

## Print Trend 2007. - 2009.

<b>Dnevne novine</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
	Rtg%	Rtg%	Rtg%
Dnevni avaz (BH)	20,5	15,9	24,7
Euro Blic (Srbija)	10,6	9,4	9,3
Press RS (BIH)	\	4,9	4,7
Glas srpske (BH)	4,9	3,7	3,6
Oslobodenje (BH)	2,5	2,7	4,4

<b>Sedmične novine</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
	Rtg%	Rtg%	Rtg%
Azra (BH)	1,1	6,2	9,9
Blic Zena (Srbija)	\	5,1	6,9
Express (BH)	1,1	5	9,1
Glorija (HR)	0,3	3,5	6,4
Svijet (BH)	0,8	3,1	6,6

<b>Mjesečni magazini</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
	Rtg%	Rtg%
Ljepota i zdravlje (BiH)	5,3	10,9
Hrana i vino (Srbija)	2,8	5,4
Zdravlje i ljepota (BiH)	2,2	4,7
Auto (BiH)	2	3,8
Moj dom (BiH)	1,5	3,5

TV AUDIENCE MEASUREMENT PRINT READERS MEASUREMENT  
 RADIO AUDIENCE MEASUREMENT OUTDOOR RESEARCH  
 VA MONITORING PRINT AD MONITORING RADIO AD MONITORING  
 OUTDOOR AD MONITORING TV AD EXPRINT AD EXRADIO AD EXO  
 UTDOOR AD EX MEDIA CONSULTING MEDIA TESTING MEDIA MAR  
 KET MONITOR MEDIA OVERVIEW MEDIA RESEARCH CREATIVE  
 COPY MEDIA CLIPPING MYSTERY SHOPPER FOCUS GROUP C  
 ATIC API OMNIBUS POLITICAL MONITOR TV AUDIENCE MEASUREMENT