

**MEDIA**

**Value Partners: the Italian company for media researches**

Mobile phones represent a distinguished advertising platform and 33% of the Egyptians follow the news via the Internet

Al Gomhoreya, 22 March

## شركة فاليو الإيطالية للأبحاث الإعلامية: المحمول منصة إعلانية مميزة.. و ٣٣% من القراء المصريين يتابعون الأخبار عبر الإنترنت

قال زوران فاسيلجيف خبير الاتصالات والمعلومات والشريك المؤسس لشركة فاليو الإيطالية لأبحاث الإعلام.. أن الصحف العربية اليومية سوف تنمو خلال السنوات المقبلة وابتداء من عام ٢٠١٣ سوف ينخفض معدل النمو إلى ٢.٢٪ وأن ٣٣٪ من المصريين معظمهم من الشباب يقرأون الأخبار عبر الإنترنت وأضاف أن ٦٣٪ من الجمهور المصري يفضل المحتوى المحلي وتأتي الرياضة في مقدمة الاهتمامات وأكد أن الإعلانات في الصحف المطبوعة يصل حجمها إلى ١٢ مليون دولار والإعلانات الإلكترونية ٥.٢ مليون دولار وهو ما يدعو إلى التركيز على استخدام المحمول كمنصة إعلانية قوية ومميزة تجلب الاعلانات للمواقع الإلكترونية.

**سألته: بعد توجه الصحف العربية إلى النشر الإلكتروني ففي المقابل هل تتوقع اختفاء توزيع المطبوعة؟**

إننا نتوقع استمرار نمو توزيع الصحف اليومية في المنطقة العربية خلال السنوات الخمس المقبلة ولو كان ذلك بوتيرة أبطأ من ذي قبل وبعد أن شهدت المنطقة معدل نمو سنوي مركب ٥.٥٪ بين عامي ٢٠٠٧/٢٠٠٩ ونتوقع أن ينخفض المعدل إلى ٢.٢٪ بين عامي ٢٠٠٩/٢٠١٣ ولن يقود ذلك النمو الزيادة

الكبير في التوزيع في أكبر أسواق المنطقة مصر فقط وإنما ستساهم في ذلك الدول الخليجية الصغيرة كالعربيين وقطر مثلاً حيث مازالت الصحف هي الوسيلة الإعلامية المفضلة وماذا عن مصر تحديداً؟

أن مصر على وجه الخصوص تعد موطننا لقطاع صحفي مزدهر في المنطقة حيث تفاخر بوجود عرق الصحف في العالم بالإضافة إلى العديد من الصحف المستقلة الجديدة التي تم إطلاقها مؤخراً ووفقاً لإبحاثنا لن تخفى المطبوعة في مقابل الإلكترونية فما تزال الصحف الوسيلة الأهم لقراءة الأخبار في كل أنحاء البلاد ومع ذلك لا ننكر أن هناك ٦٣٪ من السكان يقومون بقراءة الأخبار عبر الإنترنت مع ارتفاع النسبة بين الشباب.

**متى تصبح النسخة الإلكترونية للصحف القومية المصرية مصدراً للانفاق على المطبوعة كصحيفة النيويورك تايمز؟**

أن مثال النيويورك تايمز لا ينطبق على الشرق الأوسط أساساً والأهم من متى هو كيف تصبح الصحيفة الإلكترونية مصدراً إعلانياً ولذلك خطوتها الأولى لا تصبح الإلكترونية نسخة من المطبوعة وأن المحتوى الذي يقدم لابد أن يكون دون تفاصيل للخبر وأن يقدم محتوى يجذب القارئ مثلاً على ذلك في المنطقة موقع دبي جالف نيوز لديهم (بورتال) والمحتوى غير متوافر بأكمله أون لاين علاوة على توافر أخبار الأمس وهي طريقة ذكية لإبقاء أخبار الأمس حية.

ويؤكد (زوران) أنه لابد من الوعي بدراسة اهتمامات الجمهور فن خلال دراساتنا مثلاً توصلنا إلى أن الجمهور المصري بنسبة ٦٣٪ يفضل المحتوى الأصلي المنتج لبلادهم (المحليات) كما توصلنا إلى أن حجم الاعلانات في المطبوعة بلغ ٤١٢ مليون دولار مقابل ٥.٢ مليون دولار من الاعلانات أون لاين.

وتنميز الاعلانات الإلكترونية فلا بد من اعتماد الوسائل الجانبية الجديدة للجمهور.