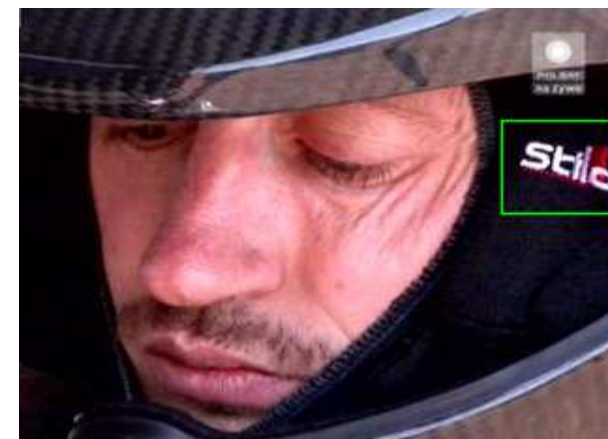
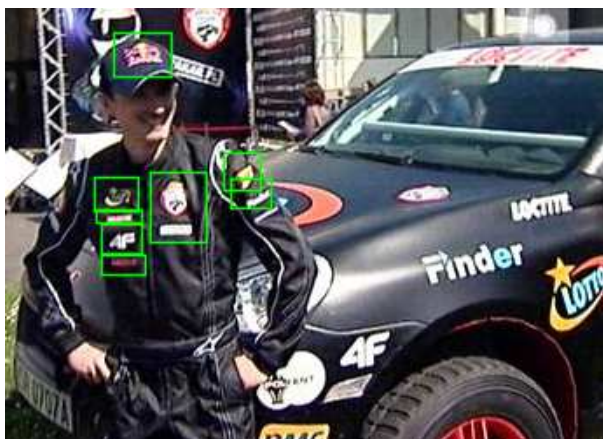


## ADAM MAŁYSZ ZNOWU ZARABIA - DLA SPONSORÓW

- WARTOŚĆ EKSPOZYCJI SPONSORÓW NA KOMBINEZONIE RAJDOWYM ADAMA MAŁYSZA: **2,53 MLN ZŁ**
- LICZBA PROGRAMÓW TV W KTÓRYCH WYSTĄPIŁY EFEKTYWNE EMISJE: **42**
- WIDOWNIA SKUMULOWANA DLA EKSPONOWANYCH MAREK: **25,1 MLN WIDZÓW**

Kwietniowe badanie efektywności ekspozycji telewizyjnych wykazało, że zaangażowanie Adama Małysza w rajdowy zespół **RMF Caroline Team** już przyniosło jego sponsorom ponad **2,5 mln zł** zysku mediowego. Na tyle oszacowano wartość marek, które w sposób efektywny zostały wyeksponowane na jego kombinezonie. Ponad 1000 ekspozycji pojawiło się w 42 programach telewizyjnych, gromadząc łącznie ponad 25 mln widzów. Były to głównie krótkie wywiady oraz relacje z treningów sportowca.

