

ROBERT KUBICA

WARTOŚĆ SPONSORINGU PODCZAS PIERWSZEGO GP W SEZONIE 2009

PONAD 700 EKSPOZYCJI LOGOTYPÓW ZWIĄZANYCH Z ROBERTEM KUBICĄ W POLSKICH STACJACH TV

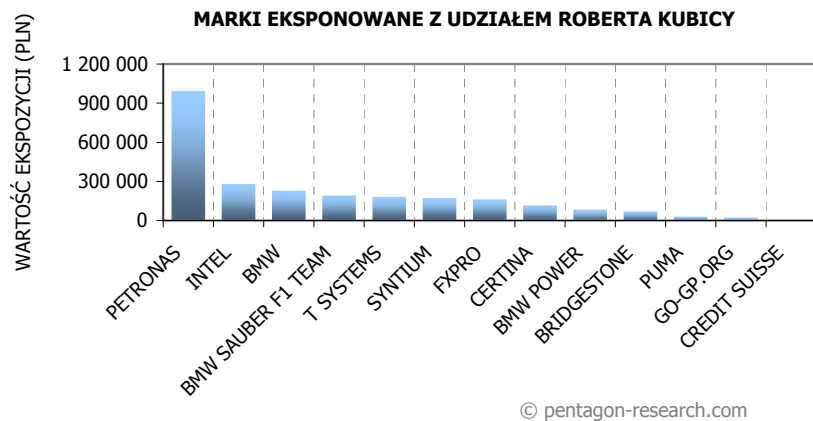
RELACJE W 59 PROGRAMACH TV

NAJBARDZIEJ MEDIALNE DYSCYPLINY W MARCU: PIŁKA NOŻNA, SKOKI NARCIARSKIE, SIATKÓWKA MĘŻCZYZN

Badanie Pentagon Research przeprowadzone w telewizji pod kątem efektywności sponsoringu sportowego pierwszego wyścigu F1 w tym sezonie (**27-29 marca 2009 - GP Australii**) wykazało, że ekspozycje marek, prezentowane przez Roberta Kubicę, pojawiły się w 59 programach tv. Łączną wartością mediową tych ekspozycji oszacowano na ponad 2,5 mln złotych. Tyle musieliby wydać sponsorzy na reklamę konwencjonalną w polskich stacjach, aby uzyskać podobną widownię. Łączna, skumulowana widownia dla marek eksponowanych przez Roberta Kubicę w ciągu 3 zbadanych dni wyniosła 57 mln widzów. Najbardziej medialnymi dyscyplinami marca okazały się piłka nożna, skoki narciarskie oraz siatkówka mężczyzn.

AUSTRALIAN GP - 27-29 MARCA 2009

LP	BRAND	GRP	Liczba kontaktów (tys.)	Wartość Reklamy (zł)	Liczba ekspozycji
1	PETRONAS	851	305 626	993 284	264
2	INTEL	240	86 216	280 203	67
3	BMW	196	70 252	228 320	70
4	BMW SAUBER F1 TEAM	164	59 015	191 800	63
5	T SYSTEMS	156	56 084	182 272	58
6	SYNTIUM	148	53 034	172 359	42
7	FXPRO	138	49 558	161 064	50
8	CERTINA	100	35 731	116 125	57
9	BMW POWER	71	25 377	82 475	24
10	BRIDGESTONE	58	20 978	68 179	13
11	PUMA	25	8 819	28 660	8
12	GO-GP.ORG	19	6 825	22 180	3
13	CREDIT SUISSE	0	91	295	4
		2 165	777 605	2 527 216	723

