

WARTOŚĆ PIERWSZEJ KOLEJKI EKSTRAKLASY: 1,2 MLN ZŁ

Badanie pierwszej wiosennej kolejki Ekstraklasy w kanałach otwartych wykazało ponad 1000 efektywnych ekspozycji sponsorów, których łączna wartość wyniosła 1,2 mln zł. Najwięcej zyskały marki PGE, Ekstraklasa, Warka, Puma oraz Bet-At-Home. Prawie 3/4 wszystkich efektywnych ekspozycji wyeksponowane zostało na zawodnikach. Widownia skumulowana programów, w których pokazywano relacje z I wiosennej kolejki Ekstraklasy, wyniosła 46,9 mln widzów. Najbardziej medialnymi dyscyplinami lutego okazały się piłka nożna, skoki narciarskie oraz siatkówka.



EKSTRAKLASA - I KOLEJKA RUNDY WIOSENNEJ

RANKING MAREK

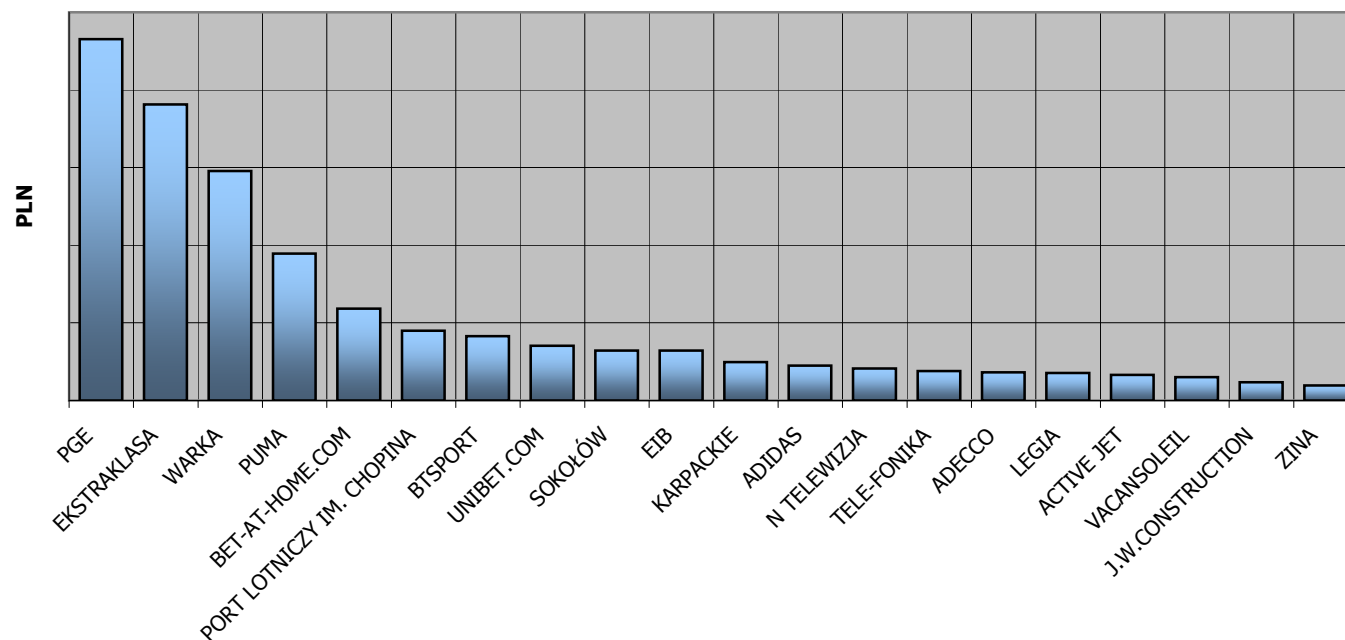
EKSPozyCJE MAREK - PODSUMOWANIE TOP 20 (spośród 96)

Lp.	Brand	Liczba ekspozycji
1	PGE	63
2	EKSTRAKLASA	156
3	WARKA	70
4	PUMA	44
5	BET-AT-HOME.COM	38
6	PORT LOTNICZY IM. CHOPINA	26
7	BTSPORT	7
8	UNIBET.COM	22
9	SOKOŁÓW	6
10	EIB	6
11	KARPACKIE	21
12	ADIDAS	10
13	N TELEWIZJA	6
14	TELE-FONIKA	2
15	ADECCO	4
16	LEGIA	2
17	ACTIVE JET	29
18	VACANSOLEIL	18
19	J.W.CONSTRUCTION	17
20	ZINA	33

