

WARTOŚĆ SPONSORINGU W KWIETNIU: 112 MLN ZŁ

WARKA NAJLEPIEJ EKSPONOWANA

UDZIAŁ EKSPOZYCJI SPÓŁEK SKARBU PAŃSTWA OD POCZĄTKU ROKU: 24%

PONAD 1000 WYEKSPONOWANYCH MAREK

SZACOWANA WARTOŚĆ PRZEKAZU REKLAMOWEGO: 112 MLN ZŁ

NAJBARDZIEJ MEDIALNE DYSCYPLINY W KWIETNIU: PIŁKA NOŻNA, SIATKÓWKA, FORMUŁA 1

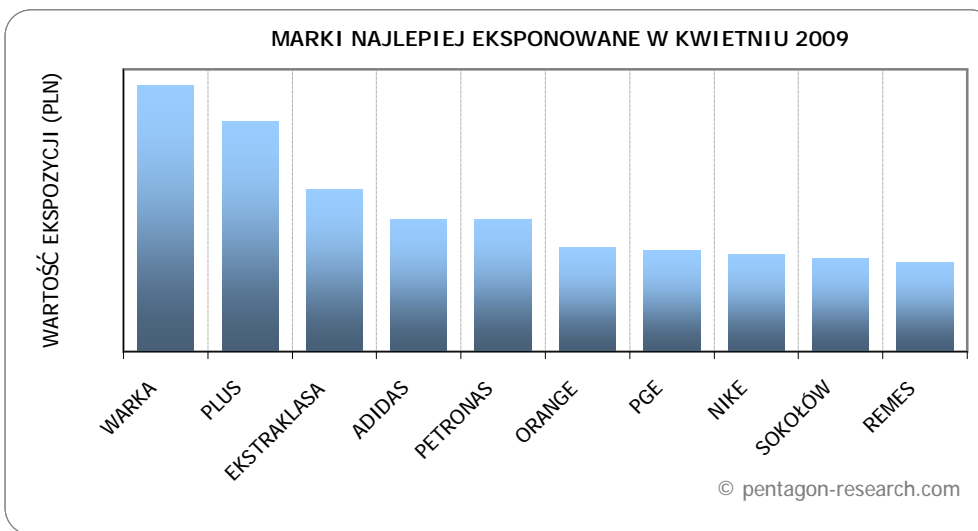
Badanie Pentagon Research przeprowadzone w telewizji pod kątem efektywności sponsoringu sportowego w kwietniu wykazało, że efektywne ekspozycje marek, pojawiły się w 815 programach tv. Łączna, skumulowana widownia dla marek w kwietniu wyniosła 543 mln widzów. Wartość mediową tych ekspozycji oszacowano na ponad 112 mln złotych. Tyle musieliby wydać sponsorzy na reklamę konwencjonalną w polskich stacjach, aby uzyskać taką liczbę kontaktów widza z marką, jaką uzyskano dzięki sponsorowaniu.

Najbardziej medialnymi dyscyplinami kwietnia okazały się piłka nożna, siatkówka oraz formuła 1.

Wartość ekspozycji marek spółek z większościowym udziałem Skarbu Państwa od stycznia do kwietnia wyniosła ponad 70 mln zł.

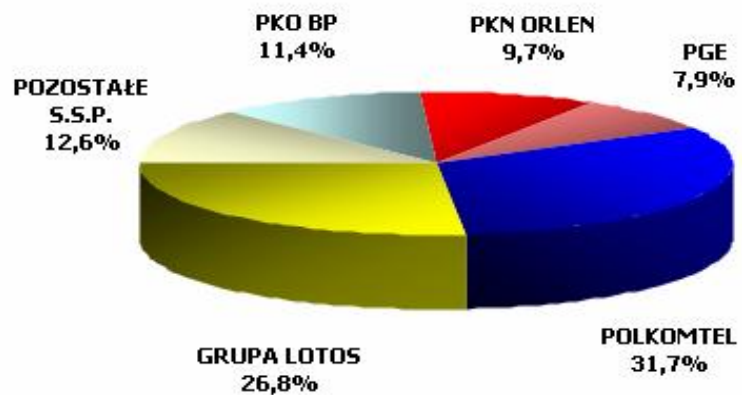
TOP 15 SPONSORÓW WG WARTOŚCI WYEKSPONOWANYCH MAREK

L.P.	BRAND	Liczba ekspozycji
1	WARKA	3 583
2	PLUS	9 173
3	EKSTRAKLASA	1 351
4	ADIDAS	1 099
5	PETRONAS	701
6	ORANGE	323
7	PGE	3 255
8	NIKE	360
9	SOKOŁÓW	309
10	REMES	346
11	LOTOS	2 574
12	BWIN.COM	657
13	FAKRO	1 664
14	MULTIKINO	303
15	PLUS - LIGA	2 867



