



Hotel Hyatt Regency, 5. jun 2013. godine

KABLOVSKI TV PROGRAMI I TRŽIŠTE OGLAŠAVANJA U SRBIJI

Kamen na kamenu

ŽELJKO PANTIĆ

Ove godine ukupni broj reklama emitovanih na kablovskim TV programima nadmašio je broj reklama na nacionalnim televizijama u Srbiji. Broj domaćinstava koja gledaju neku vrstu kablovske televizije porastao je na 60 posto, sa tendencijom rasta od tri do pet posto godišnje. Oglašivački kolač koji se prilikom dodele nacionalnih frekvencija delio na šest nacionalnih i šest regionalnih televizija, sada se deli na stotinjak različitih kanala.

Preod ovoga, razlog finansijskog kolapsa najvećih televizija u Srbiji treba tražiti u nemogućnosti da se na civilizovan i ekonomski održiv način parira kvalitetu stranih TV programa, koji su svojim prisustvom samo naglasili sve probleme koji prate televiziju u Srbiji decenijama. Nepotizam, političke veze, privatne programske kombinacije, nekontrolisani budžeti za različite serije, predugo su ključni faktori kreiranja programa na velikim televizijama, i možda su mogli da prođu u konkurenciji sami sa sobom, ali u konkurenciji desetina prvoklasnih stranih TV produkcija, izgledaju jednostavno jadno. Postojeća gledanost već je spuštena na nekih 60 posto gledalaca, koji kada imaju izbor, gledaju nacionalne televizije, dok već sada blizu 40 posto auditorijuma gleda kablovske programe. Kada se u ukupnu statistiku doda i onih 40 posto domaćinstava koja, za sada, nemaju priliku da biraju, dolazi se do prevarnog podatka da na nacionalne televizije otpada tri četvrtine gledanosti svih televizija u Srbiji, ali je i to očigledno nedovoljno za bilo koju nacionalnu televiziju da posluje makar na pozitivnoj nuli. RTS koji baštini tradiciju gledanosti, produkciju i opremu koju niko u ovoj zemlji decenijama nije mogao da ima, nije uspeo da smanji broj zaposlenih i troškove svog poslovanja. Tako je došao do tačke da sada RTS ostaje u višemesečnom bestežinskom stanju u kome pretplatu građani ne plaćaju, a u budžetu para za RTS nema. Ipak, ideja nacionalnog servisa kao medija čiju nezavisnu uređivačku politiku finansiraju građani, nikada nije zaživela. Tako umesto da RTS bude nosilac borbe protiv korupcije u društvu, da on produkuje Insajder programe i stavlja prst u oko tajkunima i političarima, dobili smo RTS kao neku vrstu TV produkcije serija od „nacionalnog značaja“ čije snimanje košta 70 do 100 hiljada evra po epizodi. I naravno, kada je trebalo osakatiti i učutkati B92, RTS je novcem od pretplate kupovao sve što mrda na B92, iako se sada vidi da ogromna većina tih ljudi danas nema svoje emisije, i da je jedina svrha tih suludih plata i tih transfera sa



B92 na RTS bilo kadrovsko slabljenje medija koji je jedini razotkrivao Miroslava Miškovića i njegove afere. Sada je B92 degradiran na drugi kanal Prve Televizije, ponovo ima Delta oglose, Insajder zaluta jednom godišnje, ako i tada, dok čak i redovne informativne emisije nemaju svoje stalne termine, već uglavnom ustupaju svoje mesto tehničkim mečevima, repizama serija i filmova, tako da je pogađanje termina vesti B92 postalo neka vrsta igre na sreću.

