FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

REGIONAL MEDIA AWARDS 2017

Η κρυμμένη δύναμη των Περιφερειακών ΜΜΕ

Ξένια Κούρτογλου
Founder & Managing Partner Focus Bari

Ο Έλληνας σήμερα...

Τα ΜΜΕ σήμερα...

Τα Περιφερειακά ΜΜΕ...

Ο Έλληνας σήμερα

...

Οι δυνάμεις της αλλαγής

Τα τελευταία **δέκα** χρόνια ζούμε **ραγδαίες αλ**[illegible] **που μεταβάλλουν τη καθημερινότητα** και τη ζωή μας **από μέρα σε μέρα!**

Η Οικονομική Κρίση (πολιτικό σκηνικό-αξίες)

Η Εξέλιξη της Τεχνολογίας

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Η κρίση = αλλαγή

… ***αδυναμία σύνδεσης*** *του χθες με το σήμερα, και…*

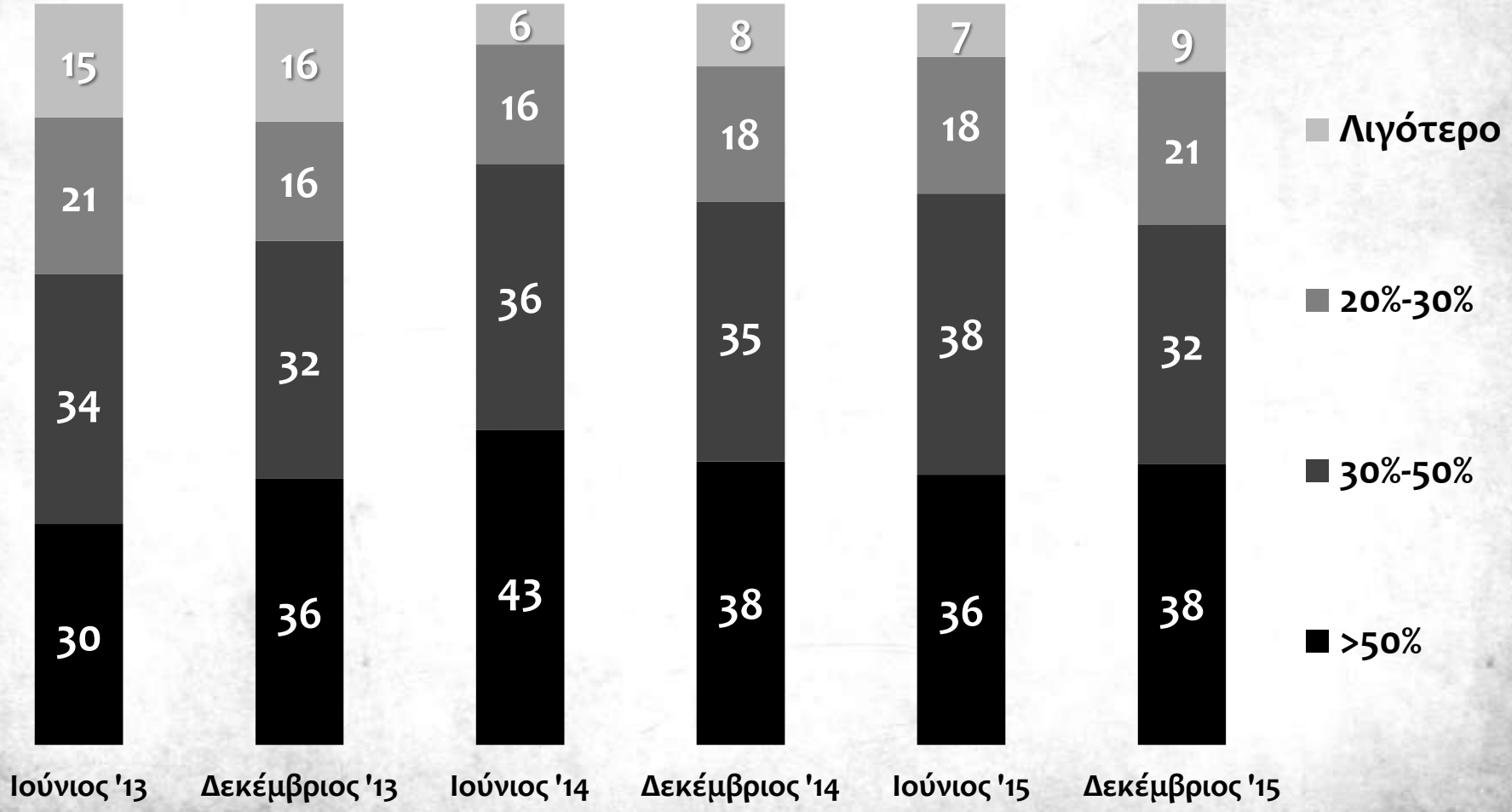
… του σήμερα με το αύριο!

Η κρίση είναι ευκαιρία αλλαγής και εξέλιξης!

«Αν δεν διασαλευτεί το παλιό,
δεν έρχεται το καινούργιο»

Η οικονομική κρίση άγγιξε **όλη την Ελλάδα**

Έναντι του 2009 το εισόδημα **μειώθηκε** κατά...



Focus Bari: Recession Study: Έλληνες 18-70 ετών Πανελλαδικά

… με μια νέα νοοτροπία εξόδων!

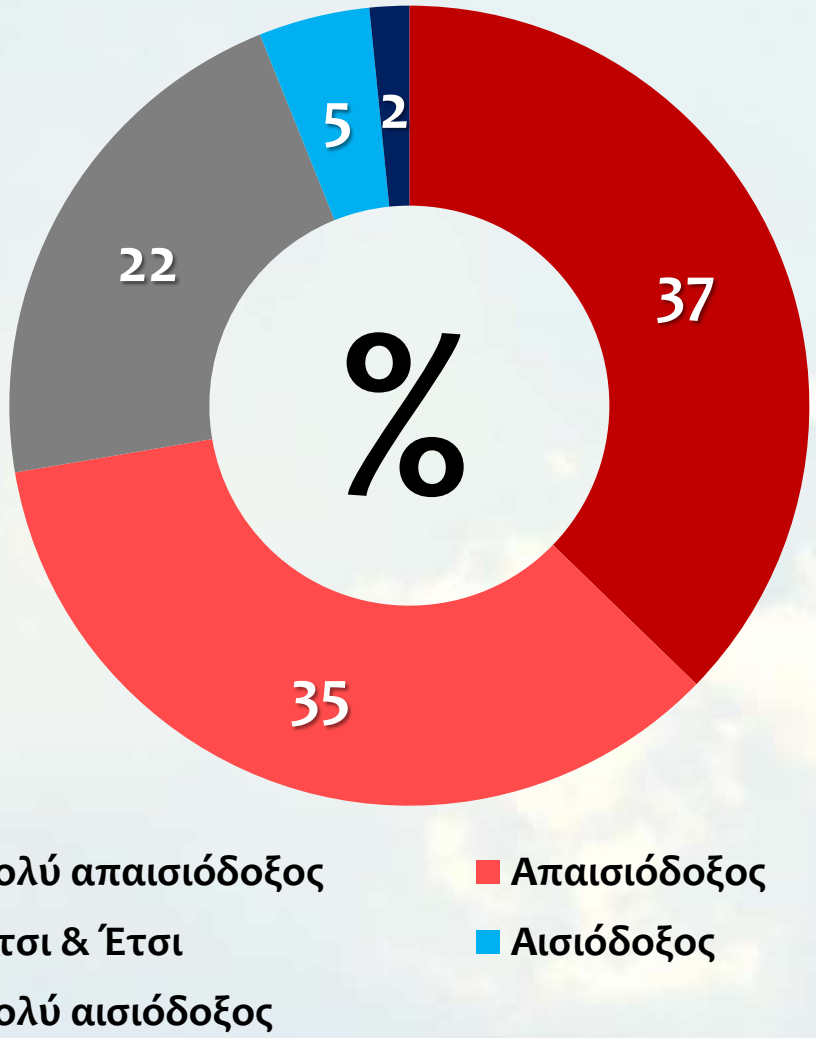
Οι προσφορές περνούν **απαρατήρητες** αν δεν αφορούν σε κάτι ουσιαστικό!

Το «VFM» δίνει τη θέση του στο **«τόσα μπορώ»!**

Οποιαδήποτε τοποθέτηση οφείλει να **αποδεικνύει την αξία της** και η αξία πλέον μετριέται μέσω της **εμπειρίας: *«τι νιώθω!»***

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Με έντονα αρνητική εικόνα για το μέλλον της χώρας μας

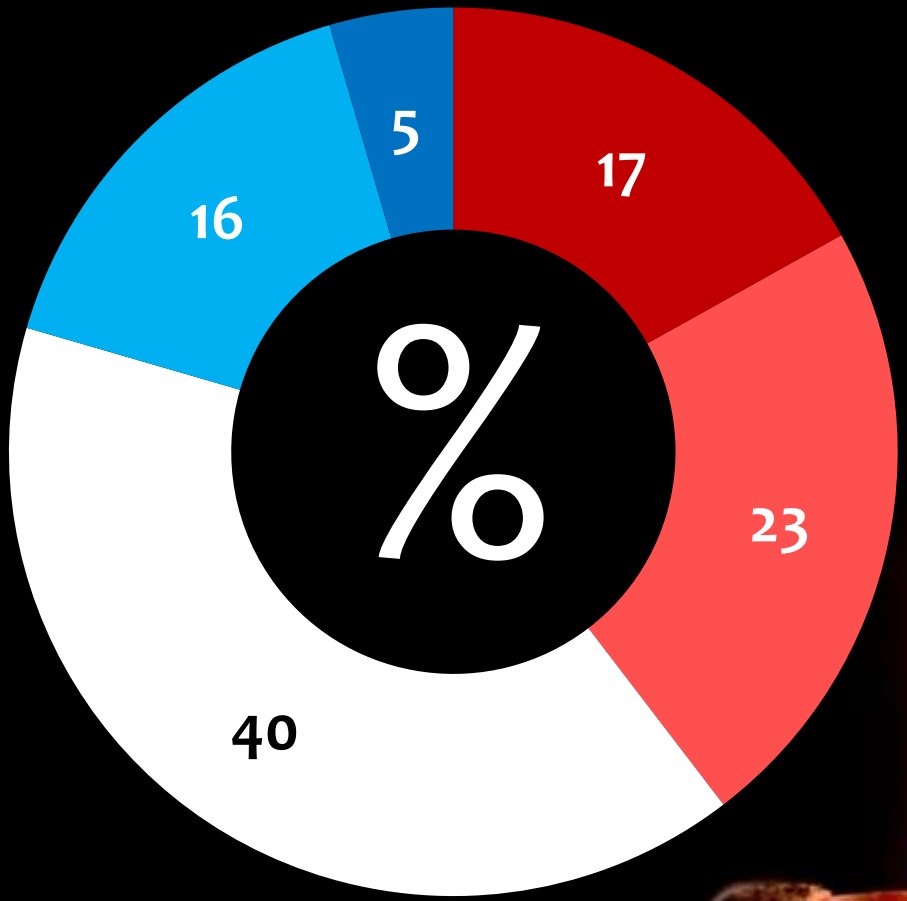


FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Βάση: 18-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

...την οποία παρατηρούμε σε όλες τις ηλικίες,
...από 70%
στους νέους
18-24 φτάνει
στο...
...80%
στην μεγαλύτερη
ηλικία 65-74!
Βάση: 18-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016
FocusBari

... και ένα αρνητικό ατομικό συναίσθημα!

