



MACEDONIAN ASSOCIATION
OF AGENCIES FOR MARKETING

**Забелешки за Нацрт – упатството за начинот на мерење на гледаност или слушаност на програмите,
односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија**

Почитувани,

По евалуацијата на нацрт-упатството која ја направивме после првата јавна расправа, предлагаме во следната фаза да бидат усвоени неколку суштински забелешки. Првата се однесува на рамките во кои Агенцијата за аудио- и аудиовизуелни медиумски услуги е вклучена во целиот процес, особено преку активното учество во Комитетот на начинот што го пропишува предлогот односно нацрт-правилникот, во процесот на избор на истражувачката агенција, склучувањето договор со неа итн. (член 5, 6, 12, 13, 15).

Имено, ако се земе во предвид искуството во други европски земји, како и во САД, повеќето од задачите кои во нацрт-упатството ги исполнува Агенцијата или Директорот на агенцијата како нејзино овластено лице, се предмет на работа на посебно правно лице, т.н. Joint Industrial Committee (JIC), во кое членуваат заинтересираните страни од индустријата, односно телевизии и маркетинг агенции. Државата по правило не е вклучена во овие процеси, освен како супервизор – функција која Агенцијата за аудио - и аудиовизуелни медиумски услуги кај нас и онака ја исполнува а и со нашиот предлог за начинот на формирање на JIC ќе биде тоа и дополнително овозможено.

На овој принцип инсистираме и заради комплетната независност од секаква форма на злоупотреба и за запазување на проверливоста и доверливоста на податоците од мерењата. На ова не обврзува и фактот дека тие податоци се одлучувачки за распределба на најголемиот дел од рекламиот колач на огласувачите, кој за телевизиите актуелно изнесува околу 20 милиони евра.

Конкретните забелешки за текстот во продолжение:

Во член 3 се додава:

Македонскиот комитет го сочинуваат петте национални телевизии, како и две агенции претставнички на MAAM со право на глас, како и МРТВ и Агенцијата за аудио- и аудиовизуелни медиумски услуги со право на учество во диксија, но без право на глас.

Одлуките Комитетот ќе ги носи според принципот 1 член = 1 глас со исклучок на двете членки без право на глас (МРТВ, Агенција за АВМУ). За донесување на одлука потребна е согласност од најмалку 3 телевизии (квалификувано мнозинство).

Во член 3 се вади: Основната задача на Иницијативниот одбор е да ги подготви нацрт-актите за работа на Комитетот (начин на работа, состав, организациона структура на Комитетот и друго).

Во член 4 се додава: Комитетот се формира со акт кој го донесуваат сите негови членови со право на глас.

Во делот што се однесува на Органите на комитетот, нашата забелешка се однесува на формирањето Технички комитет, кој според нас е непотребен и бараме комплетно да се извади од членовите 8, 9, 10 и 11.



MACEDONIAN ASSOCIATION
OF AGENCIES FOR MARKETING

Во член 9 третата реченица се менува и гласи: Управниот одбор се состанува по потреба, а најмалку еднаш квартално.

Во член 12 се менува: Огласот за избор на истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија го објавува Македонскиот комитет, откако ќе го спроведе истражувањето од точка 7.1.6. од ова Упатство.

Во член 13 се вади "а го одобрува Директорот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги".

Во член 14 критериумите се надополнуваат со следниве:

Потребно е истражувачката агенција да користи напредна технологија (real-time мерење, мултиплатформи итн.), да прикаже како референца барем 10-годишно меѓународно искуство, да докаже дека нема паралелна дејност и конфликт на интереси, како и да докаже дека главните приходи се од мерење на гледаноста, наместо прв критериум за избор да биде цената што ќе ја понуди.

Во член 15 се менува: Договорот со истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од РМ го потпишува Македонскиот комитет за мерење на публиката преку овластено лице.

Член 17 и член 18 се брише.

Подносители на забелешките:

1. Ню Момент Ню Идеас Компани
2. Ovation advertising
3. Universal Media
4. Идеа Плус Коммуникации
5. MEDIA HOUSE Marketing & Communications
6. Публицис