TV Pink i TV Prva, još jedan su dokaz neodrživosti postojećeg stanja. Željko Mitrović je očigledno shvatio

Srbije, stavljaju pod veliki znak pitanja. TV Prva je, od početka uspešla da izigra zakonsku regulativu, i objedini kontrolu i nad TV B92, što svi vide, ali niko nema načina da spreči, ali i uprkos tome, sa praktično dva kanala sa nacionalnom frekvencijom, rezultati su negativni, nema profita, naprotiv, a nema ni očekivanog položaja lidera na tržištu, koji bi se, gledajući na obim investiranja i do sada utrošenog novca, odavno očekivao. I kao da to porazno stanje televizije u Srbiji nije dovoljno, pored TV Hepi koja vegetira na nivou statističke greške praktično od dobijanja nacionalne frekvencije,

imaju kablovsku televiziju u Srbiji za čak pet posto samo u prošloj godini, ali je to očigledno nedovoljno da pokrije desetine miliona evra uloženi u kupovinu ovih kanala i prava na prenose Lige šampiona i desetina drugih najskupljih sportskih TV programa. Na stranu činjenica da Telekom Srbija po zakonu nema pravo da kao kablovski distributer i javno preduzeće u državnom vlasništvu bude vlasnik TV kanala. Ipak, glavni problem je u činjenici da je Telekom Srbija jedan od glavnih izvora budžetskih prihoda u Srbiji, a ukupna dobit sa 220 miliona, prepodeljena je na 110 miliona evra. Gubitak

prave program koji građani plaćaju, ali potpuno dobrovoljno i redovno, za razliku od pretplate za RTS, koja je duplo manja od prosečnog računa za kablovsku televiziju. SOS Kanal danas na 53 kablovske TV mreže ima više gledalaca nego što bi ikada imao da mu RATEL nije dodelio rumunsku frekvenciju umesto regionalne frekvencije, i posluje pozitivno, sa dva puta više gledalaca od TV Arena sport. Umesto Opstanka na RTS, deca gledaju Animal Planet. Crtni filmovi se gledaju na tri Dizni kanala, i još najmanje pet velikih kablovskih TV programa koji 24 sata dnevno emituju prvoklasne animirane filmove. Umesto domaćih istorijskih političkih prepucavanja, na kanalima Histori uživaju u prvoklasnim istorijskim dokumentarcima o Nikoli Tesli, prvom i drugom svetskom ratu, i mnogim drugim istorijskim znamenitostima. Serije, filmovi, rialiti programi, muzika, geografija, putovanja, kuhinje sveta, i tako unedogled. A tek je počelo. PTT Srbija od 1. juna krenuo je u ambiciozni program pokrivanja onih 40 posto domaćinstava koja nemaju kablovsku televiziju, a koja su ostalim kablovskim distributerima ostala nedostižna. PTT Srbija sa svojih 1.500 pošta u svakom mestu u Srbiji i novom tehnologijom bežičnog prenosa TV slike, jedini je u Srbiji koji može brzo, ekonomski i infrastrukturno održivo, izneti posao uvođenja kablovske televizije u ruralnom delu Srbije, tako da će sistem nacionalnih i regionalnih frekvencija postati potpuno prevaziđen. A kada 100 posto domaćinstava bude moglo da bira između rvanja u blatu domaćih rialiti starleta i najbolje svetske TV produkcije, biće jasno da od nacionalnih televizija kakve danas imamo u Srbiji, neće ostati ni kamen na kamenu.

PTT Srbija od 1. juna krenuo je u ambiciozni program pokrivanja onih 40 posto domaćinstava koja nemaju kablovsku televiziju, a koja su ostalim kablovskim distributerima ostala nedostižna. PTT Srbija sa svojih 1.500 pošta u svakom mestu u Srbiji i novom tehnologijom bežičnog prenosa TV slike, jedini je u Srbiji koji može brzo, ekonomski i infrastrukturno održivo, izneti posao uvođenja kablovske televizije u ruralnom delu Srbije, tako da će sistem nacionalnih i regionalnih frekvencija postati potpuno prevaziđen. A kada 100 posto domaćinstava bude moglo da bira između rvanja u blatu domaćih rialiti starleta i najbolje svetske TV produkcije, biće jasno da od nacionalnih televizija kakve danas imamo u Srbiji, neće ostati ni kamen na kamenu.