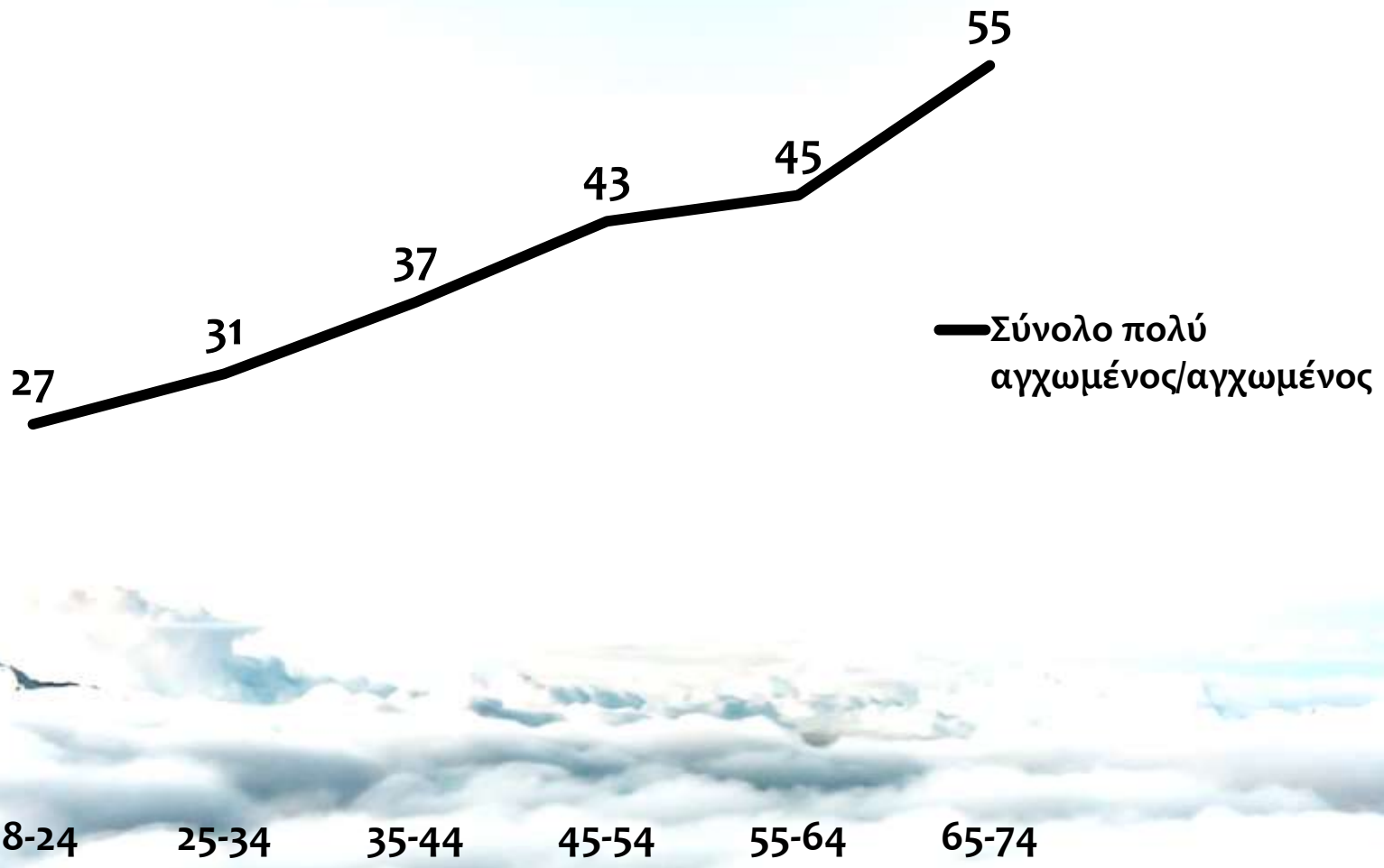


- Πολύ αγχωμένος
- Αγχωμένος
- Έτσι & Έτσι
- Αισιόδοξος
- Πολύ αισιόδοξος

Βάση: 18-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

…που κορυφώνεται όσο ανεβαίνει η **ηλικία** και οι **υποχρεώσεις!**

%



Βάση: 13-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

Τομείς που θέλουν να βελτιώσουν στη ζωή τους

Βάση : Γενικό Κοινό

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Με μια ματιά…

Όλοι **(97%)** οι Έλληνες έχουν **τουλάχιστον ένα** κινητό…

… **δύο στους τρεις (68%)** έχουν smartphone

Βάση: 13-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

Με μια ματιά…

78% των Ελλήνων χρησιμοποιεί **Internet**…

67% των Ελλήνων έχουν **Double Play**

Βάση: 13-74 ετών, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

FocusBari

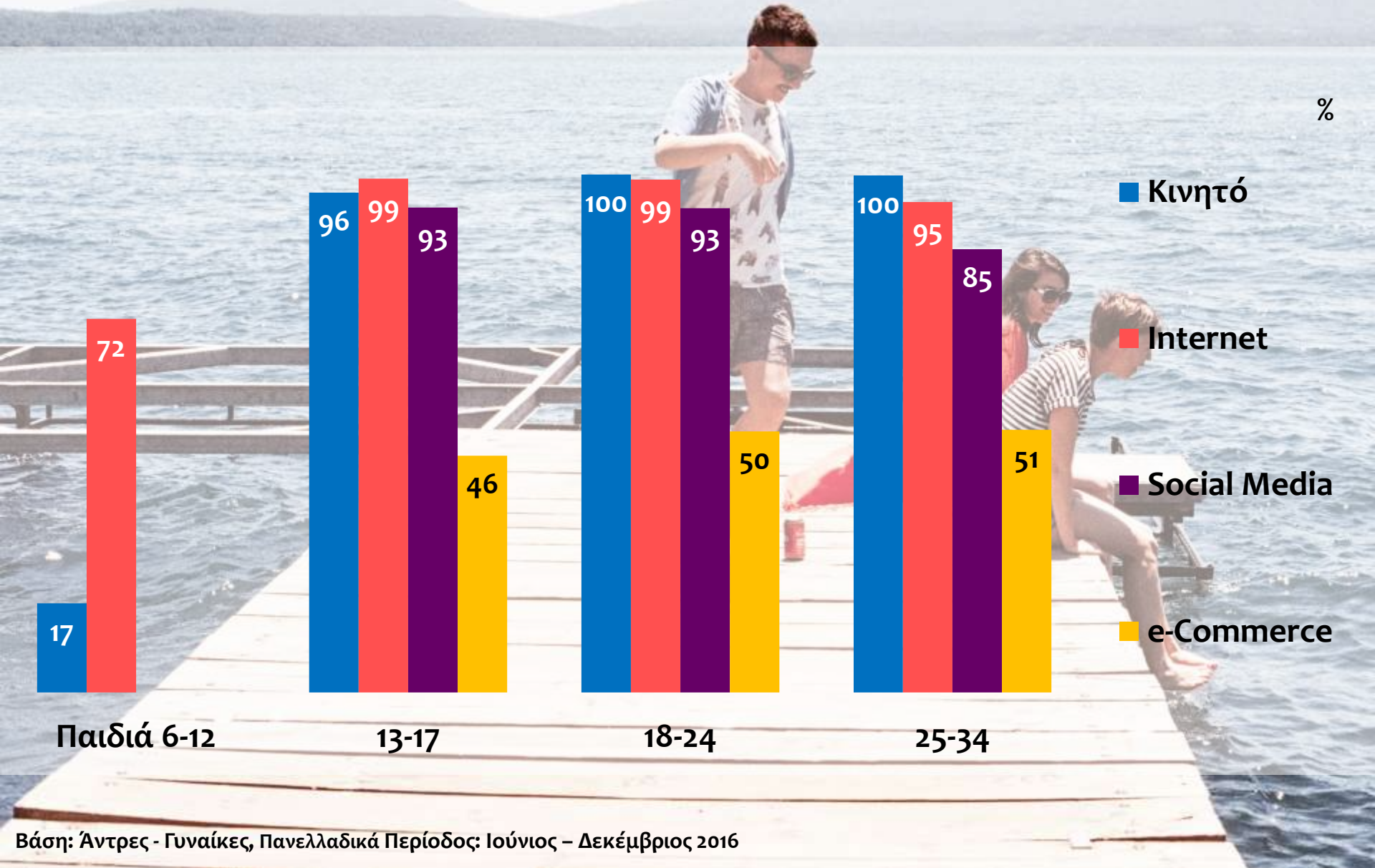
Με μια ματιά…

…πάνω από **3/5** Έλληνες **(64%)**
έχουν τουλάχιστον ένα
profile στα Social Media!

2/5 Έλληνες **(38%)** έχουν κάνει
τουλάχιστον μια αγορά
(πληρωμή) online στο μέσο
εξάμηνο!

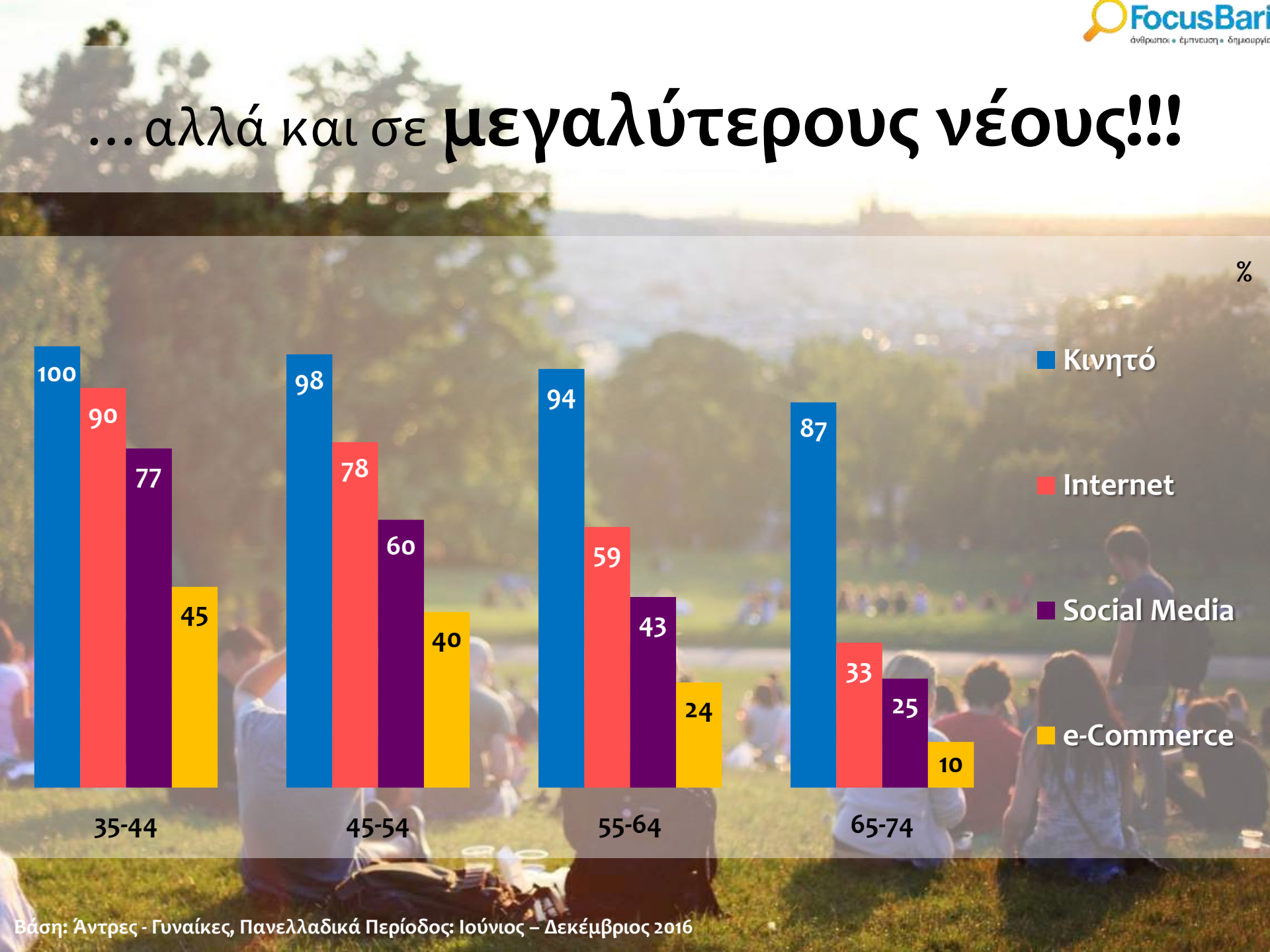
Βάση: 13-74 ετών, Πανελλαδικά
Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

