



## TRŽIŠTE

**O2** televizija je naslednica stanice B92 i uz Prvu televiziju, predstavlja uspešno pozicionirani komercijalni terestrijalni kanal međunarodne medijske korporacije "Antenna Group", lidera u jugoistočnoj Evropi. Ova promena vizuelnog i programskog identiteta nastupila je u septembru 2017., nakon detaljnog planiranja i analize, postavljanja strategije za dalje unapređivanje rada i jačanja pozicije ove kuće čija se vizija poslovanja ne odnosi samo na domaće već i na svetsko tržište. O2 televizija ponudila je dinamičan i drugačiji zabavni koncept, kvalitetan serijski i filmski program kao i kredibilan informativni sadržaj.

## ISTORIJAT

**TV B92** je počela emitovanje 2000. godine, kao nastavak aktivnosti i projekata kojima se B92 do tada bavio, u jednako oskudnim uslovima za rad kao i Radio B92 deceniju ranije – iz minijaturnog studija u Domu omladine i sa nekoliko predajnika. Tokom 15 godina postojanja, postala je TV stanica sa najbržim razvojem u zemlji i jedna od pet stanica u Srbiji sa dozvolom za emitovanje na nacionalnom nivou. Godinama je uvećavala gledanost menjajući i prilagođavajući svoj sadržaj mlađoj populaciji te su se tako uz informativni program uvodili i zabavni sadržaji koji su izazivali veliku pažnju javnosti. Nastavljajući tim pravcem, nastupila je i konačna promena celokupnog vizuelnog identiteta. Uz puno poštovanje prema svim vrednostima koje je simbolizovala televizija B92 u koju je utkano mnogo emocija i uspomena, u septembru 2017. godine stvorena je O2 televizija čime je zatvoren krug jednog prošlog vremena i strateški se odredio pravac ka budućnosti i svim izazovima koje donosi nova era TV industrije, a sa njom i sve brži protok informacija i promena navika gledalaca.



Takođe, u skladu sa potrebama tržišta na koja su istraživanja ukazivala, Radio B92 na jesen 2015. godine nakon dve i po decenije postojanja doživeo je ribrending i ustupio svoje mesto dinamičnijem, modernijem, savremenijem **Play radiju** koji je za vrlo kratko vreme osvojio širok auditorijum slušalaca.

Ono što je važno napomenuti, jeste da brend B92 nastavlja da živi na sajtu b92.net koji ostaje kao takav i neće se menjati. Veb sajt B92.net postoji već 22 godine, a nastao je 1996. godine iz potrebe da se prevaziđu zabrane emitovanja radijskog programa Radija B92 i publici pruži alternativni način informisanja. Informativni portal B92.net je jedan od najposećenijih i najuticajnijih sajtova u Srbiji i regionu još od kraja devedesetih, danas na četvrtom mestu po posećenosti u Srbiji (po istraživanjima Gemius-a). Prosečan broj dnevno otvorenih stranica na desktop uređajima je više od 3.000.000, a na mobilnim platformama više od 5.500.000.

B92 Android i iOS mobilne aplikacije takođe beleže značajan rast u čitalačkoj publici sa više od 900.000 preuzimanja aplikacija putem mobilnih uređaja, pre svega u Srbiji ali i u inostranstvu. Takođe, tokom 2012. godine portal B92.net

pokreće podsajt Superzena.net koji emituje tekstualni i video sadržaj namenjen savremenim čitateljima koje su redovne korisnice interneta, zainteresovane za teme iz oblasti zdravlja, mode, roditeljstva i zabave.

## PROIZVODI

Program **O2 televizije** nastavio je da emituje uvek traženi i rado gledani serijski program koji čine pre svega svetski sitcomi, ali i popularne domaće serije poput "Lud, zbunjen, normalan" i "Crno-bijeli svijet". Poseban segment posvećen je mališanima za koje se u prepodnevnom časovima emituju najpoznatiji crtani filmovi. Termin u 16h ostao je prepoznatljiv kao pravi izvor informacija u danu, dok se ustanovljeni "news hour" u 20h pokazao kao najsveobuhvatniji pregled vesti dana.