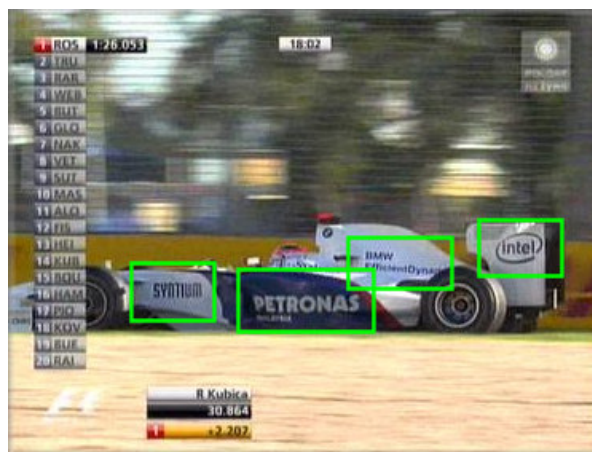
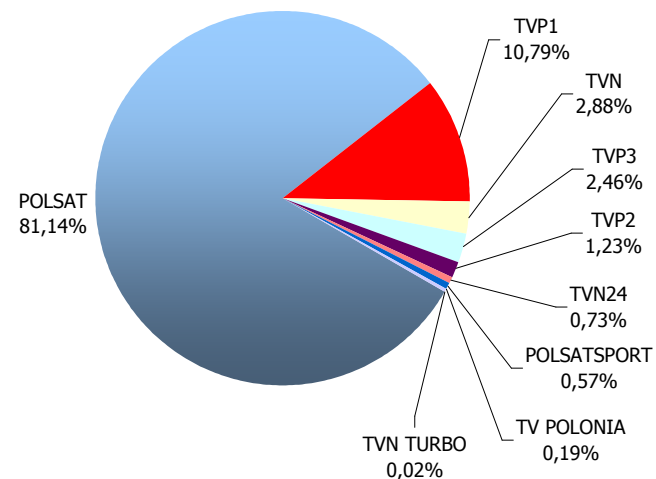




BRAND	Wartość Reklamy (zł)
POLSAT	2 050 604
TVP1	272 627
TVN	72 743
TVP3	62 052
TVP2	31 137
TVN24	18 357
POLSATSPORT	14 416
TV POLONIA	4 692
TVN TURBO	589



WARTOŚĆ MEDIOWA DLA MAREK ROBERTA KUBICY WYGENEROWANA W POSZCZEGÓLNYCH STACJACH

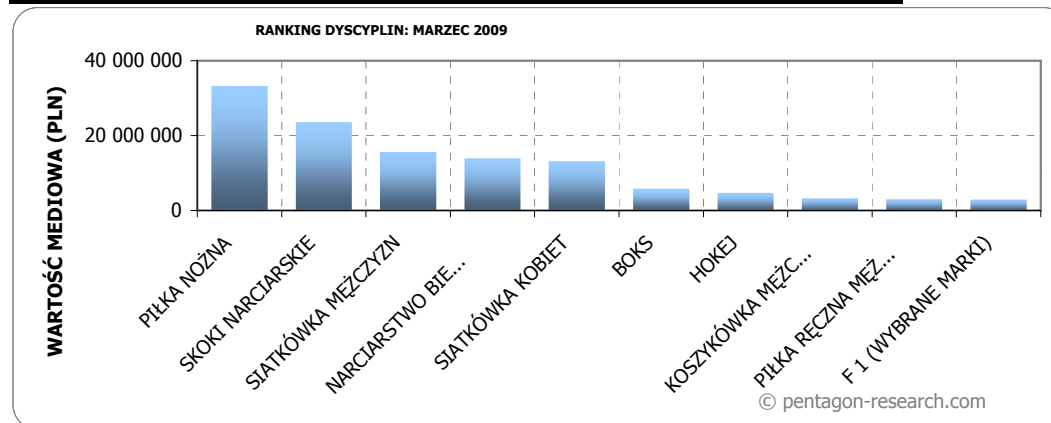


RANKING TOP 10 DYSCYPLIN: MARZEC 2009

DYSCYPLINY - TOP 10 WG ZGROMADZONEJ WARTOŚCI MEDIALNEJ MAREK

PRZYKŁADY EKSPOZYCJI

L.P.	DYSCYPLINA	GRP	Liczba kontaktów (tys.)	Wartość Reklamy (zł)	Liczba ekspozycji
1	PIŁKA NOŻNA	28440	10 223 108	33 225 100	25 519
2	SKOKI NARCIARSKIE	20190	7 255 570	23 580 603	4 566
3	SIATKÓWKA MĘŻCZYZN	13415	4 814 527	15 647 212	30 959
4	NARCIARSTWO BIEGOWE	11949	4 293 764	13 954 733	5 624
5	SIATKÓWKA KOBIEC	11251	4 040 500	13 131 624	29 402
6	BOKS	5012,1	1 800 374	5 851 217	10 262
7	HOKEJ	4007,2	1 437 235	4 671 015	5 501
8	KOSZYKÓWKA MĘŻCZYZN	2812,3	1 009 650	3 281 362	2 783
9	PIŁKA RĘCZNA MĘŻCZYZN	2577,9	924 395	3 004 282	9 438
10	F 1 (WYBRANE MARKI)	2458,7	883 021	2 869 818	1 819



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