

Product Placement - 23 mln zł wartości w grudniu

Czas reklamowy, przeznaczony na ekspozycje produktów i marek w telewizjach śniadaniowych, serialach i programach rozrywkowych był wart w grudniu **23 mln zł**. Marki, które eksponowane były najdłużej to **Kucharek** - 66 minut, **Solidarność (słodycze)** - 31 minut, **Sokołów** - 28 minut. Najwięcej czasu lokowaniu produktów poświęcono w stacjach TVN i TVP1, a najmniej w Polsacie. 46% przypadło na produkty żywnościowe, 15% na rozrywkę i kulturę, 12% związane ze sprzedażą. 46% wartości stanowiły ekspozycje w charakterze scenografii, 43% używane przez aktorów lub prowadzących program (aktywne). Ponadto informacja o produktach w postaci logotypów lub napisów pojawiała się pod koniec programów.

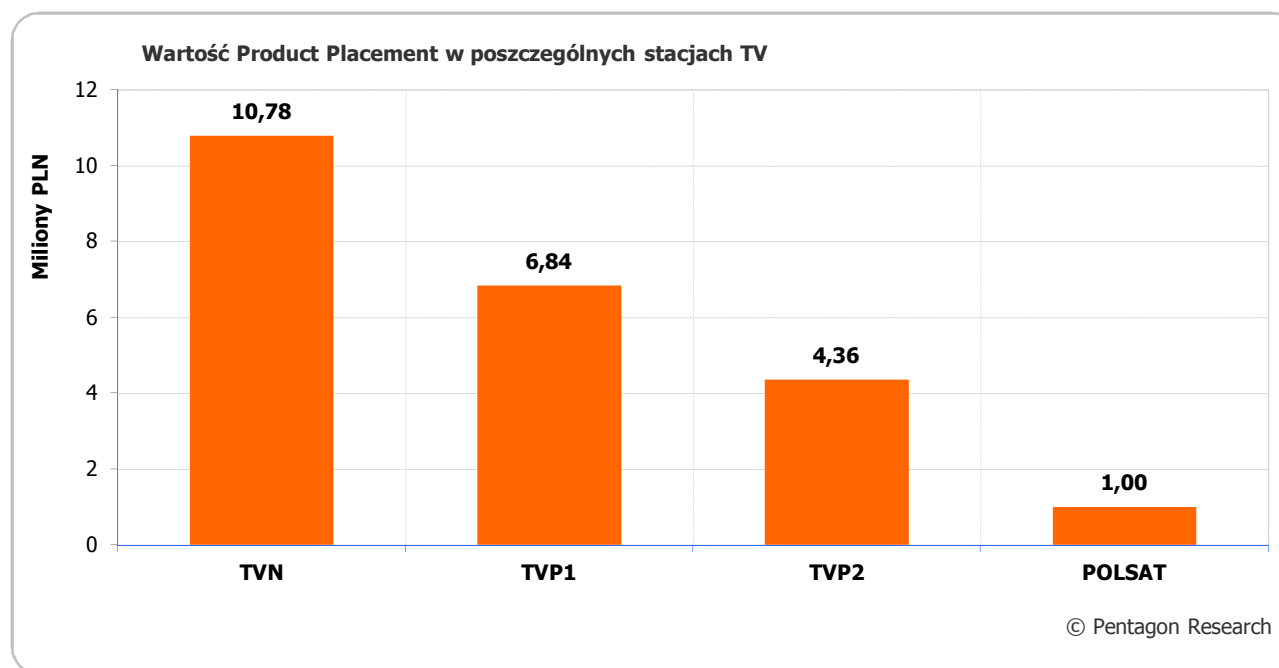
Badanie zostało przeprowadzone przez Pentagon Research w dniach 1-31 grudnia 2012 w pasmie 24h w stacjach **TVP1, TVP2, TVN, POLSAT**. Zbadano emisje premierowe wraz z powtórkami. W tym okresie **zapotowano wystąpienie 319 marek, o łącznej długości na wizji 8,4 godzin**. Ekspozycje pokazane zostały w 66 programach telewizyjnych. Najczęściej marki eksponowane były w pasmie przedpołudniowym (godz. 9-12) oraz popołudniowo - wieczornym (godz. 16-17 i 20).

Przedmiotem monitoringu były wszelkie ekspozycje produktów i marek widoczne na wizji co najmniej przez jedną sekundę i mające cechy przekazu reklamowego. Określona została marka produktu, kontekst użycia, długość ekspozycji na wizji, program, w którym produkt został wyeksponowany oraz wyliczona została wartość mediowa przekazu. Badanie ma charakter ciągły.



