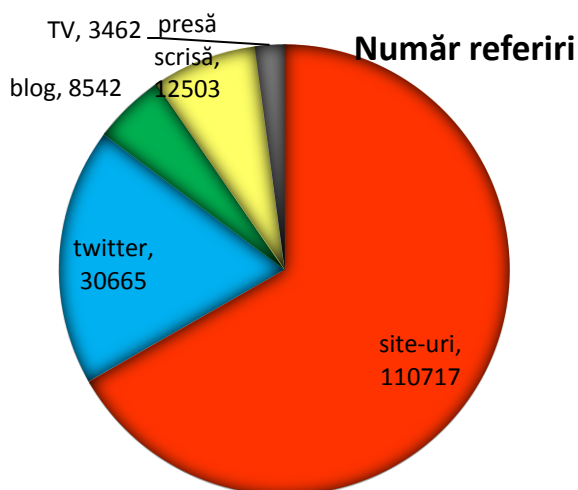


STUDIU Mediafax Monitorizare: Care sunt cele mai mediatizate mărci auto în prima jumătate a anului

Piața auto a fost prezentă în media (TV, presă scrisă și mediu online) în prima jumătate a anului 2012 cu peste 165.000 de referiri la branduri auto românești și străine, cele mai vizibile fiind Dacia, Ford, Renault, BMW și Mercedes, potrivit unui studiu realizat de Mediafax Monitorizare.

Studiul a fost făcut în perioada 1 ianuarie - 30 Iunie 2012 din peste 44.000 de surse, din care 154 titluri de presă scrisă, 1.080 site-uri, 26.457 bloguri, 14 canale de televiziune și 16.525 de conturi de twitter. Au fost monitorizate 32 de branduri auto: Aston Martin, Audi, Bentley, BMW, Chevrolet, Citroen, Dacia, Ferrari, Fiat, Ford, General Motors, Honda, Hyundai, Jaguar, Kia, Lamborghini, Maserati, Mazda, Mercedes, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Porsche, Range Rover, Renault, Seat, Skoda, Subaru, Suzuki, Toyota, Volkswagen.

Distribuția numărului de apariții pe medii este majoritară pentru mediul online, 90% din aparițiile brandurilor auto apărând pe site-uri, bloguri și conturi de Twitter, 8% în presa scrisă și 2% pe stațiile TV.



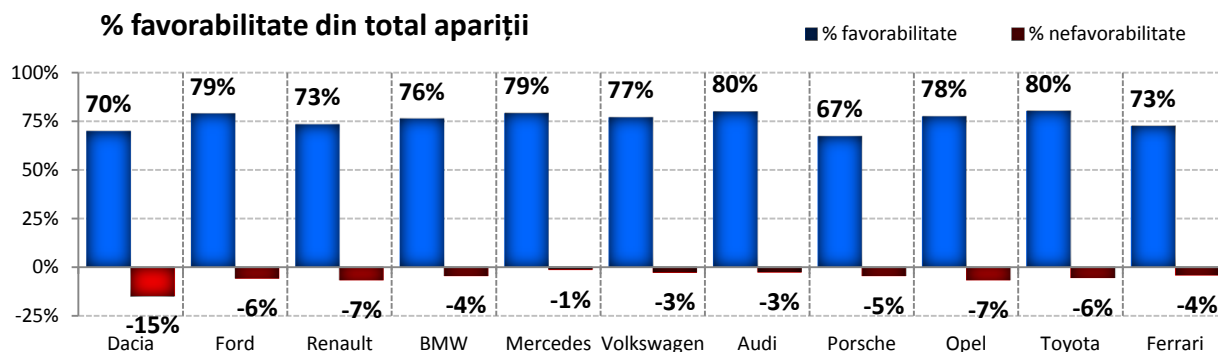
Distribuția numărului de apariții pe medii este majoritară pentru mediul online, 90% din aparițiile brandurilor auto apărând pe site-uri, bloguri și conturi de Twitter, 8% în presa scrisă și 2% pe stațiile

Deși televiziunile au un impact semnificativ, cele mai puține referiri - 3.462 - au fost la canalele TV monitorizate. Televiziunea cu cele mai multe mențiuni despre piața auto este Digi 24, deși această televiziune de știri s-a lansat în data de 1 martie 2012, după începerea studiului Mediafax Monitorizare. Astfel, Digi 24 a avut 577 de mențiuni despre brandurile auto, urmată de o altă televiziune de știri, Realitatea TV, cu 522 și de televiziunea generalistă ProTV cu 422 de mențiuni. Un număr de 1.922 din referiri au fost înregistrate pe canalele de știri, reprezentând 55% din totalul monitorizat pe TV. Cele mai mediatizate branduri în TV au fost: Dacia (634 referiri), Ford (359 referiri), Renault (272) și Mercedes (192).

În presa scrisă, cele mai multe referiri le-au avut brandurile Ford - 986, Renault - 968 și Dacia - 926, dintr-un total de aproximativ 12.500. În ceea ce privește tipul publicațiilor, cele de specialitate au generat 47.5% din aparițiile în produsele presei scrise. Autobild se află în topul publicațiilor scrise, cu un

număr de 1467 de referiri la brandurile auto monitorizate, urmat de Auto Moto și Sport (cu 945 referiri) și cotidianul Ziarul Financiar (718 referiri).