Posortowano według wartości mediowej PLN

Pełne dane: pentagon@pentagon24.pl

EKSPozyCJE SPONSORÓW PODCZAS I KOLEJKI WIOSENNEJ RUNDY EKSTRAKLASY



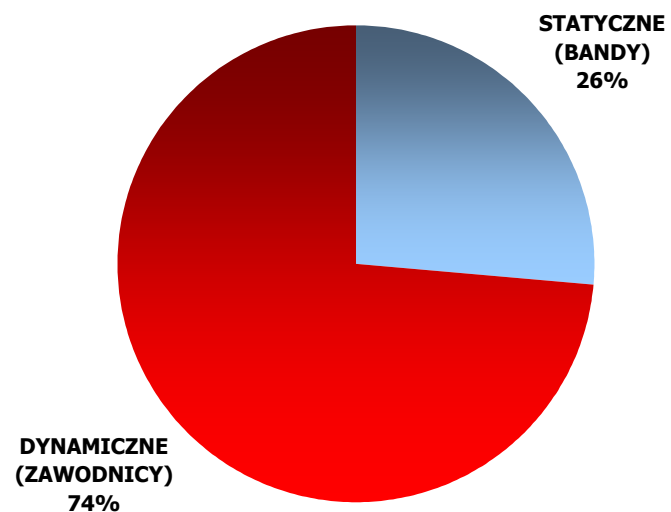
EKSTRAKLASA - I KOLEJKA RUNDY WIOSENNEJ

LOKALIZACJA MAREK - PODSUMOWANIE

LOKALIZACJA	GRP	SUMA KONTAKTÓW (tys)	WARTOŚĆ MEDIALNA (PLN)	LICZBA EKSP.
STATYCZNE (BANDY)	334	101 423	329 624	220
DYNAMICZNE (ZAWODNICY)	1 301	282 853	919 273	782
	1 635	384 276	1 248 897	1 002



LOKALIZACJA MAREK



RANKING DYSCYPLIN W LUTYM

RANKING DYSCYPLIN WEDŁUG WARTOŚCI WYEKSPONOWANYCH MAREK: LUTY 2009

L.P.	DYSCYPLINA	GRP	Liczba kontaktów (tys.)	Wartość Reklam (zł)	Liczba ekspozycji
1	PIŁKA NOŻNA	31 293	11 245 522	36 547 945	7 768
2	SKOKI NARCIARSKIE	24 786	8 906 071	28 944 730	5 654
3	SIATKOWKA MĘCZYZN	15 888	5 701 161	18 528 772	38 295
4	SIATKOWKA KOBIEC	9 695	3 484 552	11 324 794	27 235
5	BOKS	9 422	3 377 640	10 977 331	15 962
6	NARCIARSTWO BIEGOWE	7 655	2 750 351	8 938 642	2 677
7	LEKKOATLETYKA	6 814	2 447 737	7 955 147	1 916
8	PIŁKA RĘCZNA MĘCZYZN	5 852	2 108 399	6 852 295	8 679
9	KOSZYKOWKA MĘCZYZN	1 647	588 267	1 911 868	5 028
10	HOKEJ	1 603	576 192	1 872 624	700



Badanie opiera się o monitoring wystąpień poszczególnych marek w następujących stacjach tv: TVP1, TVP2, TVP3 pasmo wspólne, TV Polonia, TVN, TVN24, TVN TURBO, Polsat, Polsat Sport, TV4

Monitorowane są programy sportowe (w tym wiadomości), w których pokazywane są imprezy polskie bądź z udziałem polskich sportowców.

Notowane są marki eksponowane na polskich zawodnikach i polskie marki eksponowane na zagranicznych zawodnikach. Bez wyjątków monitorowani są główni sponsorzy imprez organizowanych w Polsce.

Wartość medialna wyliczana jest w oparciu o średnie cpt dla monitorowanych stacji oraz średnią oglądalność programów tv, podczas których eksponowane były marki.

Zliczane są tzw. ekspozycje efektywne, a więc takie, które są dobrze widoczne (wyraźne), trwają co najmniej 1 sekundę i nie są fragmentaryczne (min. 80% widoczności).

Liczba kontaktów jest sumą iloczynów wystąpień danej marki ze średnią liczbą oglądających program będący przedmiotem monitoringu.

Wartość medialna pokazuje szacunkowy koszt, jaki należałoby ponieść chcąc uzyskać podobne GRP z wykorzystaniem konwencjonalnej reklamy.

WIĘCEJ O BADANIACH - ZAPRASZAMY NA NASZE STRONY:

www.pentagon-research.com

www.pentagon-sport.com

www.pentagon24.pl