



S VAMI



HISTÓRIA

JOJ Group je najväčšia mediálna skupina s najširším pokrytím na Slovensku. Do jej portfólia patrí 15 televíznych staníc a viac ako 40 webových portálov.

Ako prvá vznikla v roku 2002 TV JOJ, ktorá dnes ako úspešná a obľúbená televízia vysiela pre slovenských divákov najsledovanejšie spravodajstvo a najpestrejšiu programovú ponuku na trhu. TV JOJ je na Slovensku jedinou plnoformátovou komerčnou televíziou dostupnou pre všetkých divákov.

V poradí druhá televízna stanica PLUS vysiela od roku 2008 a svojim divákom ponúka prevažne filmy, tretia stanica WAU, ktorá má už 7 rokov, vysiela najmä seriály.

V roku 2015 vstúpila JOJ Group do segmentu pay-TV a zároveň na český trh, keď priniesla tri nové platené stanice – filmovú JOJ Cinemu a dve televízie s vysielením programov pre deti v slovenskom jazyku – JOJko a Ťuki TV. O rok neskôr pribudla JOJ Family, slovenská multižánrová rodinná televízia určená pre českých divákov a pre Slovákov žijúcich v Česku. JOJ Group v roku 2019 opäť rozšírila svoje portfólio, keď sa stala majiteľom Česko-slovenskej filmovej spoločnosti a po rebrandingu, technologickým a programovým posilnením zaradila medzi svoje televízne projekty stanice CS Film, CS Mystery, CS History a CS Horror.

JOJ Group má vo svojom obchodnom portfóliu okrem vlastných televízií tiež zastupovanie zahraničných staníc na našom trhu – televíziu Prima Plus českého vysielača FTV Prima a kvalitné tematické stanice spoločnosti AMC Networks International – Film+, Spektrum a Minimax.

Značku JOJ teda tvoria nielen televízne stanice, ale tiež online weby, videoportál s archívmi, spravodajský portál noviny.sk, jediná športová internetová televízia na Slovensku HUSTE.tv či mobilná aplikácia TV JOJ.

V roku 2019 JOJ Group spojila sily s najvýznamnejšími hráčmi na online trhu v oblasti tvorby video obsahu v novovzniknutej partnerskej platforme VALETIN, ktorá združuje a ponúka video inventár na viac ako 40 online portáloch. Do portfólia VALETIN dnes patria partneri: JOJ Group, News and Media Holding, Ringier Axel Springer SK, Radio Services, Bratislavské noviny, Internet.sk, touchIT, vydavateľstvo MAFRA Slovakia, Startitup.sk či Dobré noviny.

V súčasnosti je JOJ Group stále významnejším koproducentom a tvorcom filmovej produkcie, kde sa jej výnimočne darí a medzi svoje projekty radí množstvo úspešných filmových titulov, medzi inými Trhlina, Sklenená izba, Šťastný nový rok či pripravovaná Perinbaba a Dva svety a mnoho ďalších.

HODNOTA ZNAČKY A INOVÁCIE

S najširším pokrytím na Slovensku môže JOJ Group sledovať 100 % obyvateľstva, jej stanice a weby sú voľne dostupné, tematické a vyskladané tak, aby pokryli každú vekovú, sociálnu a mnoho záujmových skupín.

JOJ Group si tiež dáva záležať na vizuálnej atraktivnosti svojej značky. Koncom mája 2020 po piatich rokoch vynovila svoju staničnú grafiku a zmenila tiež claim TV JOJ. Redizajn bol plánovaný, ale zmeny v našej krajine, ktoré priniesol koronavírus,

ho ešte urýchlili. Nebola to len potreba zosúladiť televízny vizuál s modernými grafickými trendmi, ale predovšetkým túžba vyjadriť pocit spolupatričnosti medzi televíziou a jej divákmi. Predchádzajúci claim „Zážitok vidieť“, ktorý vyjadroval zámer televízie ponúkať kvalitný obsah a emócie vďaka najmodernejším technológiám, nahrádza nový claim „S vami“. JOJ ním dáva najavo, že za najdôležitejšie považuje budovanie vzťahu so svojimi divákmi, poznávanie a zrkadlenie ich sveta.