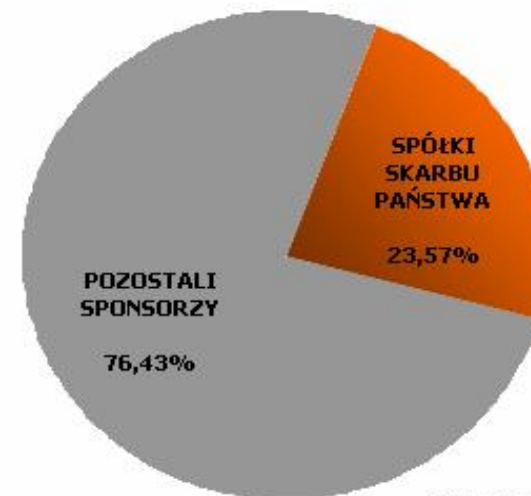
WARTOŚĆ EKSPozyCJI SPÓŁEK Z WIĘKSZOŚCIOWYM UDZIAŁEM SKARBU PAŃSTWA NA TLE POZOSTAŁYCH SPONSORÓW
(Z ZESTAWIENIA TOP 50 MAREK O NAJWIĘKSZEJ WARTOŚCI, STYCZEŃ-KWIECIEŃ 2009)

SPÓŁKI SKARBU PAŃSTWA, JAKO SPONSORZY SPORTU
UDZIAŁY W WARTOŚCI EKSPozyCJI
STYCZEŃ-KWIECIEŃ 2009



© pentagon-research.com

WARTOŚĆ EKSPozyCJI SPONSORSKICH SPÓŁEK SKARBU PAŃSTWA
STYCZEŃ-KWIECIEŃ 2009



© pentagon-research.com

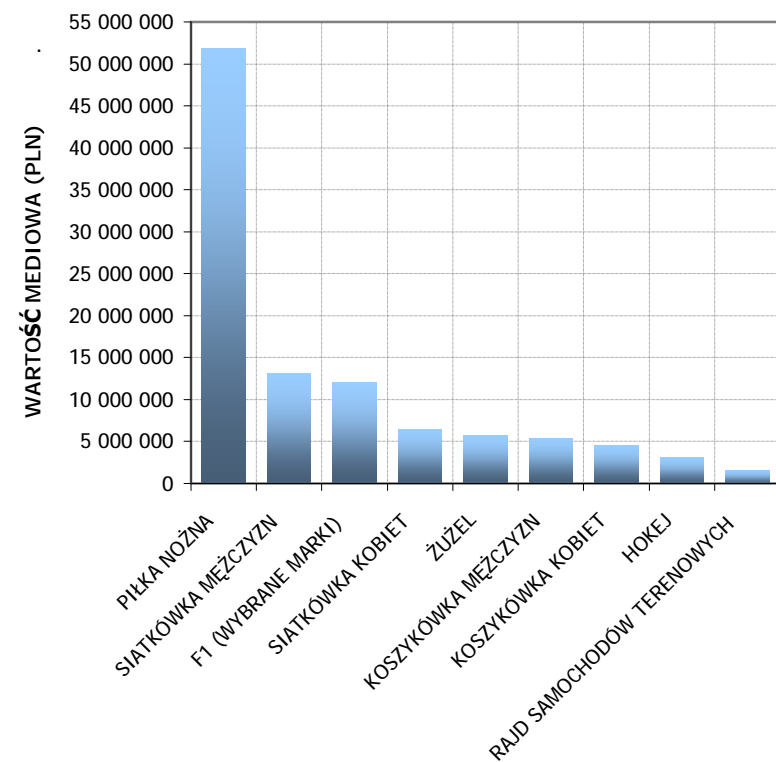
LP	FIRMA	UDZIAŁ W WARTOŚCI PLN
1	POLKOMTEL	31,7%
2	GRUPA LOTOS	26,8%
3	PKO BP	11,4%
4	PKN ORLEN	9,7%
5	PGE	7,9%
6	POZOSTAŁE S.S.P.	12,6%
		100,0%

RANKING TOP 10 DYSCYPLIN: KWIECIEŃ 2009

DYSCYPLINY - TOP 10 WG ZGROMADZONEJ WARTOŚCI MEDIOWEJ MAREK

L.P.	DYSCYPLINA	GRP	Liczba kontaktów (tys.)	Wartość Reklamy (zł)	Liczba ekspozycji
1	PIŁKA NOŻNA	44 385	15 944 684	51 820 222	26 573
2	SIATKÓWKA MĘŻCZYZN	11 249	4 046 937	13 152 547	29 449
3	F1 (WYBRANE MARKI)	10 277	3 693 035	12 002 364	3 805
4	SIATKÓWKA KOBIET	5 555	1 999 006	6 496 770	21 103
5	ŻUŻEL	4 881	1 754 398	5 701 793	6 971
6	KOSZYKÓWKA MĘŻCZYZN	4 632	1 660 681	5 397 212	4 777
7	KOSZYKÓWKA KOBIET	3 864	1 387 730	4 510 123	4 825
8	HOKEJ	2 661	949 977	3 087 425	13 594
9	RAJD SAMOCHODÓW TERENOWYCH	1 327	476 956	1 550 108	378
10	KOLARSTWO GÓRSKIE	1 158	415 497	1 350 364	869

RANKING DYSCYPLIN: KWIECIEŃ 2009



© pentagon-research.com

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 mediowa 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