



O snazi televizijskog oglašavanja na **Danima komunikacije**, među panelistima i CEO RTL Hrvatske Stella Litou

Na **Danima komunikacije** održat će se panel rasprava o kredibilitetu i rezultatima televizije u fragmentiranom medijskom okruženju te što to znači za oglašivače



Udruga mjerenja televizijske gledanosti (UMTG) će na ovogodišnjem izdanju festivala **Dani komunikacija** organizirati panel o snazi televizije u oglašavanju, njenoj transformaciji i utjecaju koji je danas značajniji nego ikad. Panel Zlatno doba televizijskog oglašavanja (The Prime Time of Television Advertising by UMTG) održat će se u petak 16. svibnja, u 17.15 od 17.45, u dvorani BEE. Utjecaj televizije u današnjem kompleksnom medijskom prostoru analizirat će donositelji odluka u vodećim domaćim komercijalnim televizijama i medijski stručnjaci: Tekst se nastavlja ispod oglasa Stella Litou, CEO RTL **Croatia** i Pro Plus Slovenia Marko Matejčić, globalni stručnjak za medije, podatke i tehnologiju Michal Jordan, izvršni direktor ATO-a (JIC Češka) Raspravu će moderirati Magdalena Malinova, izvršna direktorica UMTG (JIC Hrvatska).

Magdalena Malinova, izvršna direktorica UMTG (JIC Hrvatska)"U vremenu kada se pažnja publike raspršuje na sve strane, televizija ostaje rijetka konstanta, kanal koji i dalje isporučuje rezultate, gradi povjerenje i donosi stvarnu vrijednost za brendove. Ovaj panel nismo osmislili da bismo ponovno raspravljali o tome 'ima li televizija još smisla' jer znamo da ima. Umjesto toga, cilj nam je razotkriti zašto je njezina moć i dalje toliko izražena, i što to konkretno znači za oglašivače koji traže stvarne učinke. Veselim se otvorenoj, iskrenoj i podacima potkrijepljenoj raspravi s vrhunskim stručnjacima koji televiziju razumiju ne samo kroz brojke, već i kroz njezin utjecaj na publiku i tržište", poručila je Malinova. Tekst se nastavlja ispod oglasa Tijekom panela analizirat će se trenutni položaj televizije - njen široki doseg, zadržavanje pažnje gledatelja koja traje, sposobnost izgradnje brenda i konkretan učinak na prodaju. Sve to televiziju čini ključnim komunikacijskim kanalom, čak i u današnjem kompleksnom medijskom svijetu. Razgovarat će se i o tome zašto se vodeći oglašivači ne odriču televizije već joj se vraćaju s novim ulaganjima. Suprotno uobičajenoj naraciji o padu gledanosti, brojke pokazuju drugačiju sliku – gledanost je zapravo stabilna, čak i raste.Što je UMTG?Primarni cilj UMTG-a (**Udruge** za mjerenje televizijske gledanosti) je osigurati funkcioniranje i kontinuirani razvoj nepristranog sustava za mjerenje televizijske gledanosti primjenom međunarodnih standarda. To uključuje provođenje sindiciranog istraživanja televizijske gledanosti putem peplemetra ili drugih međunarodno prihvaćenih alata za mjerenje, kako bi se osigurala usklađenost s međunarodnim standardima kvalitete. Cilj je pružiti valjane, pouzdane i nepristrane podatke o gledanosti televizijskih kanala koji djeluju putem zemaljske, satelitske, kableske, IPTV i/ili internetske distribucije u Republici Hrvatskoj.Panelisti 'The Prime Time of Television Advertising'O UMTG-uUMTG (**Udruga** mjerenja televizijske gledanosti) osnovana je 2019. godine kroz suradnju najvećih televizijskih kuća na tržištu i **HURA-e** (**Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje**). Svrha tržišnog udruženja jest aktivni angažman svih sudionika industrije u definiranju strukovnih standarda, jačanju transparentnosti TV tržišta, i razvoju čitave industrije.Glavni cilj **udruge** je po uzoru na zapadno-europska tržišta gdje takva tržišna udruženja (Joint Industry Committees, JIC) postoje već desetljećima, osigurati i kontinuirano unaprijeđivati transparentan, pouzdan i nepristran sustav mjerenja TV gledanosti primjenom internacionalnih standarda za mjerenje TV gledanosti doprinoseći tako rastu i održivosti televizijskog sektora u Hrvatskoj. Članovi **udruge** uključuju televizijske nakladnike, udruženja komunikacijskih agencija, komunikacijske agencije, oglašivače, pojedince i **udruge** aktivne u medijskoj industriji. Zalažemo se za transparentnost na tržištu TV oglašavanja i razvoj čitave industrije. Tekst se nastavlja ispod oglasa POGLEDAJTE VIDEO: Otvoren natječaj **udruge** 'RTL pomaže djeci'. Prijavite projekte za dobrobit djece Tekst se nastavlja ispod oglasa Tekst se nastavlja ispod

net.hr, 7.5.2025.

Evidencijski broj / Article ID: 22893653

Naslov / Title: O snazi televizijskog oglašavanja na Danima komunikacije, među panelistima i CEO RTL Hrvats...

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 54874

oglasa