Jedna od novina u programskom sadržaju jeste i odličan sportski dokumentarni program koji prikazuje život najproslavljenijih sportskih imena, vozača Formule 1, tenisera, fudbalera i mnogih drugih. Ovaj segment upotpunjen je zanimljivim emisijama koje muška publika ne propušta – "Top Gear" i "Sulude vožnje". Kroz najsmešnije sadržaje na internetu i televiziji, gledaocima svakodnevno vodi "TV Čorba", emisija koja je u rekordnom vremenu ušla u vrh liste gledanosti i u srca publike. Jedan od noviteta jeste i kviz "Stolice" koji se odmah ustoličio kao najgledaniji program kako zbog sjajne zabave i testa iz opšteg znanja i informisanosti tako i zbog šarmatnog voditelja i stendap komičara Srđana Dinčića, koji putuje Srbijom i razmenjuje znanje za novac. Osim ovog kviza, publika voli da na zabavan način uči i uz naučno-popularnu emisiju "Galileo", dok je "Dobra zemlja" ostala dragoceni informator za sve koji se bave poljoprivredom ili žive na selu. O2.TV naročitu pažnju je posvetila velikim filmskim hitovima, i to specijalno avanturama, trilerima, akcionim i horor filmovima, a posebnu pažnju je privukla i bugarska moderna krimi serija "Balkanska mafija".



Jedna od omiljenih emisija gledalaca je i "Vice", sastavljena od svetskih ili lokalnih dokumentarnih priča i gorućih tema koje su često 'na marginama društva'. Igrano-dokumentaristički pristup, jedan od epiteta ove televizije, ogleda se i u premijerno emitovanim emisijama "Bear Grils: Čovek protiv divljine", "Ros Kemp u svetu bandi", "Majstori tetovaže", "Najveće inženjerske katastrofe". Sada već kulturna emisija, "24 minuta sa Zoranom Kesićem", koja se na humorističan način obračunava sa dnevno-političkim temama i njihovim akterima i ove sezone će pružiti publici esenciju satirične kritike najaktuelnijih događaja. Što se tiče digitalne platforme, televizija je pokrenula svoj sajt [www.o2tv.rs](http://www.o2tv.rs) koji pruža kompletan uvid u programsku šemu i sadržaj. Info rubrika u okviru koje se mogu videti kompletni priloz iz informativnog programa O2 televizije, jedna od najpopularnijih stranica za informisanje na ovom sajtu. Veb stranica nastaviće da se širi i obogaćuje sadržaj u skladu sa zahtevima današnje publike.

## DOSTIGNUĆA

Zbog posvećenosti odgovornom novinarstvu i pozitivnim društvenim promenama, O2 televizija je nastavila da neguje ugled kuće kredibilnog novinarstva, iako je osnovni cilj i plan usmeren ka obogaćivanju zabavnog segmenta kao okosnice sadržaja. Tako je prvi put u Srbiji urađena emisija "011 dan i noć" koja se u svetskoj TV terminologiji naziva "scripted reality" o zajedničkom životu desetoro mladih ljudi koji su se doselili u Beograd s namerom da ostvare svoje snove. Ovaj format pomerio je granice u domaćoj produkciji, a O2 će kao najmlađa stanica nastaviti da iznenađuje svoju publiku novim idejama.

Televizija sa ponosom ističe i dostignuća svojih TV lica među kojima je i Zoran Kesić, novinar i TV voditelj koji je u svojoj bogatoj karijeri osvojio niz nagrada, a u prethodnom periodu čak tri – priznanje za "Satiričnu hrabrost", koje dodeljuje Beogradski aforističarski krug, potom "Laza Kostić" za satiru kao i nagradu "Muškarac životnog stila". O2 televizija otvorila je vrata svoje kuće svim mladim ljudima koji su želeli da se oprobaju u voditeljskim vodama, pokrenuvši konkurs za nova TV lica. Na konkurs se prijavilo više hiljada ljudi kojima je cilj bio da uče od najuticajnijih i najiskusnijih kolega. Voditelji i novinari ove kuće koji važe za jedne od najboljih u zemlji, ustupili su mesto pred kamerama mladim kolegama preuzevši ulogu odgovornih urednika i mentora.

## NAJNOVIJI PODUHVA TI

Kao televizija koja se obraća pre svega duhom mladoj publici, ulazi u novu sezonu upravo sa takvim sadržajem koji će obradovati sve ljubitelje dobre satire, zabavnih kvizova i naučnog programa. O2 televizija otvorila je ponovo vrata većem bioskopu u okviru kojeg će se svako veče u ustaljenom terminu od 21h i 23h emitovati najveći filmski hitovi. I u 2018. godini, televizija nastavlja sa kvalitetnim informativnim, sportskim, zabavnim i serijskim programom kojim je opravdala dosadašnji kvalitet i poverenje.