Un alt indicator urmărit a fost cel al favorabilității față de brandurile monitorizate. Astfel, cumulând aparițiile din presa scrisă și TV, primele 10 branduri care au înregistrat cele mai multe referiri înregistrează o pondere semnificativ favorabilă în totalul mențiunilor - peste 65%.



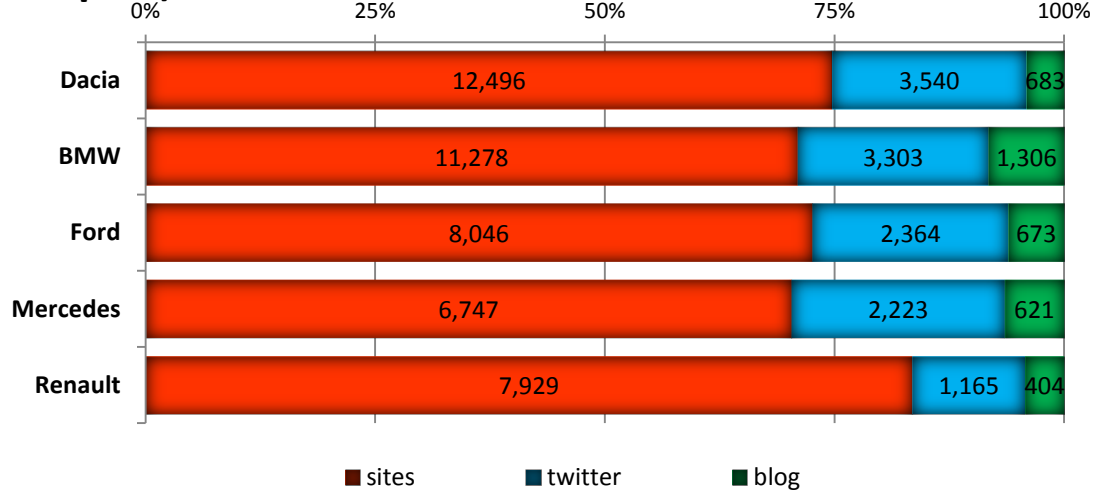
Totuși, **Dacia înregistrează cea mai mare pondere a referirilor nefavorabile - 15%**. Nivelul ridicat al acestui indicator poate fi explicat de volumul mare de apariții în diverse contexte care atrage după sine și un număr mai mare de critici și de corelația cu brand românesc versus străin. O altă posibilă explicație este mediatizarea pe care a avut-o întreruperea temporară a activității uzinei la sfârșitul lunii iunie.

Mult mai bogat în apariții, mediul online ocupă primul loc în topul canalelor de comunicare în care brandurile auto au fost subiect al articolelor de pe site-uri sau din mesajele tweet-uite. Site-urile înregistrează ponderea cea mai mare în totalul referirilor înregistrate, cu un număr de circa 111.000, urmate de mesajele pe twitter cu 31.000 de referințe și bloguri cu 8.500. Datorită volumului mare de informații de care dispun, agregatoarele de știri sunt pe primele trei locuri în topul site-urilor care au generat cele mai multe referiri la brandurile auto - ziarelive.ro - circa 9.000 apariții, stirea.net - circa 7.300 apariții, presaonline.com - circa 4.200 apariții. Primul site specializat - 4tunnig.ro - apare abia pe locul 6 în acest top, cu circa 2.400 apariții. Site-urile specializate nu depășesc 7% din totalul volumului de apariții ale brandurilor auto în online, cele mai bine plasate fiind 4tunning.ro, automarket.ro și promotor.ro.

Cel mai mare număr de apariții într-un blog s-au înregistrat în autoevolution.com, blog optimizat pentru română, engleză și spaniolă, fiind monitorizate peste 1.400 de referiri în primul semestru al lui 2012.

Dacia, BMW și Ford sunt brandurile care au avut cele mai multe apariții în zona de online cu 16.700, 15.900 și 11.100 de apariții, cu mențiunea că ordinea se schimbă doar în segmentul bloguri, unde top 3 este BMW, Dacia și Ford.

Apariții în online



Comparând ponderile aparițiilor diferitelor branduri în media clasică (presă scrisă și TV) cu mediul online, constatăm că Dacia, BMW, Ferrari, Nissan și Lamborghini au o pondere semnificativ mai mare în totalul volumului mediatizărilor din online vs media clasică, ceea ce duce la confirmarea unei afinități mai mari a informațiilor din online pentru brandurile de mai sus.

De la teste cu automobile care tocmai au ieșit pe piață, imagini-spion ale noilor generații de mașini, comunicate de presă, relatări de la Saloanele Auto așteptate de pasionați și până la analize economice sau ofertele de preț, piața auto a înregistrat o vizibilitate ridicată (în special în online) prin știri și articole care au modificat percepția publicului despre brandurile auto.