

WARTOŚĆ SPONSORINGU W PAŹDZIERNIKU: 202,6 MLN PLN

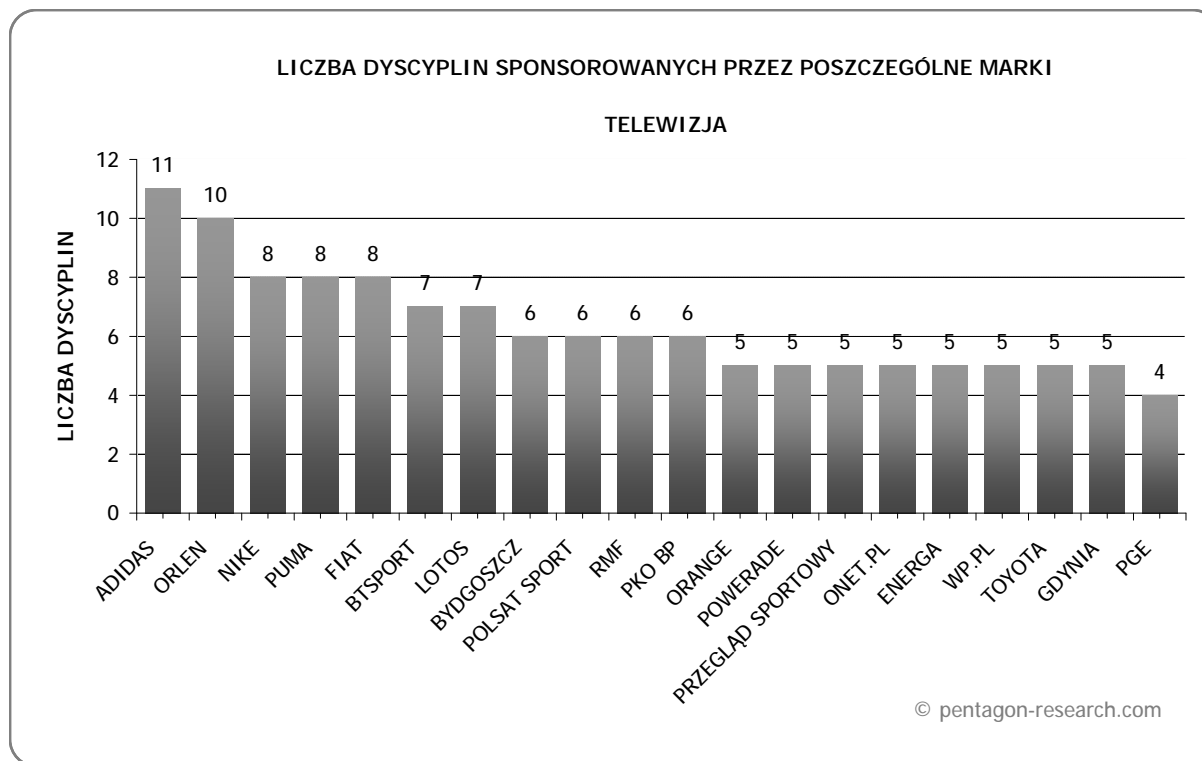
- LICZBA SPONSORÓW NA POLSKIM RYNKU W PAŹDZIERNIKU: **1494**
- LICZBA SPONSOROWANYCH DYSCYPLIN W PAŹDZIERNIKU: **41**
- ADIDAS WIDOCZNY W **11** DYSCYPLINACH

Badanie telewizji w październiku wykazało obecność 1494 różnych marek/sponsorów i ponad 330 tys ich efektywnych ekspozycji telewizyjnych, których łączną wartość reklamową oszacowano na 202,6 mln zł. Zanotowane ekspozycje dotyczyły 41 dyscyplin. Najwięcej różnych sponsorów wyeksponowało swoje logotypy w piłce nożnej, żużlu i siatkówce. Najszerzej (w największej liczbie dyscyplin) reklamowały się marki Adidas, Orlen, Nike, Puma oraz Fiat. Natomiast najefektywniej widoczne były marki Orlen, Plus oraz Champion.



LICZBA RÓŻNYCH DYSCYPLIN W KTÓRYCH WIDOCZNI BYLI POSZCZEGÓLNI SPONSORZY - PODSUMOWANIE TOP 20

Lp.	MARKA/SPONSOR	LICZBA DYSCYPLIN
1	ADIDAS	11
2	ORLEN	10
3	NIKE	8
4	PUMA	8
5	FIAT	8
6	BTSPOORT	7
7	LOTOS	7
8	BYDGOSZCZ	6
9	POLSAT SPORT	6
10	RMF	6
11	PKO BP	6
12	ORANGE	5
13	POWERADE	5
14	PRZEGLĄD SPORTOWY	5
15	ONET.PL	5
16	ENERGA	5
17	WP.PL	5
18	TOYOTA	5
19	GDYNIA	5
20	PGE	4



LICZBA SPONSORÓW W POSZCZEGÓLNYCH DYSCYPLINACH - PODSUMOWANIE TOP 10

Lp.	DYSCYPLINA	LICZBA SPONSORÓW
1	PIŁKA NOŻNA	341
2	ZUŻEL	255
3	SIATKÓWKA M.	215
4	KOSZYKÓWKA M.	157
5	PIŁKA RĘCZNA M.	110
6	SIATKÓWKA KOBIET	108
7	RAJD SAMOCHODOWY	106
8	KOSZYKÓWKA KOBIET	88
9	BOKS	88
10	PIŁKA RĘCZNA KOBIET	65



RANKING DYSCYPLIN (TOP 10) WEDŁUG WARTOŚCI WYEKSPONOWANYCH MAREK

LP	DYSCYPLINA	GRP	SUMA KONTAKTÓW (tys)	WARTOŚĆ MEDIOWA (PLN)	UDZIAŁ	LICZBA EKSPOZYCJI
1	SIATKÓWKA KOBIET	54 834	19 706 746	64 046 924	31,6%	59 899
2	PIŁKA NOŻNA	43 669	15 695 793	51 011 329	25,2%	64 266
3	BOKS	30 285	10 888 925	35 389 007	17,5%	19 650
4	SIATKÓWKA MĘŻCZYZN	16 246	5 848 466	19 007 516	9,4%	55 957
5	ZUŻEL	9 116	3 278 850	10 656 262	5,3%	39 037
6	F 1 (WYBRANE MARKI)	5 123	1 840 244	5 980 793	3,0%	2 835
7	PIŁKA RĘCZNA M.	3 176	1 143 407	3 716 074	1,8%	17 512
8	RAJD SAMOCHODÓW TER.	2 431	873 295	2 838 208	1,4%	1 172
9	RAJD SAMOCHODOWY	1 130	405 170	1 316 803	0,7%	4 354
10	SKOKI NARCIARSKIE	1 087	387 144	1 258 219	0,6%	8 904

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 NASZE STRONY:

www.pentagon-research.com

www.pentagon-sport.com

www.pentagon24.pl