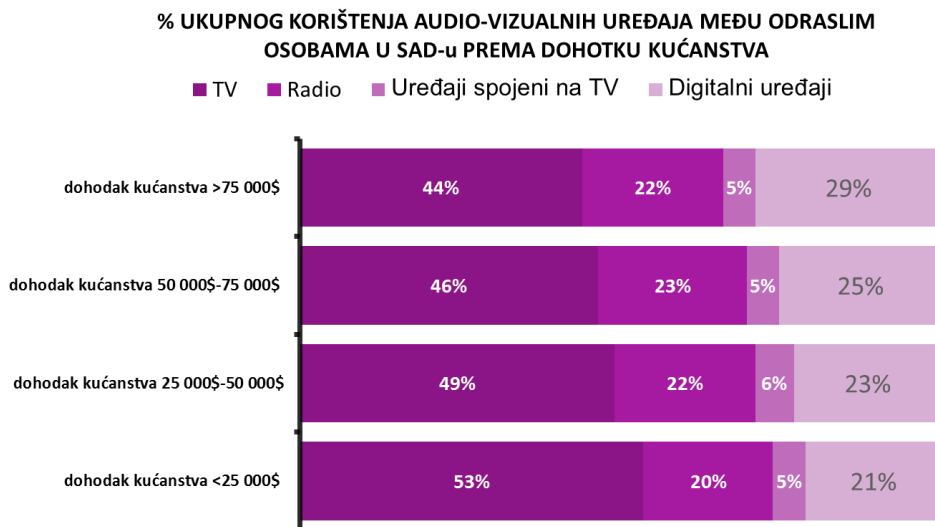
*Istraživanje o utjecaju dohotka na posjedovanje i korištenje audio-vizualnih uređaja i usluga u 2015. godini u SAD-u.*

Rezultati Nielsen Total Audience Report-a iz trećeg kvartala 2015. godine provedenog na američkom tržištu ilustrirali su odnos između pripadnosti kućanstva pojedinim ekonomskim kategorijama te posjedovanja i korištenja medijskih uređaja i usluga.

Istraživanje se odnosilo na 10 različitih uređaja i usluga te je rezultiralo jednakim obrascem u svakoj instanci: kućanstva s većim dohotkom posjeduju više uređaja i usluga. Primjerice, u kolovozu 2015., 38% odraslih osoba u kućanstvima s dohotkom manjim od 25,000\$ godišnje posjedovalo je igraću konzolu. Istovremeno, 58% odraslih osoba u kućanstvima s godišnjim prihodom većim od 75,000\$ posjedovalo je igraće konzole. Ostale tehnologije poput tableta, pametnih TV-a i *streaming*\* usluga također prate ovaj trend.

Istraživanje je pokazalo da iako kućanstvo posjeduje neki uređaj i uslugu, ne znači nužno da ih učestalo i koristi. Potencijalno obrazloženje dobivenih rezultata govori da je medijska konzumacija odraslih osoba s nižim prihodima raspoređena na manji broj uređaja i usluga, dok bogatiji pojedinci svoju medijsku konzumaciju raspoređuju na veći broj uređaja i usluga.

U nastavku je grafički prikaz ukupne konzumacije medija među odraslim osobama prema dohotku i vrsti uređaja/usluge za treći kvartal 2015. godine na američkom tržištu:



Izvor: Nielsen Total Audience Report Q3 2015; AGB Nielsen Croatia – TAM podaci

\*Streaming – konzumiranje sadržaja uživo ili na zahtjev putem internetskih servisa kao što su Netflix ili Spotify.

## Metodologija

- Istraživanje provodi AGB Nielsen istraživanje medija d.o.o.
- Svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa na panelu televizijskih gledatelja koji je nacionalno reprezentativan. Ova mjerenja se svakodnevno obavljaju uz pomoć 1150 posebnih mjerača gledanosti (peoplemetar) koji su ugrađeni u ukupno 810 kućanstava širom Republike Hrvatske. Svako kućanstvo je pažljivo izabrano kako bi predstavljalo sva kućanstva sličnih karakteristika u cijeloj državi.
- Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“.
- Grafički prikazi također sadrže dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.
- Pri analizi gledanosti TV programa prikazani su podaci na razinama:
  - cijeli dan – kao dan uzima se vremenski period od dva sata u noći do dva sata u noći sljedećeg dana (02:00-02:00). Razlog leži u činjenici što gledanje televizije u večernjim satima često prelazi ponoć, a ovakav pristup olakšava analize gledanosti TV programa.
  - 19 do 23h – prime time – udarni termin; dio dana sa najvećom gledanosti.
- Podaci o gledanosti izraženi su kroz:
  - AMR (%) – Average Minute Rating – označava prosječan broj (ili postotak %) pojedinaca određene ciljne skupine, koji su gledali određeni kanal, emisiju ili određeni vremenski interval.
  - SHR – Share – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala, emisije, ili vremenskog intervala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.
  - ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju).