

Revista Presei CNA_9 ianuarie 2007

Evenimentul zilei

Audientele TV vor fi masurate nemteste

Floriana Scanteie

GfK Romania este compania care se va ocupa de audientele posturilor de televiziune autohtone, din 2008.

Compania de cercetare GfK Romania va furniza date de audienta pentru industria media (televiziune si publicitate) de la inceputul anului 2008, printr-un contract pe patru ani in valoare de 7,9 milioane de euro. GfK Romania este filiala companiei germane GfK, unul dintre liderii mondiali in domeniul cercetarilor de piata.

Firma de cercetare a castigat licitatia la care au mai participat companiile Media Research, din Cehia, si TNS-AGB International (actualul masurator).

1 din 3

"Ofertele financiare si tehnice ale celor trei competitori au fost la nivel european. Membrii acestora au fost incantati de caietul de sarcini pe care l-au primit in luna noiembrie si au considerat ca piata media este foarte dezvoltata", a declarat Lucia Romaniuc, presedintele Asociatiei Romane pentru Masurarea Audientei (ARMA).

GfK a stat cel mai bine atat la capitolul tehnic, cat si financiar, valoarea totala a contractului de patru ani ridicandu-se la 7,9 milioane de euro. "Oferta financiara a GfK a fost cu un milion de euro mai mica decat cea din partea TNS-AGB International", a spus Ralu Filip, presedintele CNA. Comisia de licitatie care a decis castigatorul a fost formata din 15 membri: cinci reprezentanti ai televiziunilor, cinci ai CNA si cinci ai agentilor de publicitate. Compania GfK va avea un mandat de patru ani pentru masurarea audientei TV, din ianuarie 2008 pana la 31 decembrie 2011.

Noutati in masurarea audientei

Principala noutate este masurarea audientei TV si in locurile publice. Pana in prezent, audienta in locatii precum cluburi, restaurante sau in birouri nu era monitorizata.

Totodata, numarul gospodariilor monitorizate va creste de la 1.000 la 1.200. Panelul (baza pe care se face cercetarea) va fi improspatat anual cu 25%.

Pe de alta parte, CNA a cerut ARMA sa tina cont si de migratia populatiei in afara tarii.

Din 2008, cercetarea audientei TV va avea in vedere extinderea acoperirii televiziunii prin cablu in cat mai multe zone, dar si noile sisteme de televiziune prin satelit.

Compania GfK si-a propus sa isi inceapa mandatul prin introducerea unui sistem de masurare a audientei, care va debuta cu instalarea, chiar din acest an, a unor peplemetere (aparaturile care inregistreaza audienta) performante.

Istorie

Doua companii s-au unit pentru licitatie

Compania TNS-AGB International a castigat contractul in urma cu trei ani. Valoarea acestuia este de aproximativ 1,3-1,5 milioane de euro pe an. In acel moment, pe piata existau doua companii care se ocupau de masurarea audientei TV: AGB si Taylor Nelson Sofres.

Prima era agreata politic (prin Alin Teodorescu, pe atunci membru PSD), iar cea de-a doua era recunoscuta de piata de publicitate si televiziune.

Cele doua au decis atunci sa-si uneasca fortele intr-o companie - TNS-AGB International, care a fost, de altfel, singurul ofertant si castigatorul licitatiei. Datele de cercetare sunt furnizate Asociatiei Romane pentru Masurarea Audientei, care detine drepturile de proprietate.

Alegerea unui singur masurator oficial de audienta din patru in patru ani este prevazuta in Legea audiovizualului. Studiul este platit 80% de posturile TV si 20% de agentii de publicitate.

Articole cu acelasi subiect :

Mediaexpres

**Gfk-LICITAȚIE-DESEMNAȚIE / Gfk a fost desemnat câștigătorul licitației pentru măsurarea
audienței TV**

HotNews.ro, R.S., 08 ian 2007

Timp de patru ani,

GfK va masura audienta posturilor tv