… με (σχεδόν) καθολική διείσδυση στους **νέους**…



Βάση: Άντρες - Γυναίκες, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

…αλλά και σε **μεγαλύτερους νέους!!!**



Βάση: Άντρες - Γυναίκες, Πανελλαδικά Περίοδος: Ιούνιος – Δεκέμβριος 2016

Νέα οικονομικά+τεχνολογία δημιουργούν

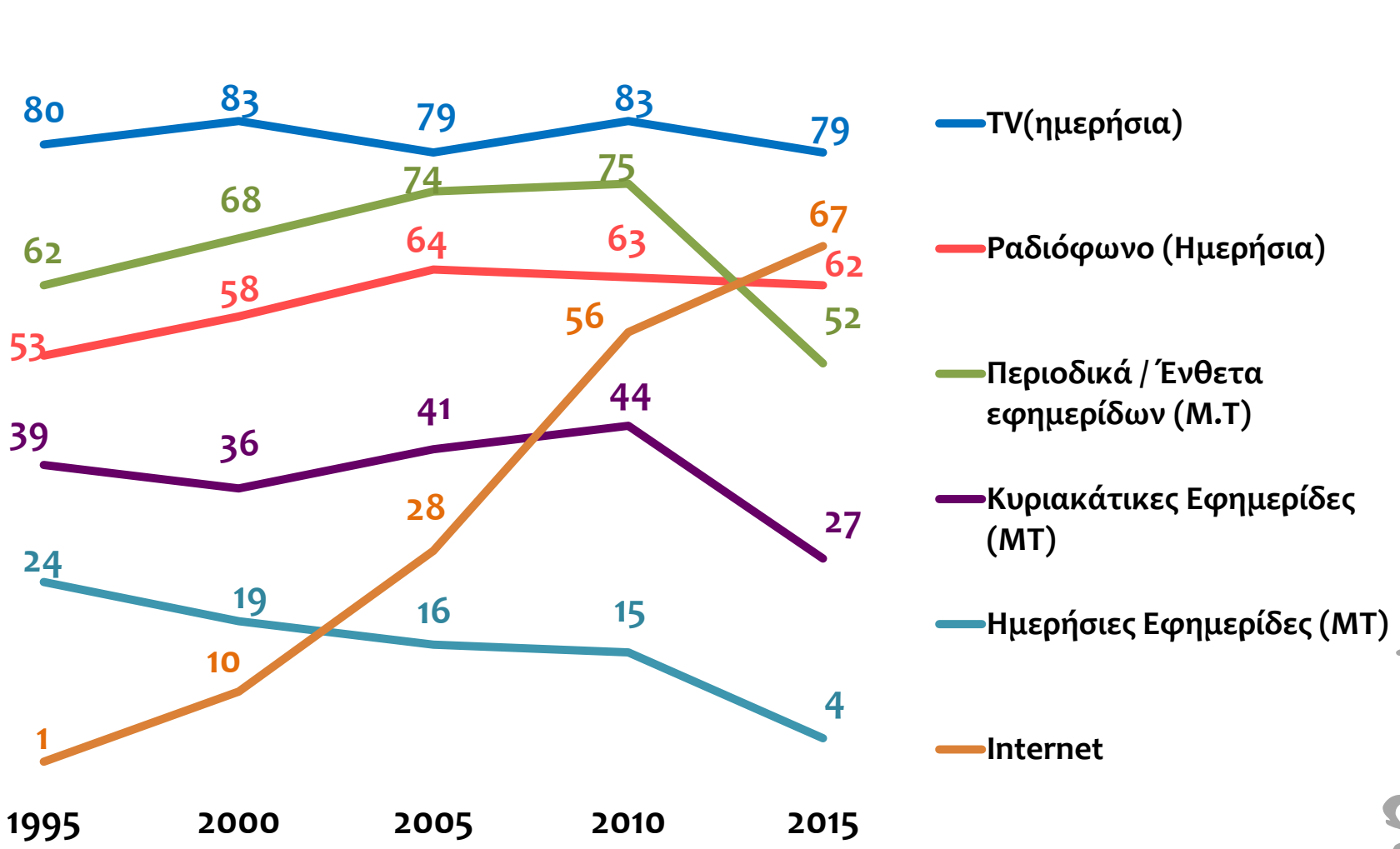
έναν νέο άνθρωπο...

Προ κρίσης	Στην κρίση
Χαλαρός	Αγχωμένος & απαιτητικός
Αυθόρμητος	Συγκρατημένος
Pleasure-shopping	Smart-shopping
Άνετος-σπάταλος	Προσεκτικός-επιλεκτικός
Κοινωνικά αδιάφορος	Κοινωνικά ευαισθητοποιημένος
Σημασία στο **«φαίνεσθαι»**	Σημασία στο **«είναι»,** στην ουσία

Τα ΜΜΕ στην Ελλάδα σήμερα

	1990	2008	2016
Τηλ/κα κανάλια	**31**	**116**	**120**
Πανελλήνια	*7*	*16*	*12*
Περιφερειακά	*24*	*100*	*107*
Ρ/Φ Σταθμοί	**383**	**1094**	**823**
Πανελλήνιοι	*4*	*4*	*8*
Αττική	*31*	*40*	*35*
Θεσσαλονίκη	*52*	*50*	*30*
Τοπικοί	*296*	*1000*	*750*
Εφημερίδες	**168**	**628**	**349** ↓
Πανελλήνιες	*28*	*65*	*55*
Τοπικές	*140*	*550*	*288*
Free Press	-	*13*	*6*
Ένθετα εφημερίδων	-	48	**26** ↓
Περιοδικά	**42**	**174**	**77** ↓
Web Sites/Portals	**-**	**200**	↑ **740**
T O T A L	**624**	**2.260**	**2.135**

Η εξέλιξη ΜΜΕ **1995-2015** (20 χρόνια)

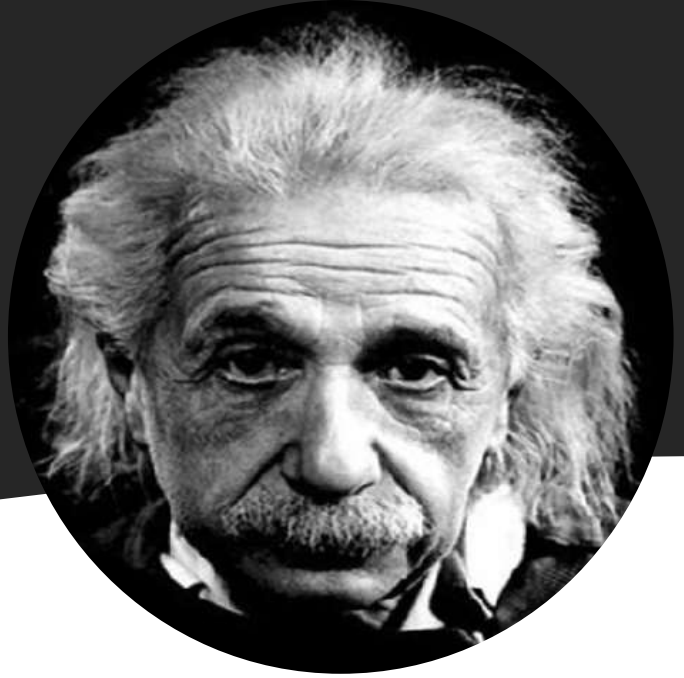


TV & ΡΦ: % που εκτίθεται καθημερινά 5+ λεπτά, Τύπος: % που διαβάζει τουλάχιστον ένα τίτλο στο Μέσο Τεύχος, Internet: % που χρησιμοποιεί/χρησιμοποίησε στις τελ. 30 μέρες)

Βάση: 13-70 ετών, Πανελλαδικά

...20 χρόνια

The Physics of Media are changing!



Παρελθόν	Παρόν
Δυσκολία εύρεσης πληροφοριών	Οι πληροφορίες είναι **παντού!**
Περιορισμένος αριθμός πηγών	Οι πηγές είναι **ανεξάντλητες!**
Προσήλωση στα Μ.Μ.Ε.	**Διάσπαση του ενδιαφέροντος/** ερεθίσματα από παντού!

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Στο πλαίσιο αυτό, **ο ρόλος** των Μ.Μ.Ε **μεταβάλλεται**, καθώς....

Τα **Μ.Μ.Ε.** παλιότερα	**Τα Μ.Μ.Ε.** σήμερα
Προγραμματισμένες| Συγκεκριμένες συνήθειες	**Όποτε** θες, όπως **θες**!
Παθητικός Δέκτης Μηνυμάτων	**Συμμετοχή**
Αποστολή Μηνυμάτων	**Εμπειρίες & Γνώσεις**
Αρνητισμός / Σκάνδαλα	**Θετικότητα** (ζητούμενο)
...once	*nowadays...*

Ενώ οι ανάγκες που καλύπτουν…

Ενημέρωση

Ψυχαγωγία

Κοινωνικοποίηση

…με την τρίτη να εμπλουτίζεται περισσότερο μέσα από τις δυνατότητες που προσφέρουν τα **social media – networks και blogs**, που προσδιορίζονται συνολικά ως **“Internet”**

Το κοινό ζητά:

«Θέλω να τα ξέρω όλα, πρέπει να γνωρίζω τι γίνεται, τι συμβαίνει και τι αλλάζει»

«αναλύσεις» |
«απόψεις»