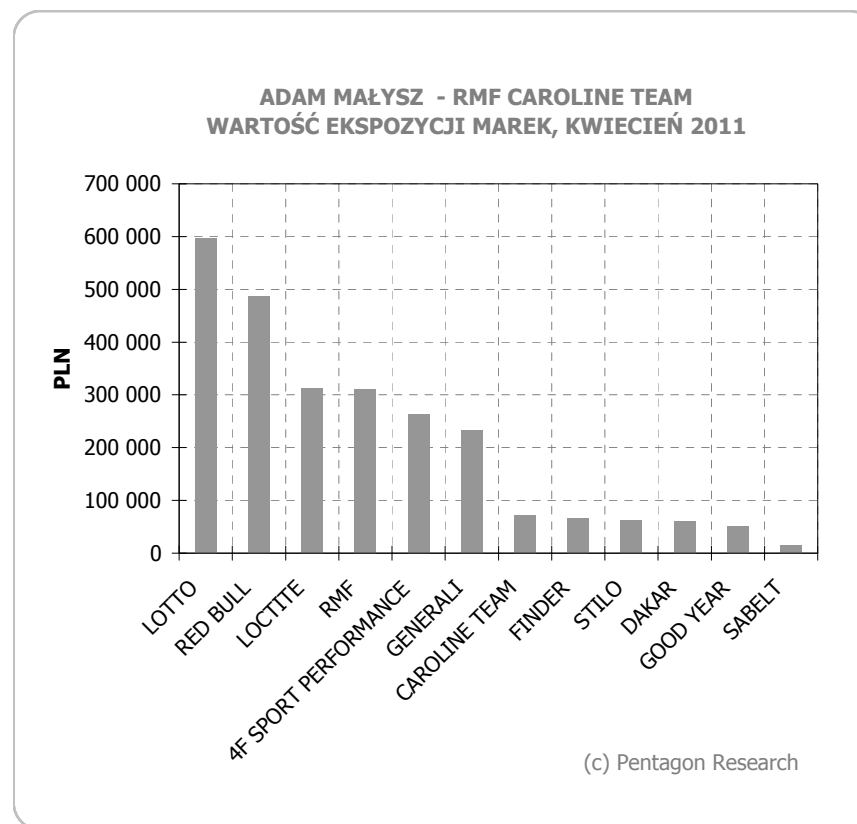


**WARTOŚĆ EKSPOZYCJI MAREK NA KOMBINEZONIE ADAMA MAŁYSZA W KWIETNIU 2011**

BRAND	GRP	SUMA KONTAKTÓW [TYS]	WARTOŚĆ MEDIOWA [PLN]	LICZBA EFEKTYWNYCH EKSPOZYCJI
LOTTO	383	136 781	597 460	277
RED BULL	312	111 372	486 474	222
LOCTITE	200	71 590	312 706	144
RMF	200	71 421	311 966	125
4F SPORT PERFORMANCE	170	60 572	264 580	100
GENERALI	149	53 323	232 915	83
CAROLINE TEAM	46	16 444	71 827	25
FINDER	43	15 205	66 418	19
STILO	41	14 535	63 487	29
DAKAR	38	13 687	59 783	34
GOOD YEAR	33	11 892	51 945	21
SABELT	10	3 731	16 297	3
<b>RAZEM</b>			<b>2 535 858</b>	<b>1 082</b>

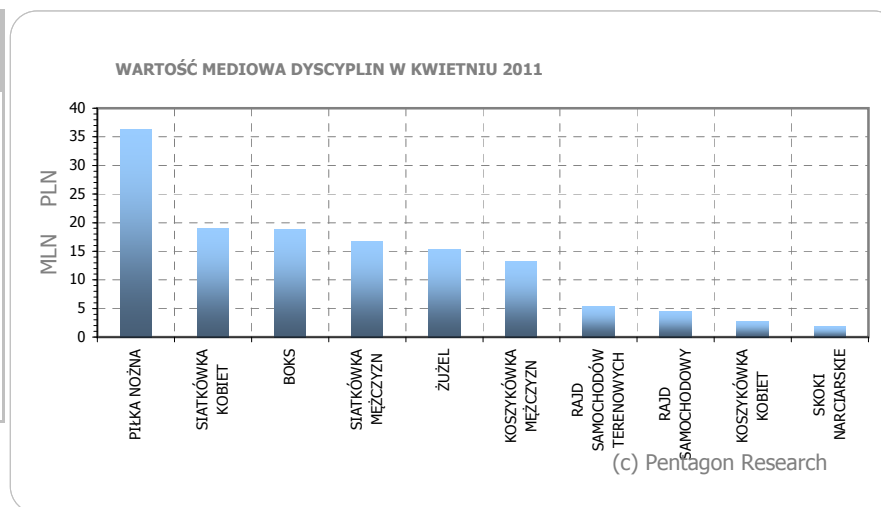
WIDOWNIA SKUMULOWANA DLA MAREK

**25 053 712** WIDZÓW



## RANKING DYSCYPLIN (TOP 10) WEDŁUG WARTOŚCI WYEKSPONOWANYCH MAREK - KWIECIEŃ 2011

DYSCYPLINA	GRP	SUMA KONTAKTÓW (tys)	WARTOŚĆ MEDIOWA (PLN)	UDZIAŁ	LICZBA EKSPOZYCJI
PIŁKA NOŻNA	23 174	8 293 935	36 227 906	25,55%	65 362
SIATKÓWKA KOBIET	12 079	4 330 227	18 914 431	13,34%	57 156
BOKS	12 079	4 322 019	18 878 577	13,32%	23 294
SIATKÓWKA MĘŻCZYŹN	10 725	3 833 167	16 743 274	11,81%	58 983
ŻUŻEL	9 880	3 523 248	15 389 547	10,86%	40 146
KOSZYKÓWKA MĘŻCZYŹN	8 407	3 007 512	13 136 812	9,27%	84 303
RAJD SAMOCHODÓW TEREN	3 473	1 241 647	5 423 512	3,83%	3 927
RAJD SAMOCHODOWY	2 918	1 043 323	4 557 235	3,21%	2 305
KOSZYKÓWKA KOBIET	1 766	630 139	2 752 446	1,94%	34 939
SKOKI NARCIARSKIE	1 154	412 839	1 803 282	1,27%	2 859



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, TVP Sport

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.

Dane telemetryczne: AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

WIĘCEJ O BADANIACH - ZAPRASZAMY NA [www.pentagon-research.com](http://www.pentagon-research.com)

[www.pentagon-sport.com](http://www.pentagon-sport.com)

[www.pentagon24.pl](http://www.pentagon24.pl)