

PLUS PIERWSZY W SIERPNIU TOUR DE POLOGNE NAJCZĘŚCIEJ W TELEWIZJI

CZOŁÓWKA SPONSORÓW SIERPNI: POLKOMTEL, SKANDIA, WAGRAF

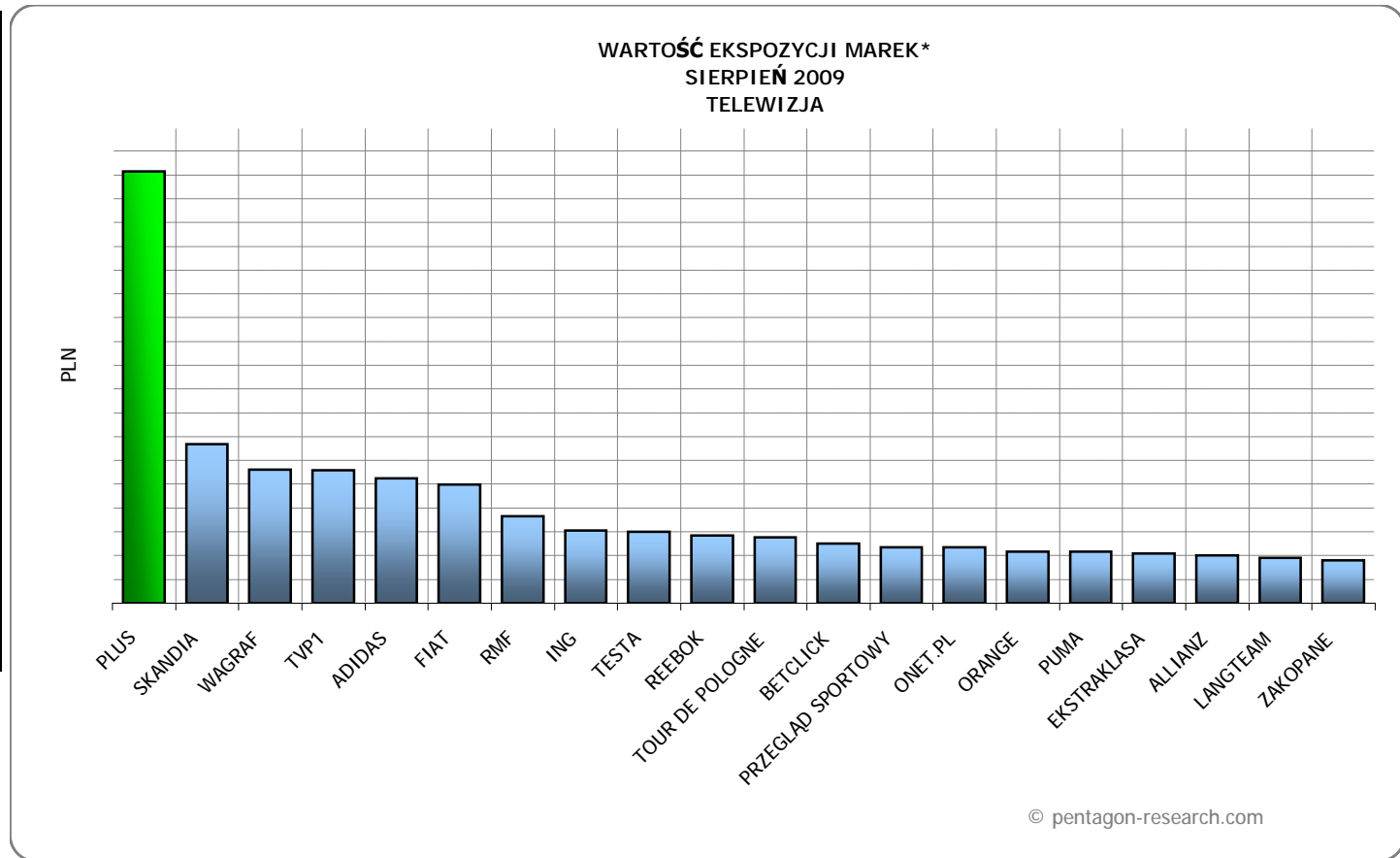
Sierpniowe rankingi ekspozycji sponsorów zdominowało 66. Tour de Pologne. Wartość ekspozycji marek podczas tego wydarzenia przekroczyła 50 mln zł, co pozycjonuje tę imprezę na pierwszym miejscu wydarzeń sportowych organizowanych cyklicznie w ciągu roku w Polsce. 147 mln widzów zgromadziły łącznie wszystkie programy, gdzie pojawiły się marki związane z TdP. Zyskali sponsorzy i partnerzy: Polkomtel, Skandia, Fiat, TVP, RMF. Marka PLUS zyskiwała oczywiście także dzięki siatkówce. Letnie skoki w Zakopanem zgromadziły widownię m.in. dla marki Wagraf, która zyskała na tym wydarzeniu najwięcej.