καθημερινότητα

διεθνής πολιτική

βιβλίο

κοινωνικά ζητήματα

πολιτική

αθλητικά

κουτσομπολιό

εργασιακά

σινεμά

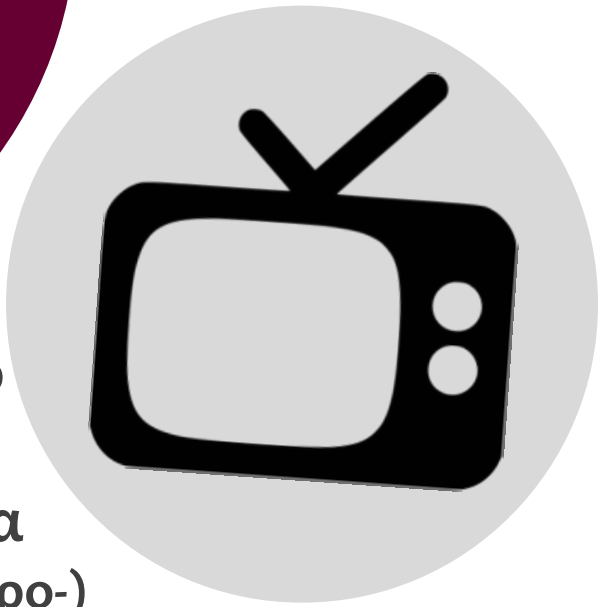
παρασκήνιο

πολιτιστικά

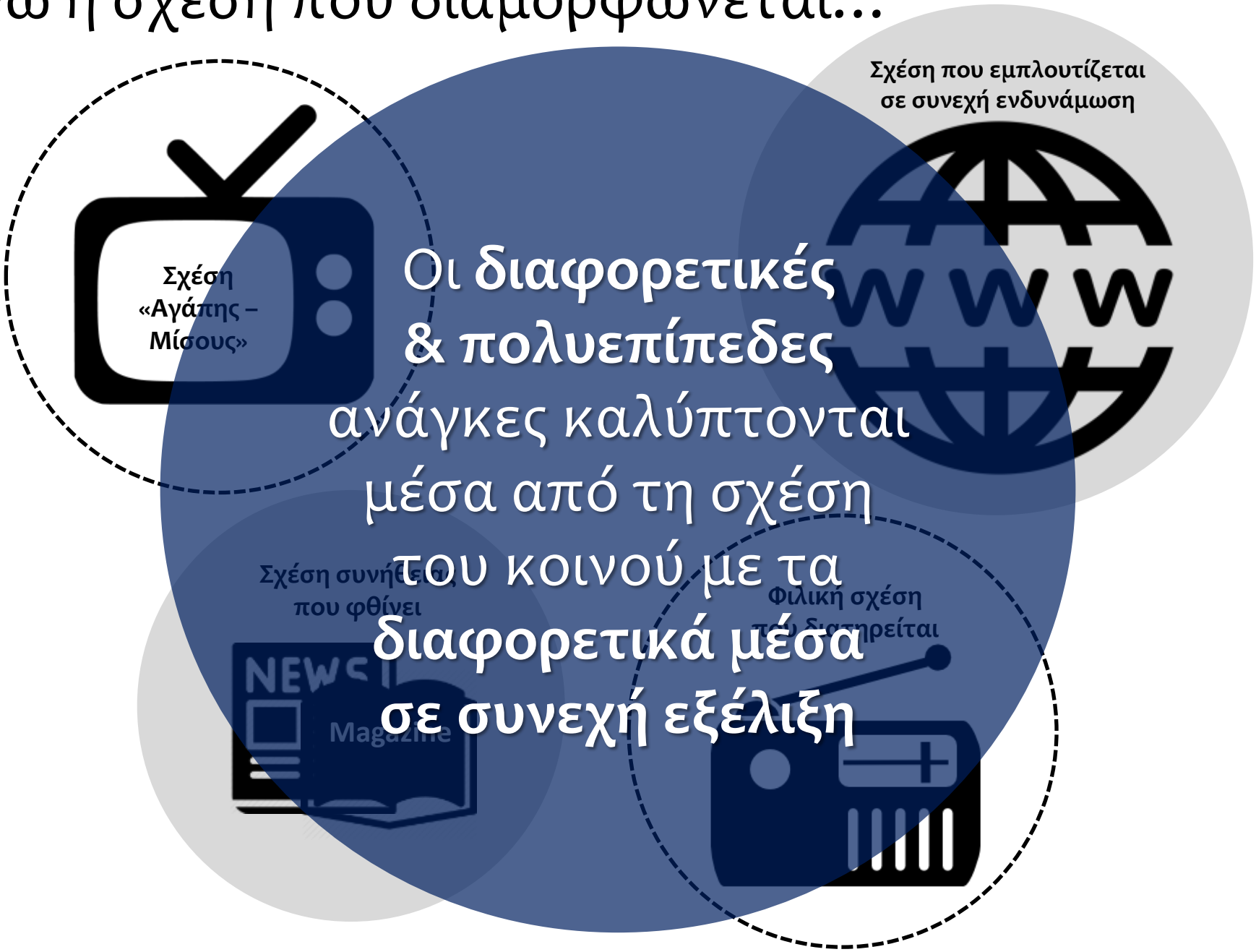
προσωπικότητες

κοσμικά

οικονομία
(μακρο- & μικρο-)



Ενώ η σχέση που διαμορφώνεται…



Ο Ρόλος & η Σημασία των Περιφερειακών Μέσων

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Το κοινό στην Περιφέρεια τείνει να διαχωρίζει τα ΜΜΕ σε...

... αποδίδοντας **ξεχωριστούς ρόλους** σε κάθε ομάδα και αντιστοίχως διαφορετικές **προσδοκίες, κριτήρια αξιολόγησης και συνήθειες/σχέση** μαζί τους!

Οι διακριτοί ρόλοι…

ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΑ ΜΜΕ

Καταγραφή και **εξήγηση** της μεγάλης εικόνας / επαφή με τις εξελίξεις σε Ελλάδα & τον κόσμο

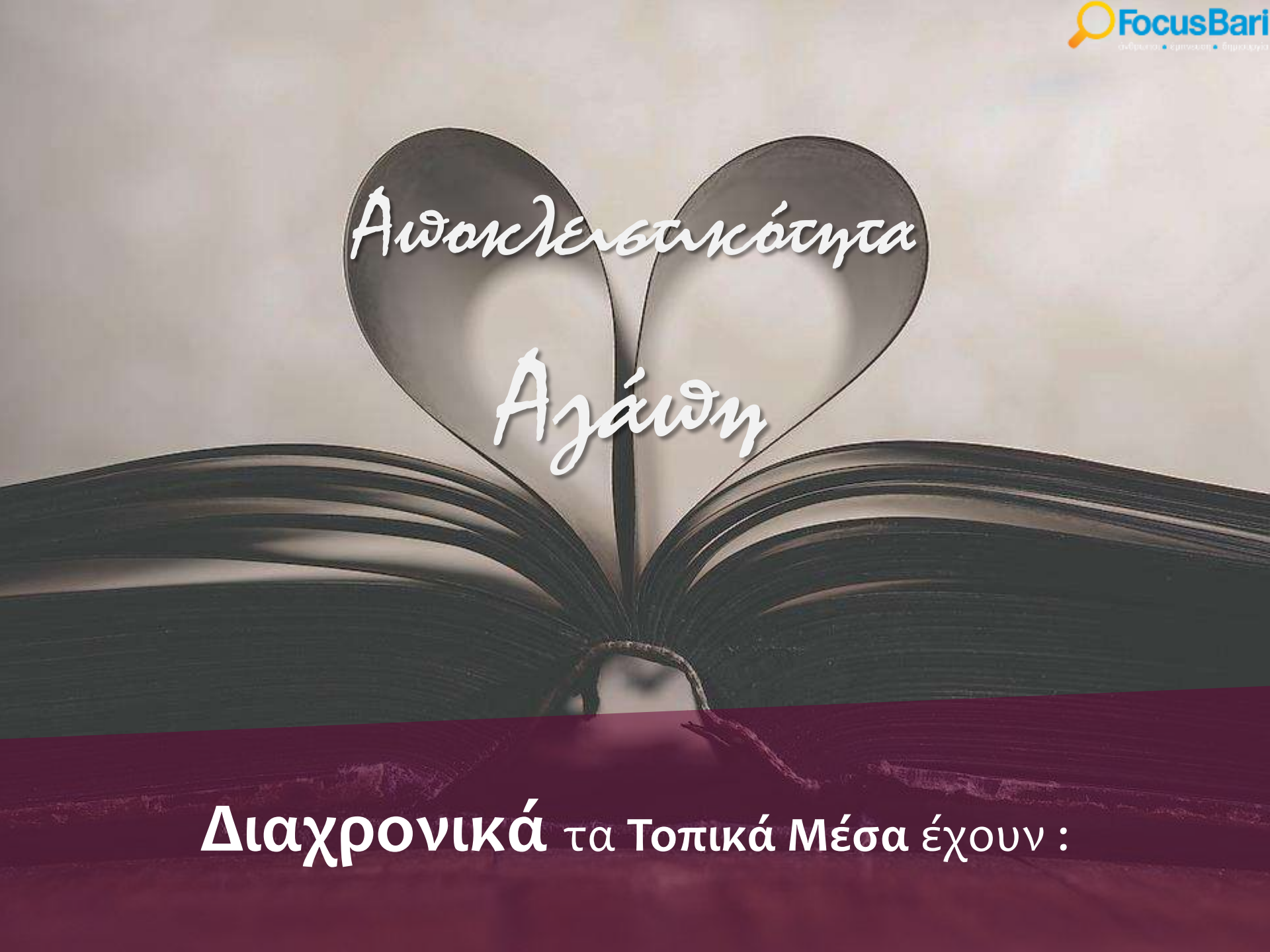
Η κατανόηση του ευρύτερου περιβάλλοντος

ΤΟΠΙΚΑ ΜΜΕ

Αποτύπωση και **παρακολούθηση** της τοπικής επικαιρότητας / έκφραση της οπτικής γωνίας της περιοχής

Η διαχείριση της καθημερινής ζωής στον τόπο μου «Τα δικά μας»

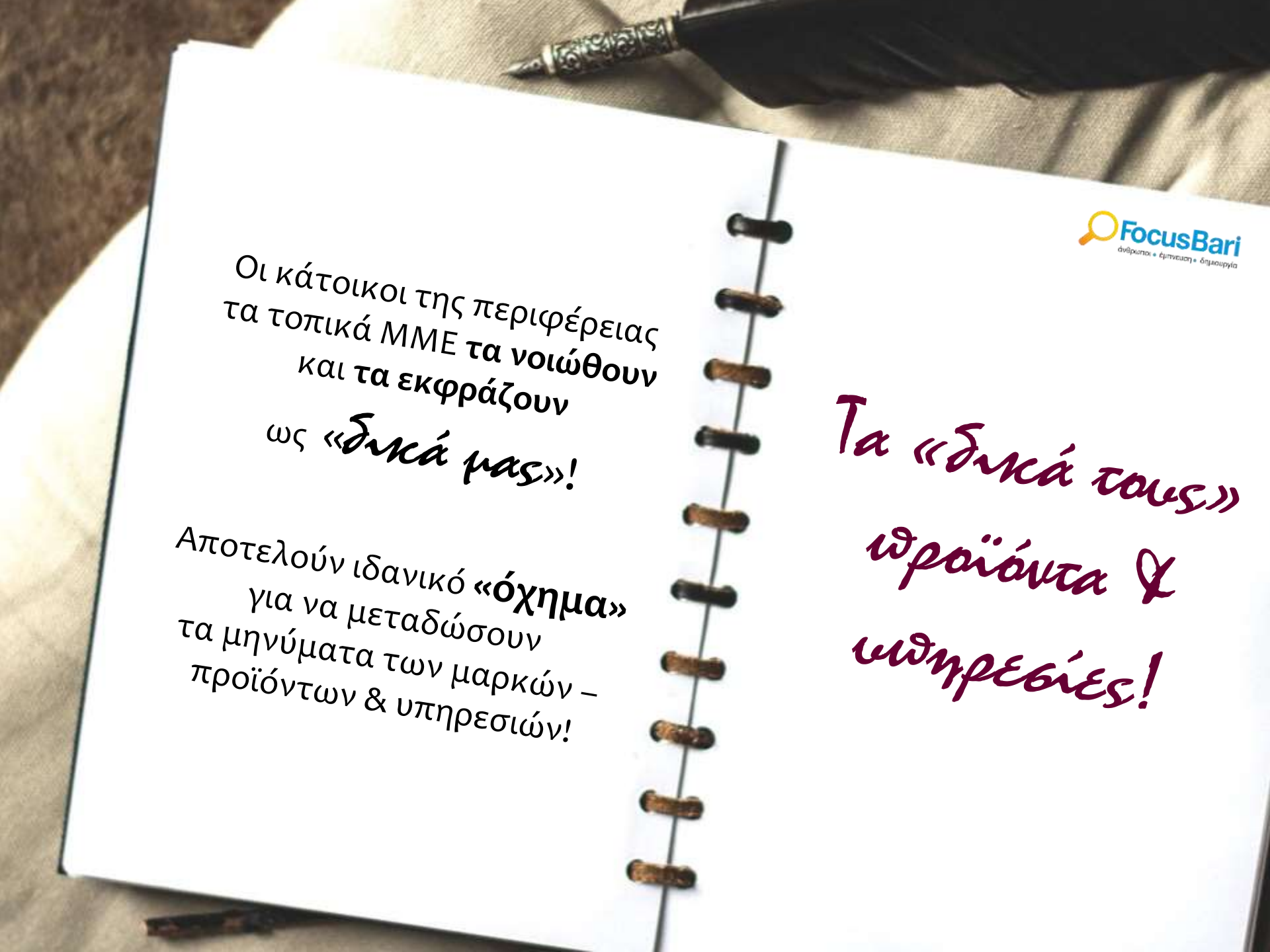
FocusBari



Διαχρονικά τα **Τοπικά Μέσα** έχουν :

Η στάση των Ελλήνων της περιφέρειας προς τα ΜΜΕ

Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2015


FocusBari
άνθρωπος • έμπνευση • δημιουργία
Οι κάτοικοι της περιφέρειας
τα τοπικά ΜΜΕ **τα νοιώθουν**
και **τα εκφράζουν**
ως «δικά μας»!
Αποτελούν ιδανικό **«όχημα»**
για να μεταδώσουν
τα μηνύματα των μαρκών –
προϊόντων & υπηρεσιών!
Τα «δικά τους»
προϊόντα &
υπηρεσίες!