odakle vetar duva, i najavio ambiciozni program otvaranja čak 60 novih kablovskih programa, ali se ta ideja spotakla na samom početku pošto nijedan kablovski operater nije bio spreman da na postojećih 60 kanala doda još 60, što iz tehničkih, što iz poslovnih razloga. Troškovi poslovanja Pinka očigledno su sistemski problem, tako da je na nedavno objavljenoj listi najvećih poreskih dužnika, Pink na ubedljivo prvom mestu, što je samo po sebi apsurd prve vrste, i priču Pinka o tome kako njihov program, za razliku od RTS, ne finansiraju građani

uskoro dobijamo još jednu nacionalnu televiziju, koja će ući umesto TV Avala.

Tu dolazimo do stanja na tržištu kablovskih TV programa. TV Arena sport je zbog nerenenog sukoba na liniji SBB-Telekom Srbija, ostala van gledanosti većine gledalaca kablovske televizije u Srbiji, i ne prelazi ukupni broj od 500 hiljada gledalaca nedeljno. Telekom Srbija je pokušavajući da izađe iz čeličnog stiska SBB-a, agresivno vodio kampanju za Telekom IP TV servis, pa je to rezultiralo povećanjem ukupnog broja domaćinstava koja

od 110 miliona evra, koji direktno utiče na stabilnost javnih finansija u Srbiji, nikako nije privatna stvar menadžmenta Telekoma Srbija, koji duguje objašnjenje o poslovnim rezultatima TV Arena sport, i kojom magijom medij koji ima svega 500 hiljada gledalaca nedeljno, ima novca za Ligu šampiona, a RTS koji ima dva miliona gledalaca dnevno, niti bilo koji drugi komercijalni medij, za te iste prenose nema para.

Upravo zato, ne čudi procvat kablovskih TV programa koji bez državnih steroida, bez poreskih dugova,

KABLOVSKI TV PROGRAMI I TRŽIŠTE OGLAŠAVANJA U SRBIJI

Kakva je perspektiva kablovske televizije i tržišta oglašavanja

Kabl pretekao antenu, a Pink prestigao RTS

Bojan Cvejić

Broj domaćinstava u Srbiji koja imaju kablovsku televiziju, IPTV ili neku drugu platformu koja omogućava veći broj TV kanala dostigao je 60 odsto. Poređenja radi, 2012. godine broj domaćinstava sa kablovskom i zemaljskom televizijom bio je izjednačen. Zanimljivo je, takode, da se i dalje beleži tendencija širenja kablovske mreže u Srbiji, istaknuto je na konferenciji Danas konferens centra „Kablovski programi i tržište oglašavanja u Srbiji“.

Govoreći o trendovima kablovske televizije u Srbiji, Predrag Lozović iz agencije Nilsen Audience Measurement Serbia ukazao je na činjenicu da se najviše domaćinstava (čak 87 odsto), koji koriste više televizijskih kanala, nalazi u Beogradu. Slede severna Vojvodina sa 66 odsto, pa centralna Srbija sa 60 odsto domaćinstava. On je dodao da gledanost nacionalnih TV stanica opada i taj trend prisutan je od 2010.

Prema podacima za period od januara do aprila 2013, nacionalne TV stanice učestvuju u ukupnoj gledanosti sa više od 75 odsto. S druge strane, u kablovskom sistemu nacionalne stanice imaju udeo u gledanosti od 62 odsto. Ostatak prostora „rezervisan“ je za kanale koji se emituju samo u kablov-

- Broj domaćinstava sa kablovskom televizijom pretekao je one koji signal „hvataju“ antenom
- Posle više godina TV Pink gledaniji čak i od RTS1
- Od 2010. opada gledanost nacionalnih TV stanica

skom sistemu. Ipak, u ukupnoj gledanosti kablovski programi učestvuju sa 13 odsto, ali i beleže konstantan trend rasta - objasnio je Lozović.