Product placement w programach telewizyjnych - wartość według stacji

Lp.	Stacja	Liczba minut na wizji	Wartość ekspozycji (zł)	Udział	Liczba ekspozycji
1	TVN	188	10 783 275	46,92%	2 104
2	TVP1	150	6 837 734	29,75%	1 371
3	TVP2	146	4 360 370	18,97%	1 862
4	POLSAT	20	999 861	4,35%	250
ŁĄCZNIE		504	22 981 240	100,00%	5 587



Product placement w programach telewizyjnych - wartość według branż

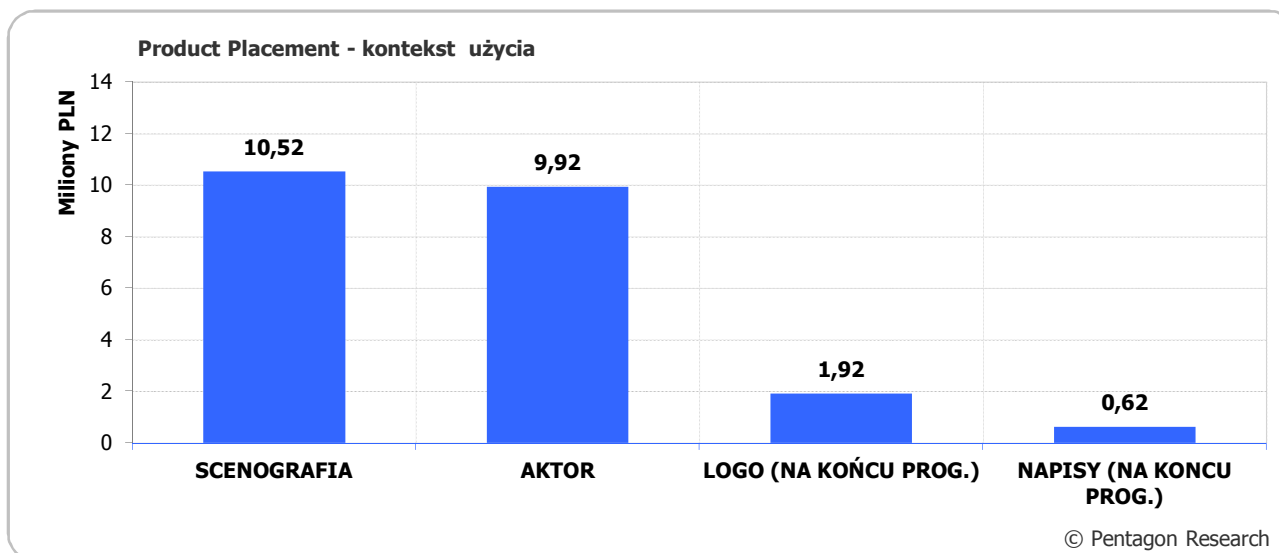
OKRES BADAWCZY: GRUDZIEŃ 2012

Lp.	Sektor	Liczba sekund na wizji	Wartość ekspozycji (zł)	Udział	Liczba ekspozycji
1	ZYWNOSC	13 867	10 670 712	46,43%	2 167
2	ROZRYWKA KULTURA	4 602	3 372 710	14,68%	848
3	SPRZEDAZ	2 141	2 843 549	12,37%	623
4	WYPOSAZENIE DOMU I BIURA	2 236	1 511 767	6,58%	627
5	MOTORYZACJA TRANSPORT	1 343	1 265 031	5,50%	241
6	ODZIEZ OBUWIE	1 624	1 236 461	5,38%	269
7	MARKETING	1 957	633 204	2,76%	265
8	SRODKI OSOBISTEJ PIELEGNACJI CIAŁA	180	460 839	2,01%	67
9	TELEKOMUNIKACJA	554	365 606	1,59%	96
10	USLUGI	677	360 719	1,57%	109
11	BUDOWNICTWO	590	55 712	0,24%	174
12	PRODUKTY DLA DZIECI	80	52 582	0,23%	20
13	FINANSE	58	50 071	0,22%	9
14	PRODUKTY ZDROWOTNE LEKI	103	46 450	0,20%	20
15	ROLNICTWO OGRODNICTWO	44	43 106	0,19%	10
17	DOMOWE SRODKI CZYSTOSCI	177	12 723	0,06%	42
ŁĄCZNIE		30 233	22 981 240	100,00%	5 587