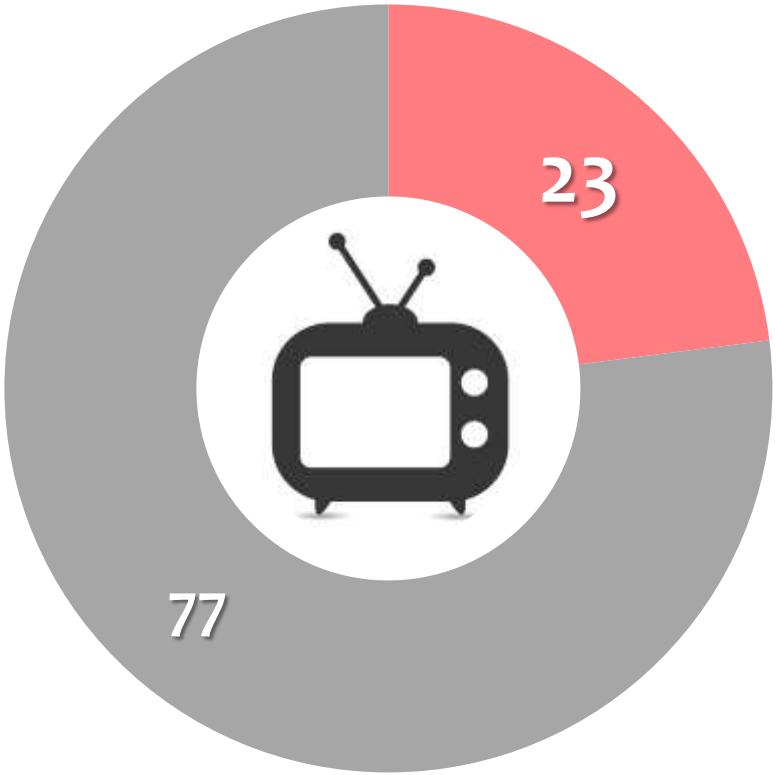
Η διείσδυση κάθε κλάδου Μ.Μ.Ε.της Περιφέρειας

Εστιάζοντας στα Τοπικά ΜΜΕ :

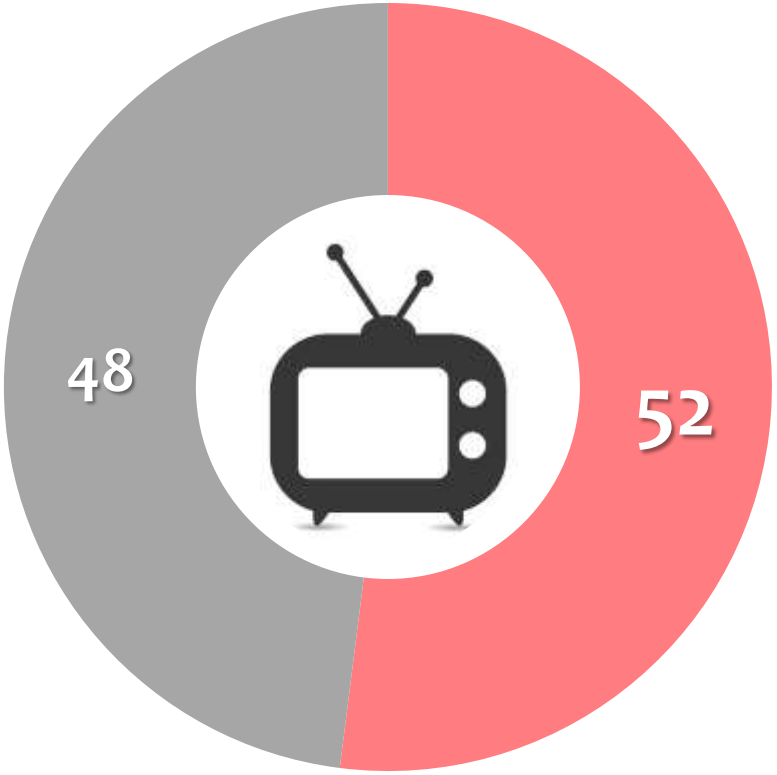
TV

Η Τηλεθέαση των Τοπικών Σταθμών Περιφέρειας

Μέση Ημερήσια %



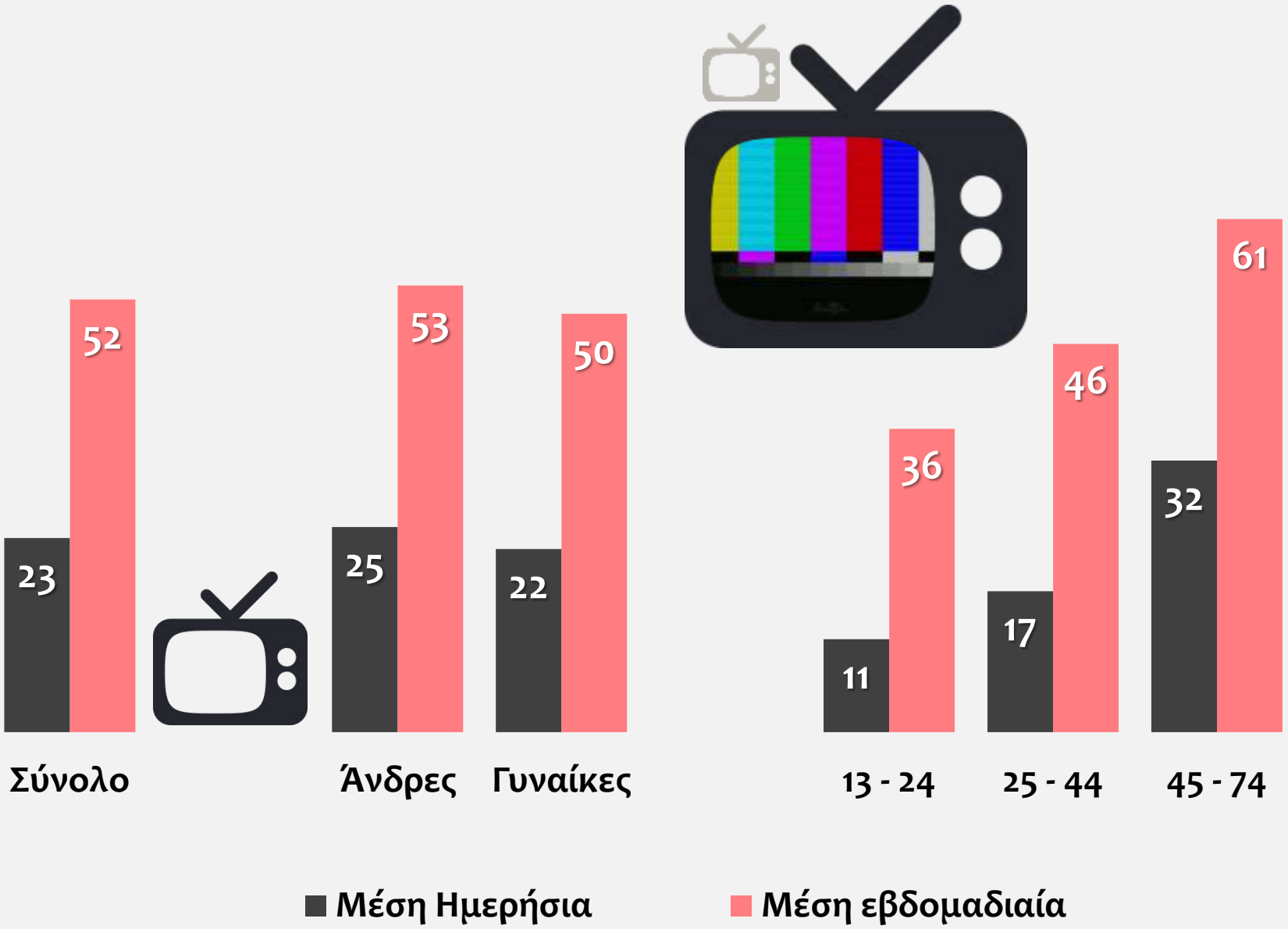
Μέση Εβδομαδιαία %



Τουλάχιστον 1 τοπικό κανάλι

Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Η Τηλεθέαση των Τοπικών Σταθμών Περιφέρειας

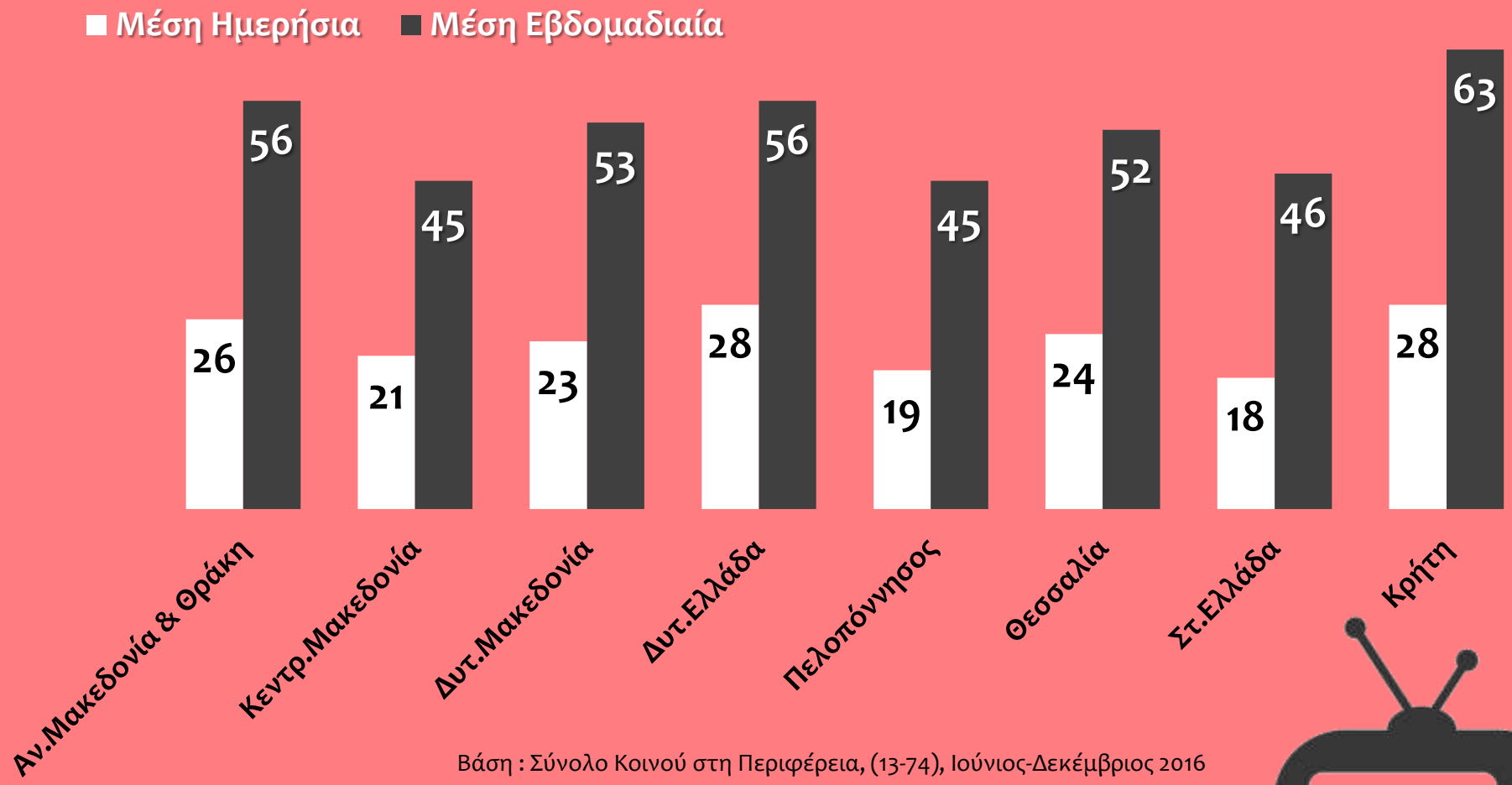


Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Τηλεθέαση Τοπικών Καναλιών ανά Περιφερειακή Ζώνη

%



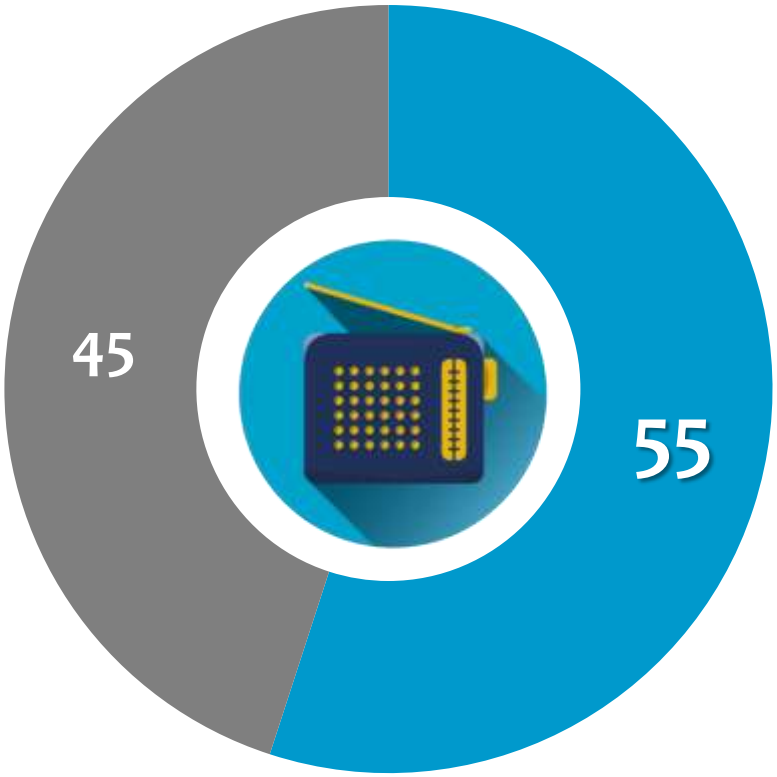
Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

