

Sporočilo za javnost**Nacionalna raziskava branosti – NRB
1. četrletje 2004**

Nacionalna raziskava branosti (NRB), ki jo družba Cati d.o.o. iz Ljubljane pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice izvaja že od januarja 2002, je prva sindicirana raziskava neprofitnega značaja, obenem pa je tudi prva raziskava, ki jo vodi in nadzoruje skupno strokovno telo, kar je praksa v razvitem svetu. V zadnjem času je raziskava, ki jo je zasnovala skupina založnikov tiskanih medijev, agencij, zakupnikov in oglaševalcev, doživela kar nekaj sprememb in nadgradenj. Ena glavnih novosti NRB je novi paket podatkov NRB – Paket C+. Potekajo testiranja 12 novih naslovov, v pripravi je predlog za razširitev seznama merjenih naslovov, duhu napredka sledi tudi spletna stran www.nrb.info. Svet pristopnikov k NRB pa je v začetku marca letos sprejel sklep, da v skladu s pogodbo o izvedbi izkoristi možnost podaljšanja izvajanja za eno leto in s tem dosedanjemu izvajalcu NRB, družbi Cati d.o.o., pogodbo podaljša za leto dni.

Testiranje 12 novih naslovov tiskanih medijev

Slovenska oglaševalska zbornica in družba Cati že nekaj časa resno razmišljata o nujnosti razširitve merjenih naslovov v NRB-ju. V tem duhu sta bili izvedeni že dve testiranji (preverjanje dosega enega izida po metodi zadnjega branja), na osnovi katerih se je prvotni seznam merjenih revij razširil na 150 merjenih naslovov. V drugem četrletju 2004 bodo tako testirali 12 novih naslovov: Belokranjec, Avto fokus, Lepa&zdrava, Dober tek, Goriška, Kamniške novice, Več, FHM, Moje stanovanje, Sobota, Notranjske novice in Sava glas. Če se bo izkazalo, da imajo testirani naslovi višji doseg od sedaj merjenih, se bodo novi naslovi uvrstili v NRB na račun tistih s slabšim dosegom. Potencialne spremembe nabora merjenih naslovov se tako izvajajo polletno, kar sovpada z obdobjem valute. Testiranje in dodajanje novih naslovov na podlagi rezultatov testiranj sicer omogoča dinamično spreminjanje merjenih naslovov, vendar je seznam še vedno omejen na 150 revij. Izvajalec pripravlja predloge, kako obiti omejitev medijske liste. Predloge bo izvajalec obravnaval skupaj s Strokovno komisijo NRB, ki bo sprejela končno odločitev o tem, kateri predlog je najprimernejši.

NRB na spletu

Duhu napredka sledi tudi spletna stran www.nrb.info, na kateri se nahajajo splošne informacije o raziskavi NRB ter o naročniku in izvajalcu, na voljo pa so tudi javno dostopni podatki, prodajna ponudba, novice, ki jih pošljejo mediji in zajemajo sporočila o novostih v že obstoječih publikacijah, sporočila o novih publikacijah, novice o spremembah oglasnega prostora, o večjih kadrovskih premikih, ipd. Enkrat mesečno bo na spletni strani tudi forum, na katerem bo Andraž Zorko, direktor medijskih raziskav in partner družbe Cati, eno uro odgovaljal na aktualna vprašanja v zvezi z raziskavo NRB, bodisi z vidika metodologije bodisi uporabe podatkov, ki jih ta raziskava daje. V pripravi pa je tudi baza pogostih vprašanj in odgovorov (t. i. Q & A), ki bo uporabnikom omogočila vpogled v dosedaj postavljena vprašanja in odgovore nanje.

Družba Cati izvajalec NRB 2005

Raziskavo NRB že od njenega začetka na podlagi javnega razpisa izvaja družba Cati d.o.o iz Ljubljane. Ker pogodba izvajalcu poteče konec letošnjega leta, je Svet pristopnikov k Nacionalni raziskavi branosti (SP NRB) v začetku marca sprejel sklep, da se pogodba z družbo Cati podaljša še za leto dni. Izvršni odbor SP NRB se je kar nekaj časa odločal med dvema možnima ukrepoma po preteku aktualne pogodbe z družbo Cati, in sicer - podaljšanje pogodbe za eno leto ali izvedba novega razpisa. Ob oblikovanju razpisnih kriterijev in pogodbenih določil pri prvem razpisu so se akterji takrat odločili, da bo pogodbeni rok dolg tri leta. Hkrati so se zavedali, da je tri leta kratka doba - tako za povrnitev investicije izvajalca kot za amortizacijo stroškov razpisa in dogovorov s strani vlagateljev, zato so v pogodbo vključili možnost podaljšanja pogodbe za največ dve leti. Izkušnje preteklih dveh let kažejo, da so bili razvoj, nadzor, sodelovanje in sledenje interesom raziskave na občutno višjem nivoju kot v predhodnih raziskavah te vrste. Izvršni odbor (IO) se je zato odločil, da Svetu pristopnikov NRB predlaga podaljšanje obstoječe pogodbe za eno leto ter si tako prihrani nepotrebne nove stroške in pogajanja. Ob vsaki spremembi izvajalca namreč nujno prihaja tudi do delnih sprememb v metodologiji in podatkih, kar bi po mnenju IO v kritičnem trenutku na trg vneslo dodatno negotovost in zmedo. IO se zaveda, da bi bila odvisnost od enega izvajalca kontraproduktivna, a se hkrati tudi zaveda, da je trg majhen, strokovno usposobljeni izvajalci pa so številčno omejeni. IO ocenjuje, da je zato razpis za izvajanje NRB primernejše izvesti v naslednjem letu. Družba Cati tako ostaja izvajalec NRB tudi v letu 2005.

Nov paket podatkov NRB – Paket C+

V letu 2003 je družba Cati v okviru terenskega anketiranja zbirala tudi podatke o uporabi in/ali priklicu nekaterih izdelkov oziroma znamk iz naslednjih skupin:

- banke (kje imajo uporabniki račun),
- zavarovalnice (kje so zavarovani),
- avtopark (koliko in kakšne avtomobile imajo, kaj je odločalo pri izbiri za nakup),
- elektronika: TV, VHS, DVD (koliko in katere od naštetih imajo),
- bela tehnika: hladilniki, štedilniki, pralni stroji, pomivalni stroji, MGA (nakupna namera v prihodnjih šestih mesecih, med katerimi znamkami bi izbirali),
- OTC (katera zdravila uporabijo v primeru gripe in prehlada).

Ti podatki bodo kot posebni modul vključeni v NRB, in sicer za vse pristopnike k NRB brezplačno, za naročnike NRB paketa C pa so na voljo v obliki nadgradnje v paket C+. Cena nadgradnje je 100.000 sit + DDV. Paket C+ je na voljo tudi ostalim potencialnim naročnikom, njegova cena je za 100.000 sit višja od cene običajnega C paketa za leto 2003, in sicer znaša 687.000 sit + DDV. Vse informacije v zvezi z novim paketom C+ dobite na elektronskem naslovu brigitaf@cati.si.

**Več o Nacionalni raziskavi branosti najdete na spletni strani: www.nrb.info.
Na spletni strani bo objavljena tudi današnja prezentacija.**