Televízia sa so svojimi divákmi dennodenne zabáva aj na sociálnych sieťach. Efektívnou komunikáciou a prepojením Facebooku a Instagramu im ponúka exkluzívny obsah zo zákulisia tvorby jednotlivých relácií a programov zo svojej televíznej programovej štruktúry.

MARCOM A ÚSPECHY

Najsledovanejšími programami televízie JOJ sú spravodajské relácie Noviny TV JOJ, Najlepšie počasie, Krimi a Šport. Okrem spravodajstva sú v prime time na JOJke úspešné najmä zábavné programy a seriály. Medzi najpopulárnejšie patrí zábavná show Inkognito, rodinná relácia V siedmom nebi či najvýpravnejšia a najsledovanejšia show na našom trhu Česko Slovensko má talent. Zo seriálovej tvorby boli v roku 2019 najúspešnejšie komediálne Prázdniny, Delukse či Hrobári, kriminálka Za sklom alebo miniséria Trhlina.

Trhový podiel JOJ Group v roku 2019 bol 22,5 % celodenne a 27,5 % v prime time (celoročné priemery). V prvom polroku 2020 dosiahla v priemere trhový podiel 21,8 % celodenne a 26,7 % v hlavnom vysielačom čase. TOP programom roka 2019 s najvyššou sledovanosťou na TV JOJ bol film Tri oriešky pre popolušku, ktorý si na Štedrý deň pozrelo takmer milión slovenských divákov (21,4 % Rtg a 38,4 % Shr s 998-tisíc divákov). Druhým najsledovanejším programom na JOJke bolo Inkognito (11. 11. 2019 s 898-tisíc divákmi, 19,3 % Rtg a 39,4 % Shr) a tretie miesto v rebríčku top programov roka 2019 obsadili Noviny TV JOJ (3. 2. 2019 so 745-tisíc divákmi, 16,0 % Rtg a 31,6 % Shr). V prvom polroku 2020 si prvenstvo vyslúžila politická diskusná relácia Na hrane (3. 2. 2019 so 745-tisíc divákmi, 16,0 % Rtg a 31,6 % Shr).

UDRŽATEĽNOSŤ A CSR

Televízia JOJ prepája svoje vysielenie s pomocou tým, ktorí to najviac potrebujú. V roku 2019 začala nakrúcať a začiatkom roku 2020 odvysielala slovenskú verziu rodinného licencovaného kanadského seriálu Jenny o liečbe leukémie u tínedžerov. Pri projekte televízia spolupracovala s Národným ústavom detských chorôb v Bratislave, v spravodajstve a na sociálnych sieťach zoznamovala divákov s reálami náročnej liečby, rekonvalescencie i vyrovnávaním sa so smrťou. Nadácia TV JOJ zriadila zbierku na podporu nadácie Deťom s rakovinou a finančne podporila lekárov, ktorí poskytujú na komunikačnej platforme nadácie rodičom chorých detí odbornú pomoc. Zbierka pokračuje s cieľom zariadiť izbu na detskom onkologickom oddelení podľa najnovších technologických a terapeutických trendov.



„Televízia JOJ bude na slovenskom televíznom trhu čoskoro 20. rok a aj vďaka svojej histórii napísala jeden z najúspešnejších príbehov v mediálnom priestore. Od malej televízie, ktorá vysiela z obyčajného domu v Košiciach, svoje hranice prekročila mnohokrát až do dnešnej podoby lídra v pôvodnej tvorbe, dominantného partnera slovenského filmu a lokálnych tvorcov či televíziu s najpestrejšou programovou ponukou pri najširšom portfóliu televíznych staníc. Televízia JOJ by svoj úspech nedosiahla bez odhodlania a dlhoročnej vernosti svojich zamestnancov. Vďaka nim, atribútom rodiny a hodnotám žijeme nielen na televíznej obrazovke, ale dennodenne, medzi sebou.“