...τηλεόραση

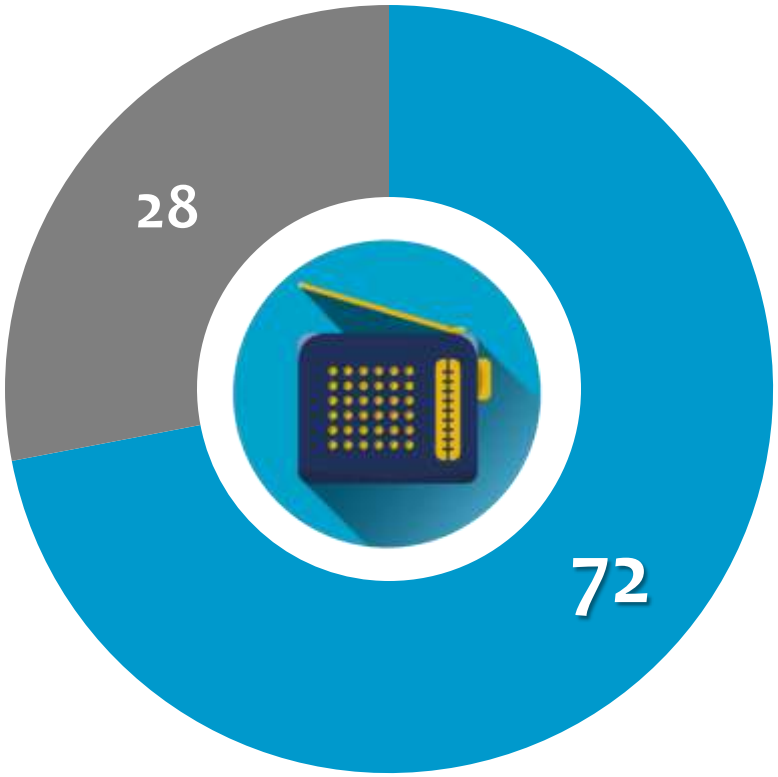
Εστιάζοντας στα Τοπικά ΜΜΕ :
Ραδιόφωνο

Η Ακρόαση τοπικού Ραδιοφώνου

Μέση Ημερήσια %



Μέση Εβδομαδιαία %

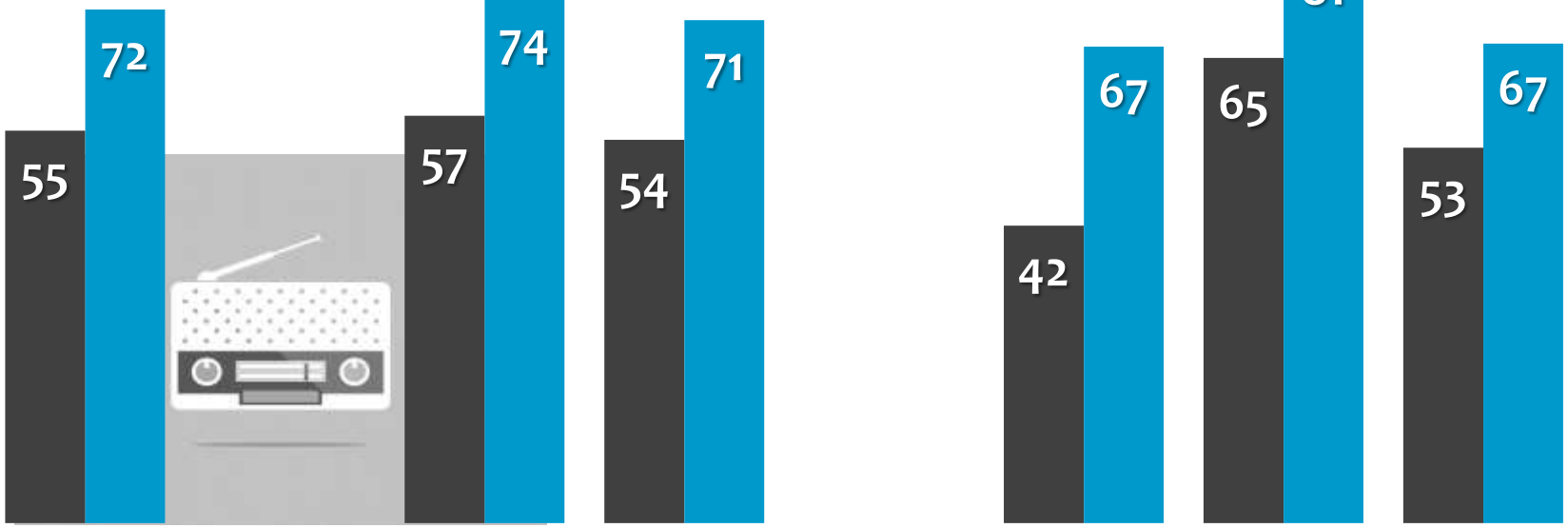


Τουλάχιστον 1 τοπικό ραδιόφωνο

Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Η Ακρόαση Τοπικού Ραδιοφώνου στην Περιφέρεια

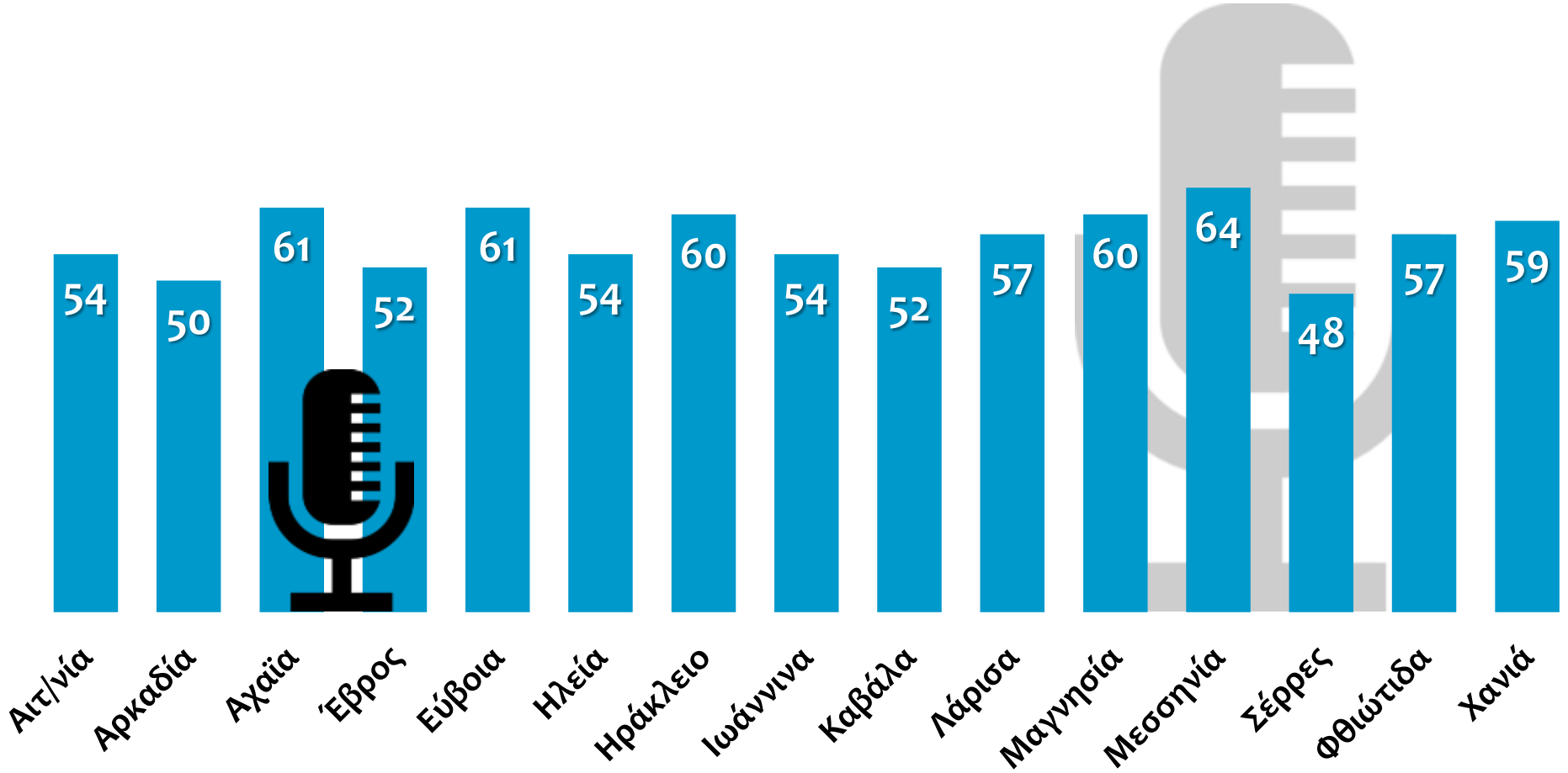
%



Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Μέση Ημερήσια Ακροαματικότητα Τοπικού Ραδιοφώνου ανά Περιφερειακή Ενότητα

%



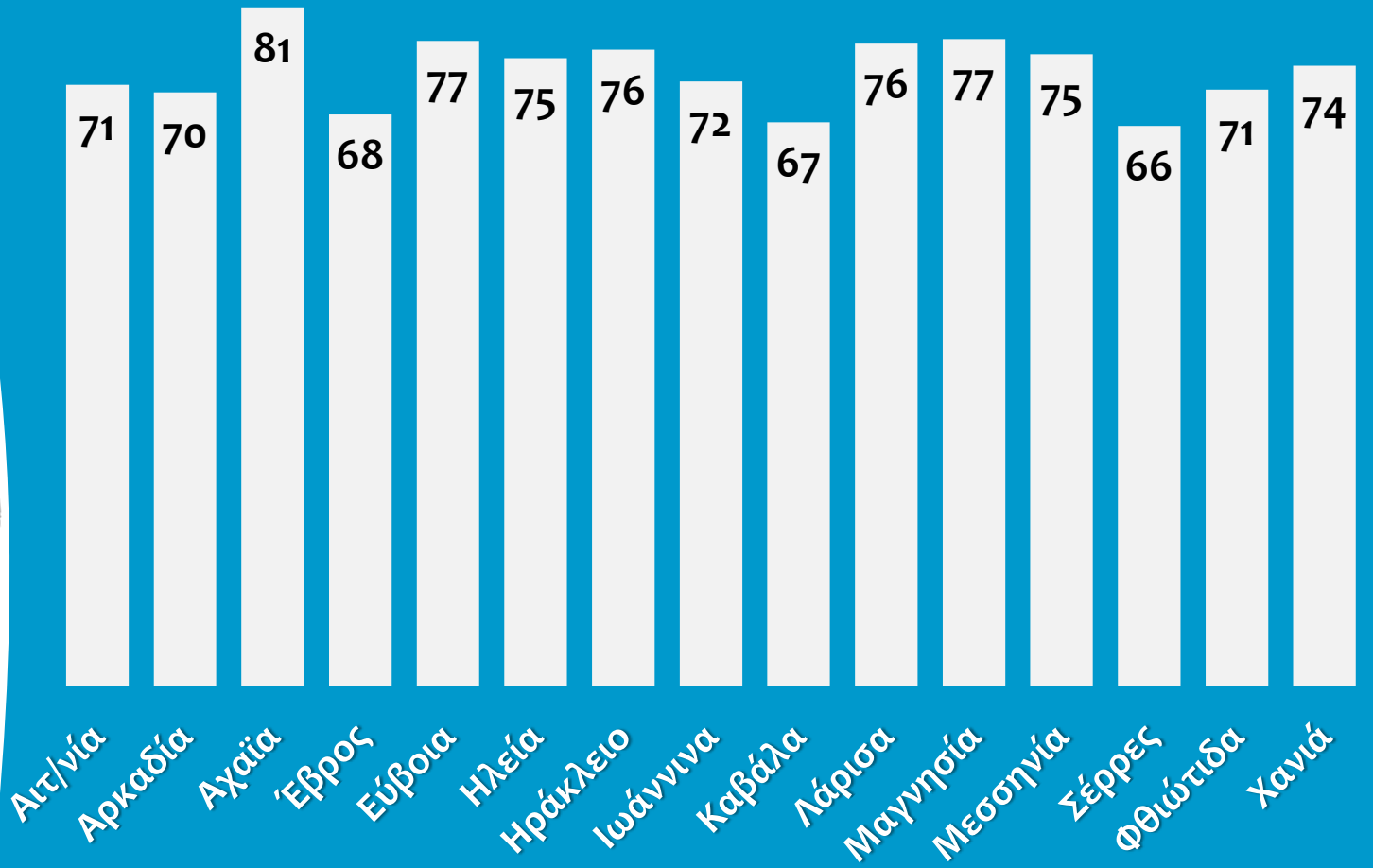
Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Μέση Εβδομαδιαία Ακροαματικότητα Τοπικού Ραδιοφώνου ανά Περιφερειακή Ενότητα