Prema rezultatima merenja agencije Nilsen, TV Pink je ove godine prvi put posle mnogo godina prestigao prvi kanal RTS-a po gledanosti, dok se na trećem mestu našla Prva televizija. Od kablovskih programa najgledaniji je Pink 2, potom dečiji kanali Ultra i Minimaks, pa Diskaveri, Sportklub i Eurosport. „U aprilu su najgledaniji bili kanali koji emituju filmski i serijski program. Slede dečiji, dokumentarni, pa sportski programi. Nijedan od kablovskih kanala, međutim, nije dominantan po gledanosti“, ukazao je Lozović.

On je izneo još nekoliko podataka koji ukazuju na to da domaćinstva u Sr-

biji poseduju ukupno 3,6 miliona televizora, da 61 odsto njih ima samo jedan TV aparat, svaki treći ima dva, a osam odsto ima tri i više uređaja.

Aleksandar Gajović, savetnik u Ministarstvu kulture i informisanja, konstatovao je da u javnosti postoji zabluđa da građani koji imaju kablovsku televiziju „plaćaju dve pretplate“. Prema njegovim rečima, kablovskim operatorima se plaća „dovođenje usluga do svakog potrošača“, dok je pretplata za javni servis „obaveza koja postoji u svim evropskim zemljama“. Gajović je naglasio da je pretplata za javni servis obavezna, a da li će tako ostati, „videće se nakon javne rasprave o medijskim zakonima koji su u pripremi“. Usledio je i komentar da su kablovski operatori građanima učinili uslugu sa obzirom na to da ne moramo da se penjemo na krov i nameštamo antenu, a uz to imamo dobar signal i brz internet.

On se osvrnuo i na opštu situaciju na medijskoj sceni Srbije, ukazujući da trenutno postoji veliki broj medija u zemlji, kao i da je teško reći koliki je tačan broj jer se situacija menja iz dana u dan. Sve to, kako kaže, diktiraju ekonomski uslovi.



Spor proces digitalizacije

Digitalizacija bi trebala da reši mnoge probleme sa kojima se suočavamo u ovoj oblasti. Mislim, pre svega, na kvalitetniji TV signal i bolju kontrolu onoga što gledamo na malim ekranima. Što se tiče dinamike procesa digitalizacije, mi smo kao zemlja gotovo na evropskom rubu. Činjenica je da su gotovo sve evropske zemlje već završile taj proces - istakao je Aleksandar Gajović, savetnik u Ministarstvu kulture i informisanja.

Kada je reč o oglašavanju, treba podsetiti da oglašivači plaćaju prostor onome ko se najviše gleda, odnosno najviše čita, mada je gotovo nemoguće utvrditi koliki je tačan tiraž novina u Srbiji. Informacije koje iznose mediji o svojim tiražima treba uzeti sa zadržkom i sumnjom, utoliko pre što nije svaki list svakog dana najčitaniji i najtiražniji kao što tvrde. Što se gledanosti tiče, u Srbiji zasad postoji samo jedna agencija koja se bavi merenjem auditorijuma - istakao je Gajović.

Mihailo Jovanović, direktor direkcije za IT i elektronske komunikacije PTT Srbije, predstavio je novi projekat PTT Srbija „PoštaNet“, u okviru kojeg su integrisani kablovska televizija i internet, odnosno KDS i PTT Net, koji je već u ponudi od 1. juna. On je rekao da će od septembra građani moći da se prijave za ovu uslugu na svim šalterima Pošte, kao i da do kraja godine traje promocija u okviru koje priključenje na mrežu košta jedan dinar.

PTT Srbija nudi potencijalnim korisnicima naših usluga ugovore na 12 i 24 meseca, ali postoji i opcija koja ne podrazumeva tu vrstu obaveze. Pošta je drugi po veličini kablovski operator u

Mitićeva je istakla i da medijska kuća Foks broji više od 350 kanala u svetu, 37 TV brendova i da je prisutna u 181 zemlji. Prema podacima koje je iznela na konferenciji, ova medijska kuća u Srbiji ima trenutno deset kanala, kao i da odnedavno na šest prodaju reklamni prostor. „Foks lajv“ namenjen je ženskoj populaciji od 15 do 34 godine, „Foks krajm“ ženama od 25 do 54 godine, dok je „Nešnal džiografik“ namenjen u muškarcima i ženama od 18 do 54 godine. S druge strane, kako je navela kanal „24 kičen“ namenjen je svim uzrastima, kao i „Foks muviz“.