MARCEL GREGA
GENERÁLNY RIADITEĽ
JOJ GROUP

JOJ už niekoľko rokov spolupracuje so slovenskou Obchodnou komorou mladých – Junior Chamber International (JCI – Slovensko). Komora sa venuje mladým talentovaným ľuďom – od študentov na vysokých školách po podnikateľov predovšetkým z oblasti vedy a výskumu do 40 rokov a vytvára pre nich platformu na odborné vzdelávanie, komunikáciu a legislatívne informovanie. TV JOJ dlhodobo podporuje dve súťaže: Slovak University Startup Cup a Mladý inovatívny podnikateľ, a to nielen ako mediálny partner, ale do zápalenia vstupuje so špeciálnou cenou. Víťaz súťaže má k dispozícii mediálny priestor na všetkých platformách JOJ v hodnote 5 000 eur, ktorý využíva na medializáciu svojho projektu.

ZAUJÍMAVOSTI

- JOJ GROUP MÁ NA SLOVENSKU NAJŠIRŠÍ ZÁSAH, A TO AŽ S 15 TELEVÍZNYMI STANICAMI, S VIAC AKO 40 WEBOVÝMI PORTÁLMI A S TAKMER 1 300 000 FANÚŠIKMI NA SOCIÁLNYCH SIETACH (FACEBOOK + INSTAGRAM + YOUTUBE)
- V SÚČASNOSTI JE JOJ GROUP KOPRODUENTOM VIAC AKO DVADSIATICH FILMOV
- PARTNERI, KTORÍ SÚ SPOLU S JOJ GROUP ZAPOJENÍ DO SIETE VALETIN, DNES V ONLINE DOKÁŽU SPOLU OSLOVIŤ VIAC AKO 2 MILIÓNY UNIKÁTOV MESAČNE A VYGENERUJÚ SPOLU VIAC AKO 200 MILIÓNOV VIDEOVIEWS ROČNE
- NAJSLEDOVANEJŠIE VYDANIE NAJOBĽÚBENEJŠEJ ZÁBAVNEJ SHOW INKOGNITO ZA ROK 2019 BOLO 11. NOVEMBRA, KEĎ SI PREZIDENTKU ZUZANU ČAPUTOVÚ AKO TAJNÉHO HOŠŤA NENECHALO UJŠŤ TAKMER 900-TISÍC DIVÁKOV
- POČAS KORONAKRÍZOVÉHO OBDOBIA OD MARCA DO MÁJA 2020 PODPORILA TV JOJ SPOTMI INFORMAČNÚ KAMPAŇ MINISTERSTVA ZDRAVOTNÍCTVA SR A ĎALŠIE OSVETOVÉ AKTIVITY. NA INFORMOVANIE OBYVATEĽSTVA POSKYTLA JOJKA TAKMER 15 KOMERČNÝCH HODÍN A OSLOVILA VIAC AKO 3,8 MILIÓNA OBYVATEĽOV SLOVENSKA
- NADÁCIA JOJ VYZBIERALA SUMU VIAC AKO 800-TISÍC EUR NA PODPORU OBYVATEĽOV ZRÚTENEJ BYTOVKY PO VÝBUCHU PLYNU NA MUKAČEVSKEJ ULICI V PREŠOVE. PENIAZE NA ÚČET NADÁCIE DAROVALI TELEVÍZNI DIVÁCI
- V ZAČIATKU „KORONY“ ROZDALA NADÁCIA JOJ NEMOCNICIAM V BRATISLAVE, BANSKEJ BYSTRICI A V KOŠICIACH 51 200 RESPIRÁTOROV, 200 KUSOV OCHRANNÝCH OKULIAROV, 700 KUSOV OCHRANNÝCH OBLEKOV A 1 200 KUSOV RUKAVÍC