%



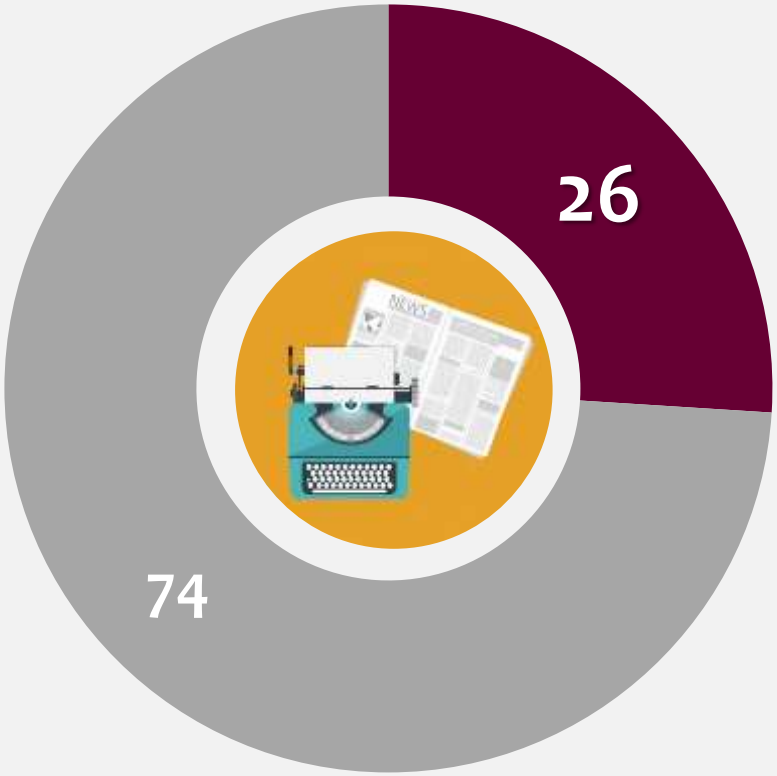
Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Εστιάζοντας στα Τοπικά ΜΜΕ :

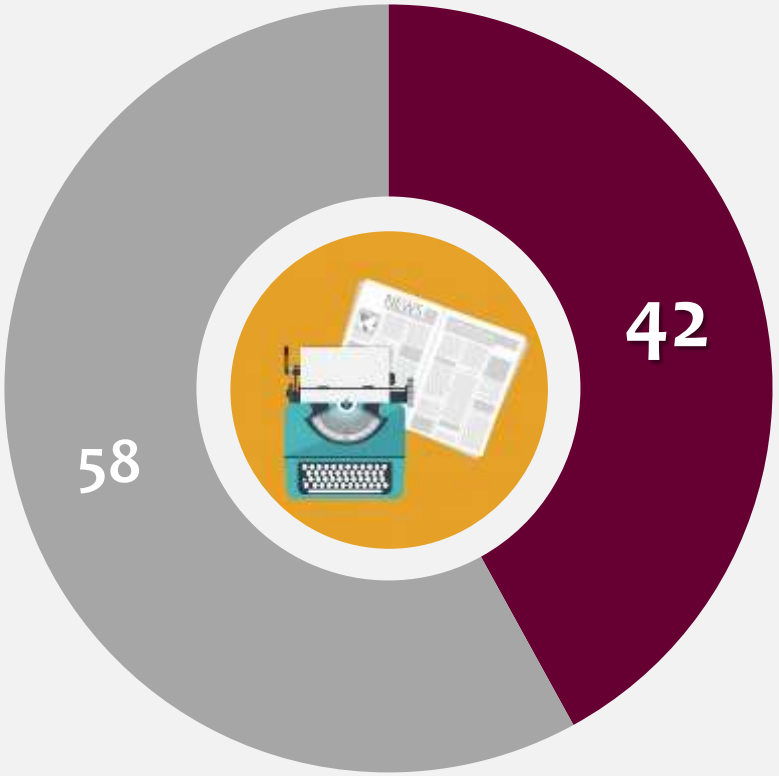
Εφημερίδες

Η **Αναγνωσιμότητα** των τοπικών Εφημερίδων

Μέσου Τεύχους %



Εκτενής Αναγνωσιμότητα %



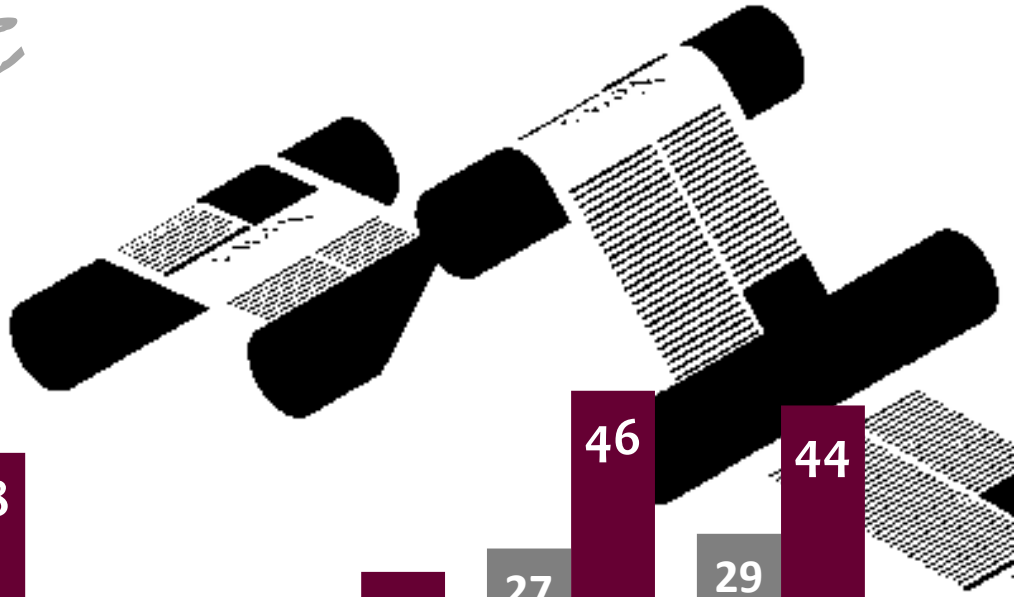
Διαβάζουν τουλάχιστον 1 τοπικό τίτλο

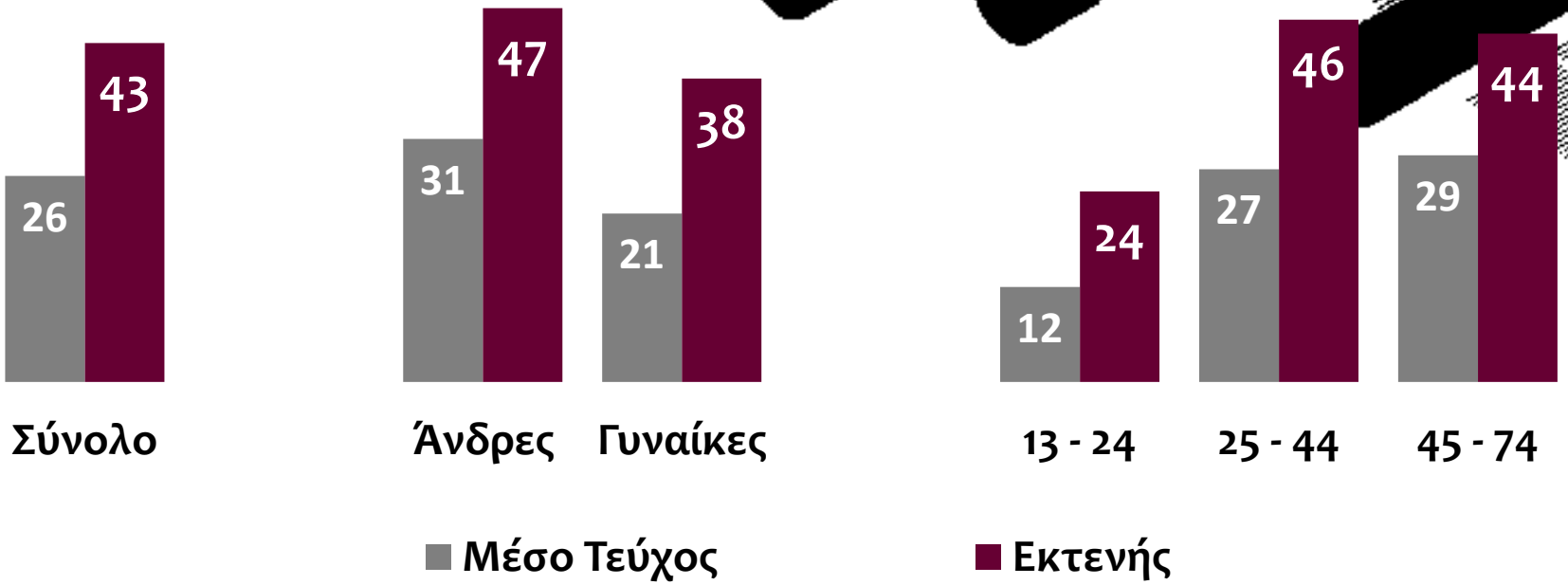
Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Η **Αναγνωσιμότητα** των **Τοπικών Εφημερίδων**