## PROMOCIJA

Promena imena televizije i vizuelnog identiteta predstavljali su jedan od najzazovnijih poduhvata za tim kompanije. Posle velikog uspeha u ribrendingu Prve televizije i Play radija, usledila je još jedna promena koja je trebalo u potpunosti da zadovolji potrebe mlade, urbane populacije koja je zapravo i bila target televizije. Koncept je pažljivo i dugo pripreman, a radila su se i obimna istraživanja sa fokus grupama. Gradeći identitet televizije kojoj se veruje, postavlja standarde, informiše, zabavlja, obrazuje i inspiriše gledaoce u celoj Srbiji, osmišljena je i zanimljiva simbolika samog naziva – O2. Kao simbol elementa bez kojeg nema života - kiseonik. Zanimljiv je bio i izbor brend ambasadora koji je morao da predstavlja upravo provokativan, energičan, zabavan, urban i uspešan stil života. Neko koga zapravo vole sve generacije i ko ne ostavlja nikoga ravnodušnim. Logičan izbor bio je naš popularni glumac Sergej Trifunović. Kampanja se na vešt i duhovit način poigrala sa nazivom i odvijala se u nekoliko koraka:

1. Tizer kampanja – fotografije i kratke video priče sa uvek odlično raspoloženim Sergejem Trifunovićem u različitim situacijama, na ulici, u klubu, u kupatilu pod tušem. Svi mu postavljaju pitanje i traže objašnjenje tog pozitivnog stava - "Na čemu si ti?"
2. U drugoj fazi Sergej otkriva razlog svog dobrog raspoloženja – on je stalno na programu O2 - "Ja sam na O2". Ujedno se otkriva i da B92 menja ime.
3. Poslednja faza obuhvata odbrojavanje do konačne promene imena.

Sama tranzicija dogodila se 11. septembra u 18 časova kada je opšte poznata špica i logo B92 zamenjena modernim vizualom i novom, moćnom i futurističkom špicom za Vesti koja je osim posebnog dizajna imala i originalno komponovanu muziku. Kampanja je imala veoma jak odjek te je tog dana, kada je publika sa nestrpljenjem iščekivala trenutak transformacije, televizija ostvarila rekordnu gledanost.



Snažan promotivni plan podrazumevao je on air kampanju sa nekoliko jedinstvenih promotivnih spotova pod sloganom "Udahni O2" i outdoor aktivnosti koje su uz slogan "Budi i ti na O2" predstavile novi koncept i novi naziv.

## VREDNOSTI BREND A

Svrha televizije O2 je da obezbedi kvalitetne i relevantne programske sadržaje koji informišu, inspirišu, zabavljaju, razvijaju kritičko mišljenje i pomažu publici da bolje razume okruženje. Kroz usresređenost na publiku podstičemo društvenu odgovornost i obrazovanje, promovisemo kreativnost, međusobno poštovanje i poštovanje različitosti.

## ONO ŠTO NISTE ZNALI

### O2 TELEVIZIJA

- › Galileo redakcija u Nemačkoj za proizvodnju jedne epizode angažuje 170 radnika. Galileo u Srbiji rade dve osobe.
- › Predškolska deca na Festivalu nauke, na pitanje koja je vizuelna razlika između šećera i soli (zmo šećera je kockasto, soli okruglo) odgovorila su tačno, a na pitanje predavača kako to znaju jednoglasno odgovorila da su videla u emisiji Galileo na O2.
- › Prvi odgovor prvog takmičara na snimanju popularnog kviza "Stolice" je bio pogrešan (da je mangulica kokoška), a sa imenom Marko je bilo najviše takmičara.
- › Ekpa kviza "Stolice", dva puta je (slučajno) postavila isto pitanje - koji je najviši vrh Kopaonika i oba puta takmičari nisu znali. Takođe, ispostavilo se da je muška populacija hrabrija u prihvatanju izazova. U kvizu je učestvovalo više muškaraca nego žena, a odnos je 70-30%.
- › Najgledanija i najkomentarisana epizoda Galilea opisivala je život i rad Isusa Hrista i dovela u pitanje istinitost svega što o njemu do sada znamo.
- › Prezenter vesti O2 Radovan Seratlić, jedan od najmlađih voditelja informativnog programa svih nacionalnih televizija, prvak je Festivala besedništva "Sirmium lux verbi", održanog u Sremskoj Mitrovici 2013. godine.

# Stolice