



## Udruga mjerenja televizijske gledanosti osigurava transparentan i nepristran sustav mjerenja TV gledanosti u Hrvatskoj

UMTG (Udruga mjerenja televizijske gledanosti) osnovali su HURA (Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje čije su članice vodeće marketinške agencije u zemlji), NOVA TV grupa te RTL Hrvatska. Glavni cilj udruge je po uzoru na zapadno-europska tržišta gdje takva tržišna udruženja\* postoje već desetljećima, osigurati i kontinuirano unaprijeđivati transparentan i nepristran sustav mjerenja TV gledanosti primjenom internacionalnog standarda za mjerenje TV gledanosti, sindiciranim istraživanjem TV gledanosti putem peoplemetra.

Transparentan i nepristran sustav mjerenja TV gledanosti od iznimne je važnosti za sve sudionike tržišta, televizijske nakladnike, društva za tržišno komuniciranje te oglašivače aktivne u medijskom poslovanju. Upravo iz tog razloga proizašla je i potreba u Hrvatskoj za osnivanjem UMTG-a, tržišnog udruženja u kojem svi sudionici industrije imaju utjecaj i aktivno sudjeluju u definiranju strukovnih standarda, jačanju transparentnosti TV tržišta, i razvoju čitave industrije.

Najvažniji standard za sustav mjerenja TV gledanosti jest reprezentativni uzorak. S jedne strane uzorak mora biti reprezentativan za sve TV kanale dostupne u Republici Hrvatskoj, odnosno mora mjeriti gledanost TV kanala u zemaljskoj, satelitskoj, kabelskoj, IPTV i/ili distribuciji putem interneta. S druge strane, uzorak mora reprezentativno predstavljati čitavu populaciju RH, odnosno sve njezine segmente, kako regionalno i po gradovima, tako i po dobi, spolu, obrazovanju, i svim drugim obilježjima populacije. I na kraju, uzorak i sam sustav mjerenja TV gledanosti mora dostavljati valjane i pouzdane podatke o gledanosti TV kanala na razini pojedinaca. Za kreatora programskog sadržaja, agencije te oglašivače podaci o preferencijama gledanosti specifičnih publika, poput, „mlađa ženska publika“, „zaposleni muškarci“, od iznimne su važnosti kod donošenja poslovnih planova i odluka, a za gledatelje osiguranje da će programski sadržaj koji im se nudi biti kreiran upravo za njih.



Imajući u vidu visoke standarde kvalitete, transparentnost, te nepristranost, UMTG je za pružatelja usluge mjerenja TV gledanosti u Hrvatskoj odabrao AGB Nielsen istraživanja medija d.o.o., dio Nielsen grupe, jedne od vodećih internacionalnih kompanija u tom području i tvrtku koja mjeri TV gledanost u RH već 20 godina.

Tokom 2021. godine UMTG je u suradnji sa Nielsenom već napravio pozitivne pomake, unatoč pandemijskim okolnostima, u obliku revizije sustava mjerenja TV gledanosti. Reviziju su proveli internacionalni revizori sa bogatim iskustvom provedenih revizija na raznim tržištima Europe i svijeta, a sve preporuke revizora već su implementirane. Za 2022. godinu već je puno novih projekata započeto a planiramo i nastaviti kontinuirani, kvalitetni dijalog sa svim dionicima TV industrije te u UMTG uključiti sve korisnike podataka o TV gledanosti.

„Mišljenja sam da je osnivanje UMTGa velik i pozitivan iskorak za TV industriju u RH, koja je formiranjem tržišnog udruženja pokazala zrelost i spremnost na razgovore sa svim sudionicima o svim pitanjima sa zajedničkim ciljem unaprjeđivanja cjelokupnog televizijskog poslovanja. Također, nametnula se i kao prva i vodeća u regiji. Pred nama je mnogo posla, TV okruženje mijenja se velikom brzinom, udružili smo se da na sve promjene odgovorimo prema najvišim standardima te da kreiramo trendove i unaprjeđujemo industriju na zadovoljstvo svih dionika.“ Izjavila je Magdalena Malinova, izvršna je direktorica UMTG-a.

Magdalena Malinova izvršna je direktorica UMTG-a od siječnja 2021.g., a u medijskoj industriji u RH i regiji prisutna je više od 20 godina. Posljednjih 10 godina Magdalena radi kao konzultant u medijskoj industriji a prije toga provela je 10 uspješnih godina u AGB Nielsen. U svom konzultantskom radu surađivala je sa najvećim TV kućama, telekom operaterima i oglašivačima u CEE i MENA regiji. Tokom svoje karijere sudjelovala je kao predavač, moderator i panelist na svim važnijim europskim i regionalnim konferencijama. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a magistrirala menadžment u međunarodnom poslovanju na Sveučilištu u Leedsu, Velika Britanija.

\* prinjeri Europskih tržišnih udruženja: BARB u Velikoj Britaniji (<https://www.barb.co.uk>), AGF u Njemačkoj (<https://www.agf.de/en/>), Auditel u Italiji (<https://www.auditel.it/en/>)

Članak se nastavlja ispod oglasa