%

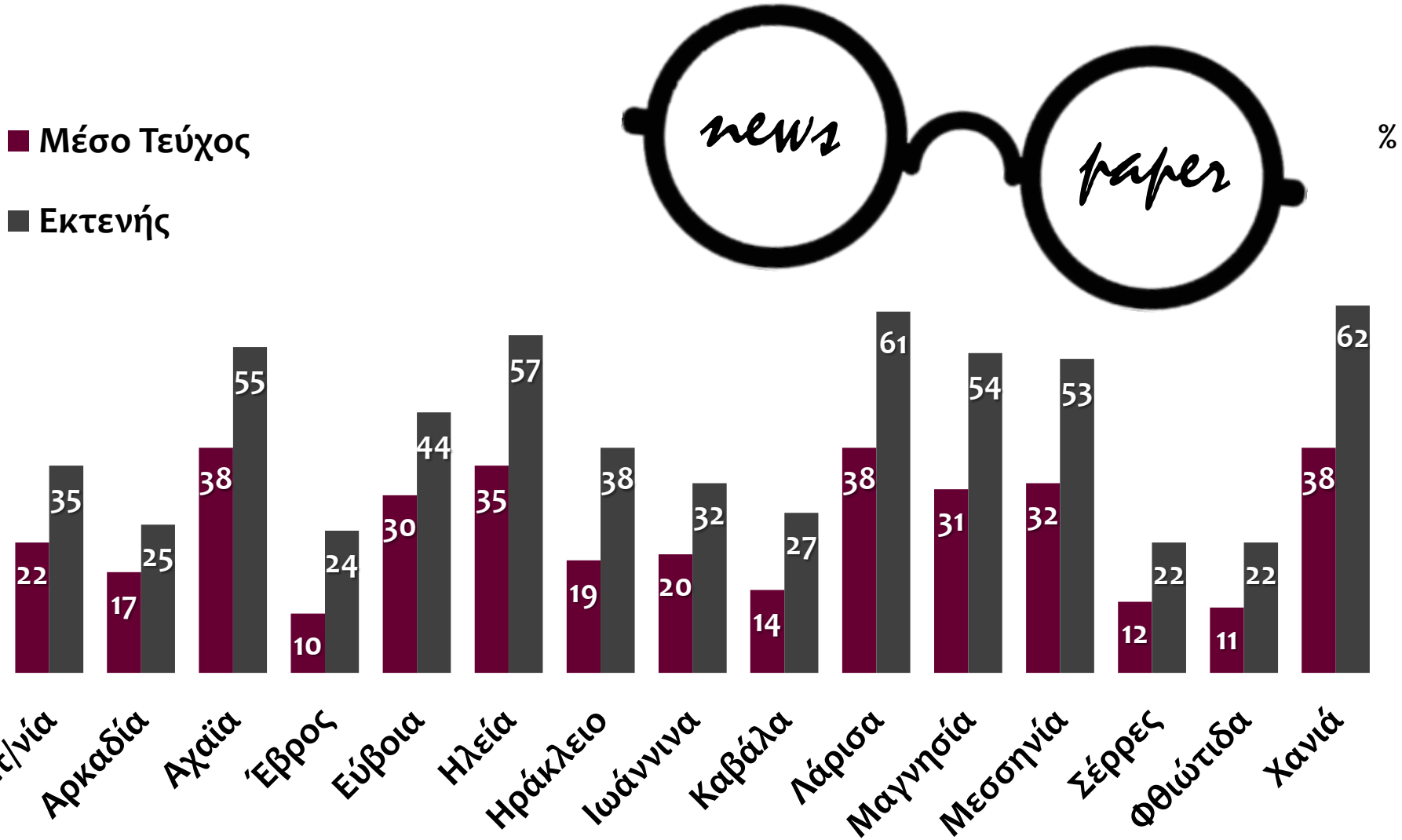
...εφημερίδες





Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

Η Αναγνωσιμότητα των Τοπικών Εφημερίδων ανά Περιφερειακή Ενότητα

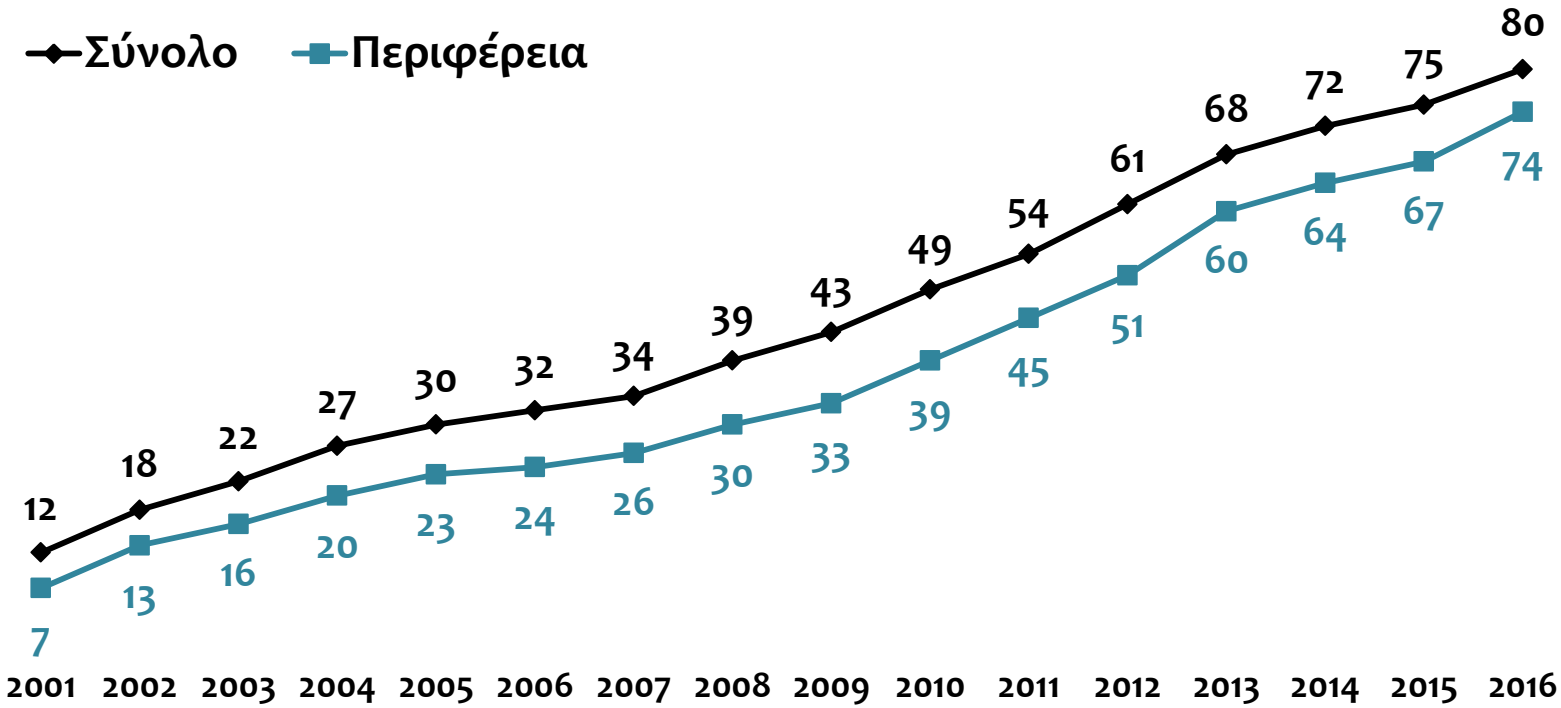


Βάση : Σύνολο Κοινού στη Περιφέρεια, (13-74), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Η **εξέλιξη** του Internet στην Περιφέρεια

Η εξέλιξη διείσδυσης του **Internet**

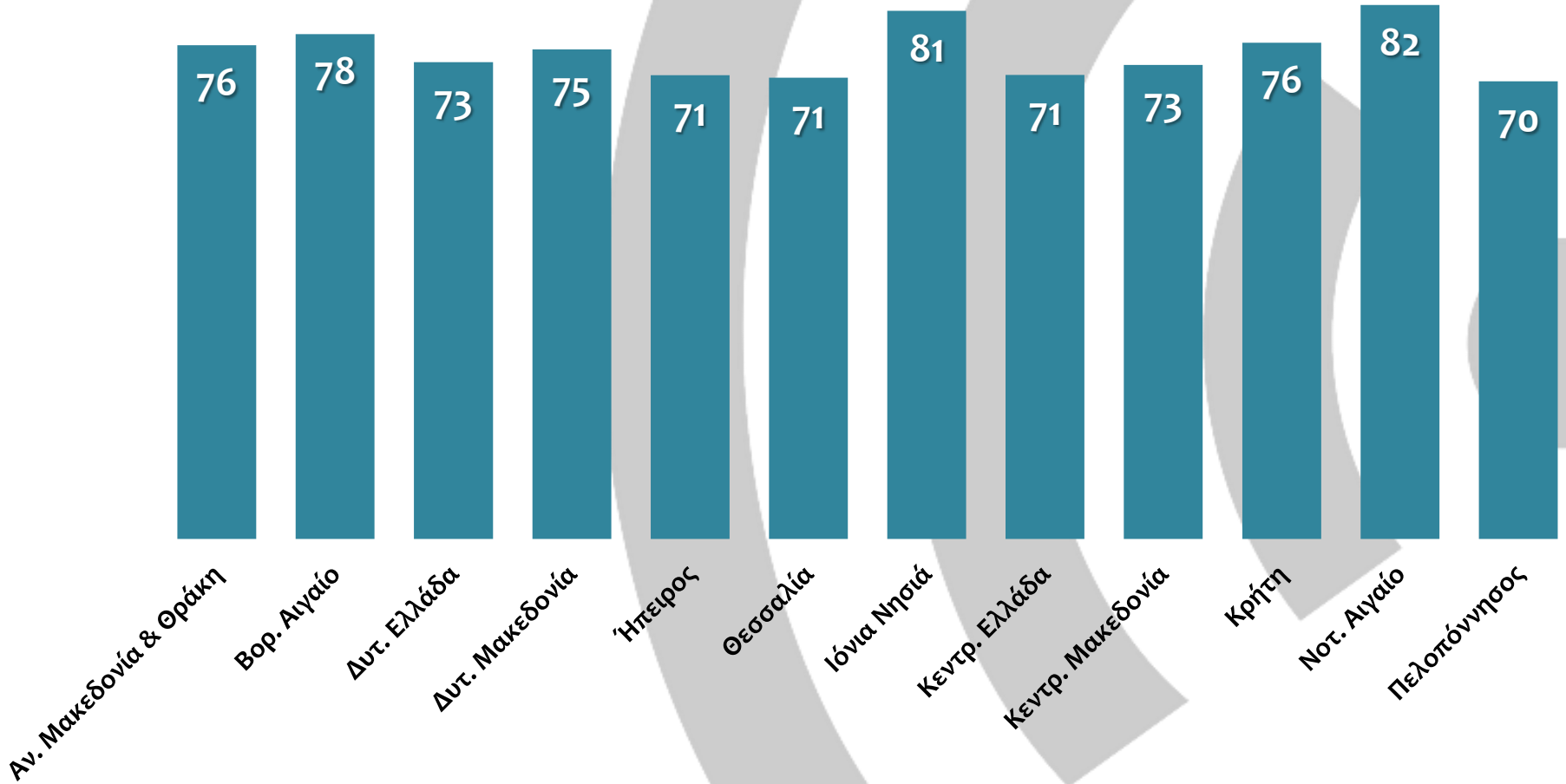


Βάση: 13-70 Σύνολο Ελλάδας

...Internet

Η Διείσδυση του **Internet** ανά Περιφέρεια

%



Βάση : Σύνολο κοινού σε 12 Περιφέρειες (13-70), Ιούνιος-Δεκέμβριος 2016

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία
Μηνύματα
ώρας
όλους

- Να με στηρίζει
- Να μου δείχνει τον δρόμο

- Να μιλά με ακρίβεια
- Να είναι χρωματισμένος ο λόγος του

- Να με προσεγγίζει
- Να με βοηθάει

- Να απευθύνεται σε όλους
- Να μου δίνει τα απαραίτητα

- Να μου δίνει και τα λιγότερο απαραίτητα
- Να το εμπιστεύομαι

Λ

- Να μεγαλώνει μέσα από εμένα
- Να οργανώνεται μέσα από τη ζωή μου

- Να είναι ειλικρινές μαζί μου
- Να μου λέει αυτά που δεν προλαβαίνω να μάθω μόνος μου

- Να μου προσφέρει μικρές εκπλήξεις
- Να με δραπετεύει

- Να μου δίνει πρόσβαση
- Να του είμαι πιστός και να με ανταμείβει

ΜΜΕ: ένα “tip” ακόμα…
Η Νέα γλώσσα

“Σήμερα τα κοινά είναι κατακερματισμένα.
Για να προσελκύσεις το ενδιαφέρον τους, χρειάζεσαι διαλεκτικό τόνο, προσωπική άποψη για τα πράγματα και μια δημοσιογραφική προσέγγιση που βάζει το “μοιράζομαι” πάνω από το “μεταδίδω”.

Howard Owens
On-line journalism evangelist

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

Διαφημιστική Αγορά

Τα Μέσα της Περιφέρειας έχουν **την αποκλειστικότητα, τη δύναμη και τη σχέση** που μπορεί να κάνει το τοπικό κοινό να **«αγκαλιάσει»** τη μάρκα σας.

Αυτή είναι η κρυμμένη τους δύναμη που μπορεί πολύ πιο εύκολα να κάνει την μάρκα σας να την νοιώσουν **«δική τους» !**

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

FocusBari
άνθρωποι • έμπνευση • δημιουργία

REGIONAL MEDIA AWARDS 2017
Η αριστεία στα περιφερειακά και τοπικά ΜΜΕ

Η κρυμμένη δύναμη των Περιφερειακών ΜΜΕ

Ευχαριστώ πολύ!

Ξένια Κούρτογλου
Founder & Managing Partner Focus Bari