Kanal Foks, koji promoviseo pod sloganom Pametna zabava sa stavom, ima ciljnu populaciju od 18 do 35 godina starosti, i ovaj kanal se u istom formatu emituje u 103 države na više od deset jezika. U Srbiji je ovaj kanal tek odnedavno počeo da se emituje, tako da se tek očekuje njegova ekspanzija - navela je Nataša Mitić i dodala da u Srbiji raste broj reklama na kanalima kojima se plaćaju (Pej TV), odnosno na kablovskim programima.

Danasova konferencija bila je prilika za direktora SOS kanala Dragišu Kovačevića da javno postavi pitanje: kako je

Domaćinstva u Srbiji poseduju ukupno 3,6 miliona televizora, 61 odsto domaćinstava ima samo jedan TV aparat, svaki treći ima dva, a osam odsto ima tri i više uređaja

Srbiji i trenutno broji više od 130.000 korisnika. Prošle sedmice PTT Srbija dobila je dozvolu za bežični prenos TV signala, što će omogućiti jeftiniju tehnologiju i bolji prenos digitalnog signala. Naš plan je da u narednom periodu širimo svoju mrežu, naročito u gradovima u kojima nisu rasprostranjene naše usluge kablovske televizije i interneta. U ostvarivanju tog cilja oslanjamo se na razvijenu infrastrukturu i na činjenicu da imamo oko 1.500 šaltera u Srbiji, odnosno jedinice poštanske mreže - objasnio je predstavnik PTT Srbije.

Nataša Mitić, direktorka prodaje oglašavanja Foks International Channels Serbia, iznela je podatak da je Srbija na vrhu liste evropskih zemalja po gledanosti televizije, po čemu je jedino Rumunija u regionu ispred nas, dok su odmah iza Srbije Mađarska i Hrvatska. Poredeći zemlje po pokrivenosti kablovskom televizijom, ona je istakla da je na prvom mestu u Evropi Holandija sa 98 odsto pokrivenosti, dok se Srbija nalazi negde na sredini sa pokrivenošću od 51 odsto, prema podacima iz prošle godine. Na dnu lestvice nalaze se Francuska sa 28 odsto i Španija sa samo 23 odsto pokrivenosti, „kablom“.

Telekom mogao da otkupi sportske kanale Arena, kada je zakonom zabranjeno javnim preduzećima da budu vlasnici medija. On je upitao i marketinške agencije kako to da se reklame za sportsku prognozu puštaju na kanalima Arene, kad je SOS kanal gledaniji od sva četiri kanala Arene zajedno.

Kako se reklame raspoređuju po TV stanicama, odnosno prema kojim kriterijumima, pitam marketinške agencije. Novim zakonima trebalo bi da se zabrane reklame iz Srbije na inostranim kablovskim programima. Očekujem da svi emiteri imaju iste uslove za rad - naveo je Kovačević, koji je podsetio na slučaj SOS kanala, kojem je 2006. dodeljena neispravna frekvencija za emitovanje u Beogradu, pa se sada program emituju samo putem kablovskog sistema.

Direktor SOS kanala dodao je i da oko 53 kablovska operatora u Srbiji distribuiraju program ove TV stanice, jer „ne postoji sličan program u zemlji“. „Samim tim, SOS kanal u ovom trenutku ima daleko veću gledanost nego što je imao kada je dobio frekvenciju“, konstatovao je Kovačević.