Product placement w programach telewizyjnych - wartość według nośników

OKRES BADAWCZY: GRUDZIEŃ 2012

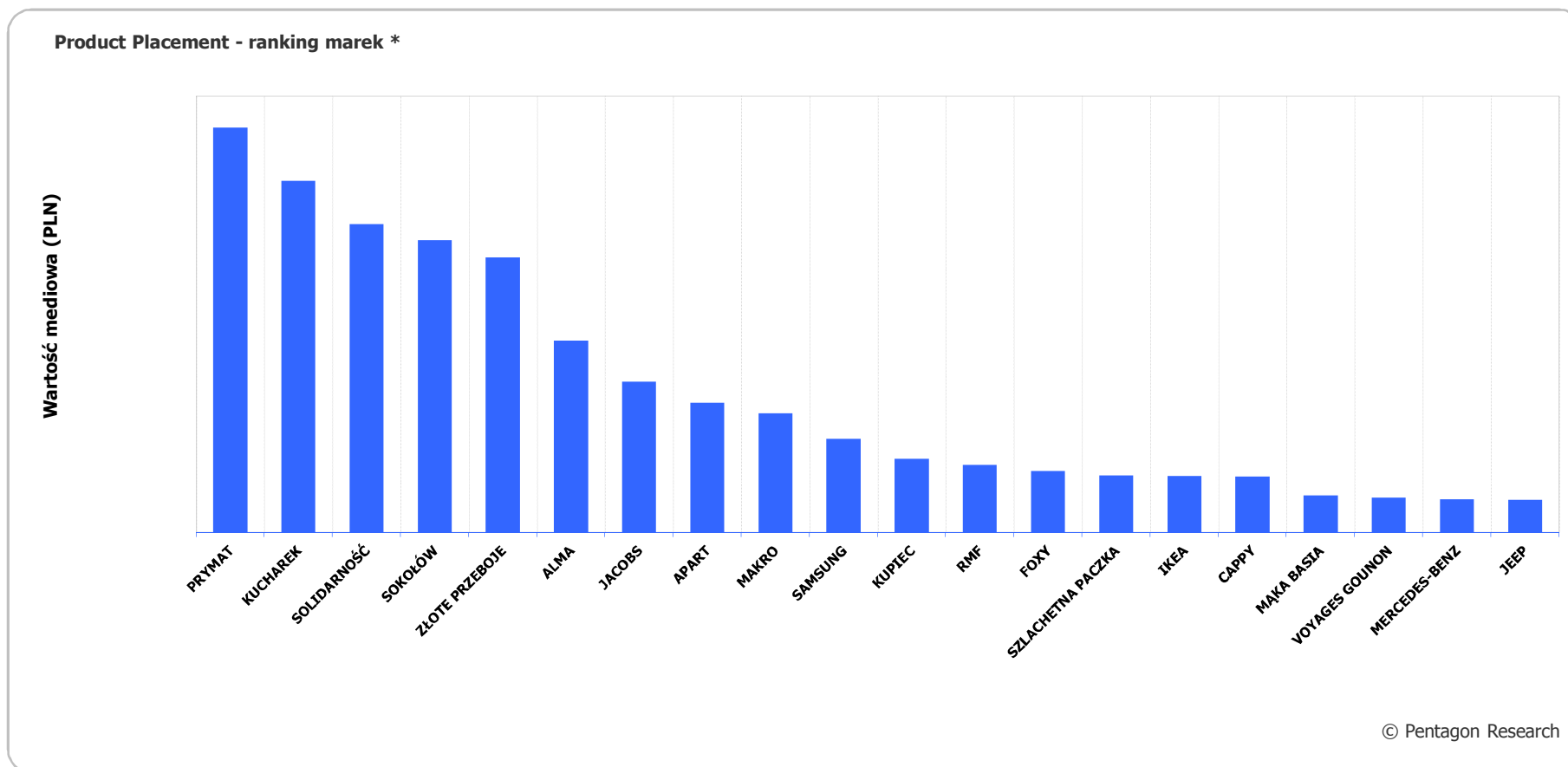
Lp.	Nośnik	Liczba sekund na wizji	Wartość ekspozycji (zł)	Udział	Liczba ekspozycji
1	SCENOGRAFIA	248	10 523 285	45,79%	2 393
2	AKTOR	185	9 922 819	43,18%	2 024
3	LOGO (NA KOŃCU PROG.)	39	1 916 866	8,34%	571
4	NAPISY (NA KONCU PROG.)	32	618 271	2,69%	599
ŁĄCZNIE		504	22 981 240	100,00%	5 587



Product placement - ranking marek

OKRES BADAWCZY: GRUDZIEŃ 2012

TOP 20 MAREK EKSPONOWANYCH W PROGRAMACH TV. KOLEJNOŚĆ WEDŁUG WARTOŚCI EKSPOZYCJI



* Pełny raport: pentagon@pentagon-research.com

Product placement - dobowa dystrybucja ekspozycji

OKRES BADAWCZY: GRUDZIEŃ 2012