EKSPOZYCJE MAREK W SIERPNIU



PODSUMOWANIE TOP 20

Lp	BRAND	Liczba ekspozycji
1	PLUS	15701
2	SKANDIA	1713
3	WAGRAF	1153
4	TVP1	1571
5	ADIDAS	6344
6	FIAT	1363
7	RMF	1030
8	ING	615
9	TESTA	611
10	REEBOK	1548
11	TOUR DE POLOGNE	910
12	BETCLICK	1155
13	SPORTOWY	1204
14	ONET.PL	716
15	ORANGE	520
16	PUMA	1244
17	EKSTRAKLASA	940
18	ALLIANZ	478
19	LANGTEAM	618
20	ZAKOPANE	390

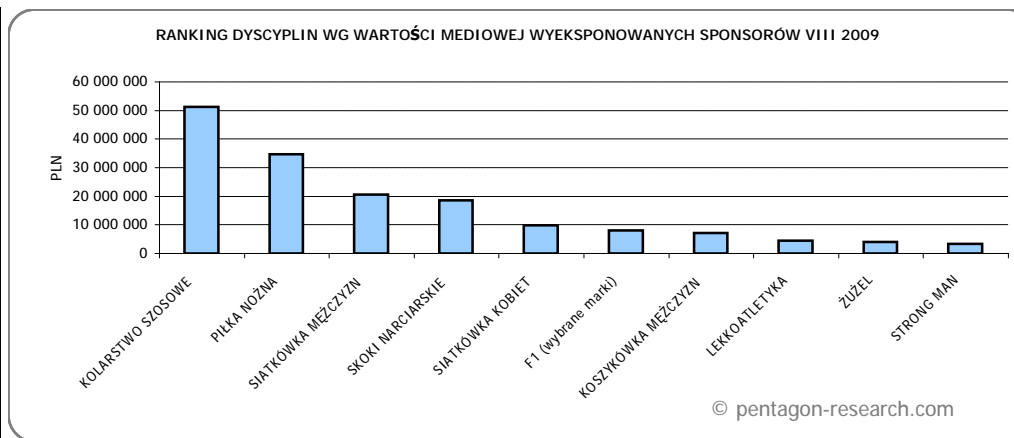


*Sponsorów umieszczono w kolejności wartości mediowej (nie liczby ekspozycji), jaką zgromadziły ich logotypy. Szczegółowe raporty (z wartościami): pentagon@pentagon-research.com

RANKING DYSCYPLIN

RANKING DYSCYPLIN (TOP 10) WEDŁUG WARTOŚCI WYEKSPONOWANYCH MAREK. VIII 2009

LP	DYSCYPLINA	GRP	SUMA KONTAKTÓW (tys)	WARTOŚĆ MEDIOWA (PLN)	LICZBA EKSP.
1	KOLARSTWO SZOSOWE	22 748	8 077 722	51 301 070	14 227
2	PIŁKA NOŻNA	29 687	10 664 303	34 658 984	14 648
3	SIATKÓWKA MĘŻCZYŹN	17 707	6 362 642	20 678 586	21 851
4	SKOKI NARCIARSKIE	15 830	5 689 049	18 489 410	4 084
5	SIATKÓWKA KOBIET	8 354	3 005 378	9 767 478	16 971
6	F1 (wybrane marki)	6 888	2 474 194	8 041 129	2 034
7	KOSZYKÓWKA MĘŻCZYŹN	6 087	2 188 350	7 112 137	3 659
8	LEKKOATLETYKA	3 756	1 349 868	4 387 070	2 702
9	ZUŻEL	3 360	1 211 719	3 938 086	12 145
10	STRONG MAN	2 802	1 005 927	3 269 262	2 426



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