Predrag Lozović iz agencije Nilsen Audience Measurement Serbia

Gledanost nacionalnih TV stanica opada i taj trend prisutan je od 2010. Prema podacima za period od januara do aprila 2013, nacionalne TV stanice učestvuju u ukupnoj gledanosti sa više od 75 odsto. S druge strane, u kablovskom sistemu nacionalne stanice imaju udeo u gledanosti od 62 odsto. Ostatak prostora „rezervisan“ je za kanale koji se emituju samo u kablovskom sistemu. Ipak, u ukupnoj gledanosti kablovski programi učestvuju sa 13 odsto, ali i beleže konstantan trend rasta.



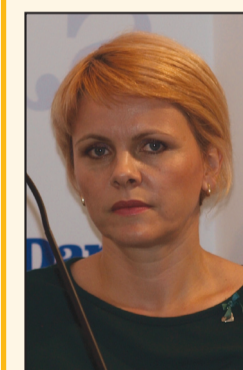
Aleksandar Gajović, savetnik u Ministarstvu kulture i informisanja

Kada je reč o oglašavanju, treba podsetiti da oglašivači plaćaju prostor onome ko se najviše gleda, odnosno najviše čita, mada je gotovo nemoguće utvrditi koliki je tačan tiraž novina u Srbiji. Informacije koje iznose mediji o svojim tiražima treba uzeti sa zadržkom i sumnjom, utoliko pre što nije svaki list svakog dana najčitaniji i najtiražniji kao što tvrde. Što se gledanosti tiče, u Srbiji zasad postoji samo jedna agencija koja se bavi merenjem auditorijuma.



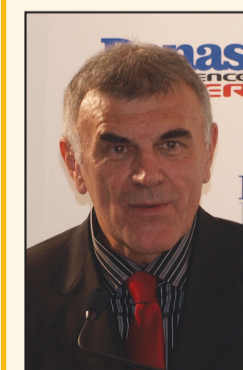
Mihailo Jovanović, direktor direkcije za IT i elektronske komunikacije PTT Srbija

PTT Srbija dobila je dozvolu za bežični prenos TV signala, što će omogućiti jeftiniju tehnologiju i bolju prenos digitalnog signala. Naš plan je da u narednom periodu širimo svoju mrežu, naročito u gradovima u kojima nisu rasprostranjene naše usluge kablovske televizije i interneta. U ostvarivanju tog cilja oslanjamo se na razvijenu infrastrukturu i na činjenicu da imamo oko 1.500 šaltera u Srbiji, odnosno jedinice poštanske mreže.



Nataša Mitić, direktorka prodaje oglašavanja Foks International Channels Serbia

Srbija je na vrhu liste evropskih zemalja po gledanosti televizije. Jedino je Rumunija u regionu ispred nas, dok su odmah iza Srbije Mađarska i Hrvatska. Kad je reč o pokrivenosti kablovskom televizijom, na prvom mestu u Evropi je Holandija sa 98 odsto pokrivenosti, dok se Srbija nalazi negde na sredini sa pokrivenošću od 51 odsto. Na dnu lestvice nalaze se Francuska sa 28 odsto i Španija sa samo 23 odsto pokrivenosti, „kablom“.



Dragiša Kovačević, direktor SOS kanala

Pitam se kako je Telekom mogao da otkupi sportske kanale Arena, kada je zakonom zabranjeno javnim preduzećima da budu vlasnici medija. Zanimaju me takode, kako to da se reklame za sportsku prognozu puštaju na kanalima Arene, kad je SOS kanal gledaniji od sva četiri kanala Arene zajedno. Drugim rečima zanima me prema kojim kriterijumima se reklame raspoređuju po TV stanicama.

PTT će izdvajati novac za javne servise

PTT Srbija trenutno radi analizu o tome kako bi ovo preduzeće moglo da pomogne finansiranju javnih servisa kroz njihovu mrežu kablovske televizije i interneta. Cilj nam je da u naredne četiri godine broj korisnika kablovske televizije i interneta poraste sa 130.000 na više od 500.000 domaćinstava i onda bismo mogli da izdvojimo deo sredstava za finansiranje RTS i RTV, koji bi mogli onda da se „skinu“ sa državnog budžeta - rekao je Mihailo Jovanović, direktor direkcije za IT i elektronske komunikacije PTT Srbija.

