



# Iluminacje świąteczne

---

raport medialny | grudzień 2018

## WSTĘP

Opracowanie przygotowane przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów we współpracy z agencją Hetman PR & Media Relations, dotyczy obecności w obszarze medialnym publikacji na temat **iluminacji świątecznych** w miastach wojewódzkich w okresie od 1 do 31 grudnia 2018 roku. Miasta objęte analizą: **Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Gorzów Wlkp., Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Warszawa, Wrocław, Zielona Góra.**

Kryterium wyszukiwania stanowiła fraza „iluminacja” plus nazwa miasta – we wszystkich odmianach.

W sumie, analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln źródeł internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych. Zgromadzony materiał przeanalizowano za pomocą technik służących badaniu efektywności działań PR.

# METODOLOGIA BADANIA

Analiza została przeprowadzona z użyciem sprawdzonych technik służących badaniu efektywności działań PR. Poniżej znajduje się szczegółowy opis zastosowanych metod, a także terminologii użytej w opracowaniu.

## RODZAJ MEDIUM

Analiza dotyczy materiałów pochodzących z monitoringu prasy, internetu oraz stacji radiowych i telewizyjnych. Dane zebrano z ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

## ZASIĘG PUBLIKACJI

Zasięg publikacji jest miarą określającą **liczbę potencjalnych kontaktów odbiorców z przekazem medialnym**. Odnosi się do całości tytułu prasowego, portalu internetowego i stacji RTV. Jest oparty na danych o nakładzie tytułu prasowego, oglądalności/słuchalności mediów RTV, średniej miesięcznej liczbie unikalnych użytkowników portalu internetowego, a w przypadku social media – na liczbie followerów danego kanału/profilu.

## DOTARCIE PUBLIKACJI

Zasięg publikacji jest miarą określającą **liczbę realnych kontaktów odbiorców z przekazem medialnym**. Dotarcie jest przypisane do konkretnej publikacji. Różni się od Zasięgu wprowadzeniem zmiennych odnoszących się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.

## PROFIL MEDIUM

Ze względu na zakres tematyczny zgromadzone źródła informacji medialnych podzielono na pięć profili:

**Media specjalistyczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne podejmujące tematy związane z wybraną dziedziną. Mediami specjalistycznymi są: „Personel i Zarządzanie”, [www.budownictwo.pl](http://www.budownictwo.pl), TVP Kultura itp.

**Media regionalne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne prowadzące swoją działalność na określonym terenie i skierowane do społeczności lokalnych. Zwykle są to media ogólnoinformacyjne związane z konkretnym województwem. Mediami regionalnymi są: „Nowości”, [www.lodz.naszemiasto.pl](http://www.lodz.naszemiasto.pl), TVP Poznań itp.

**Media ekonomiczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne zajmujące się tematyką związaną z finansami, ekonomią i biznesem. Mediami ekonomicznymi są: „Parkiet”, [www.money.pl](http://www.money.pl), Polsat Biznes itp.

**Media ogólnoinformacyjne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne o zasięgu ogólnopolskim, publikujące najważniejsze wiadomości z różnych dziedzin. Mediami ogólnoinformacyjnymi są: „Rzeczpospolita”, [www.wp.pl](http://www.wp.pl), Program III Polskiego Radia itp.

**Społecznościowe** – posty, blogi, komentarze w mediach społecznościowych mające charakter dyskusji.

## AVE

**Ekwiwalent reklamowy** (ang. Advertising Value Equivalent, skrt. AVE) – to wycena danego przekazu określana w pieniądzu (w złotych). Polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odsłon, liczby unikatowych użytkowników, czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą. **W wycenie zweryfikowanej** szacowane są jedynie fragmenty związane z analizowanym podmiotem.

Techniki liczenia ekwiwalentu reklamowego w różnych mediach:

**Ekwiwalent reklamowy w prasie** to suma, jaką należałoby zapłacić za wykupienie powierzchni reklamowej, którą zajęły wszystkie zgromadzone materiały medialne. Szacunki są dokonywane z uwzględnieniem rodzaju medium (prasa ogólnopolska, specjalistyczna, ekonomiczna itp.), aktualnego cennika reklamowego każdego źródła oraz zsumowanej powierzchni wszystkich publikacji prasowych.

**Ekwiwalent reklamowy w radiu i telewizji** to suma, jaką należałoby zapłacić za wykupienie czasu reklamowego, który zajęłyby wszystkie zgromadzone materiały medialne. Szacunki są dokonywane z uwzględnieniem rodzaju medium (stacja ogólnopolska, specjalistyczna, ekonomiczna itp.), aktualnego cennika reklamowego każdego źródła oraz zsumowanego czasu wszystkich materiałów medialnych.

**Ekwiwalent reklamowy w internecie** to suma, jaką należałoby zapłacić za reklamę we wszystkich zgromadzonych źródłach. Podstawę dla wartości AVE materiałów internetowych stanowią artykuły sponsorowane (najbardziej zbliżone do form redakcyjnych).

## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – WARSZAWA

**9 616**

Ogólna liczba publikacji

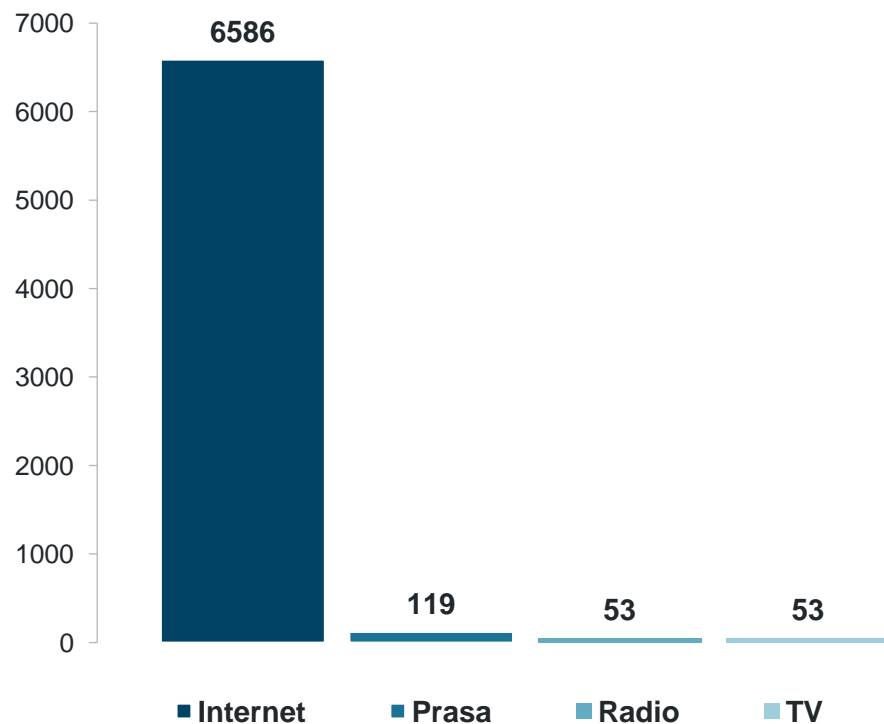
**22,91 mln**

Dotarcie

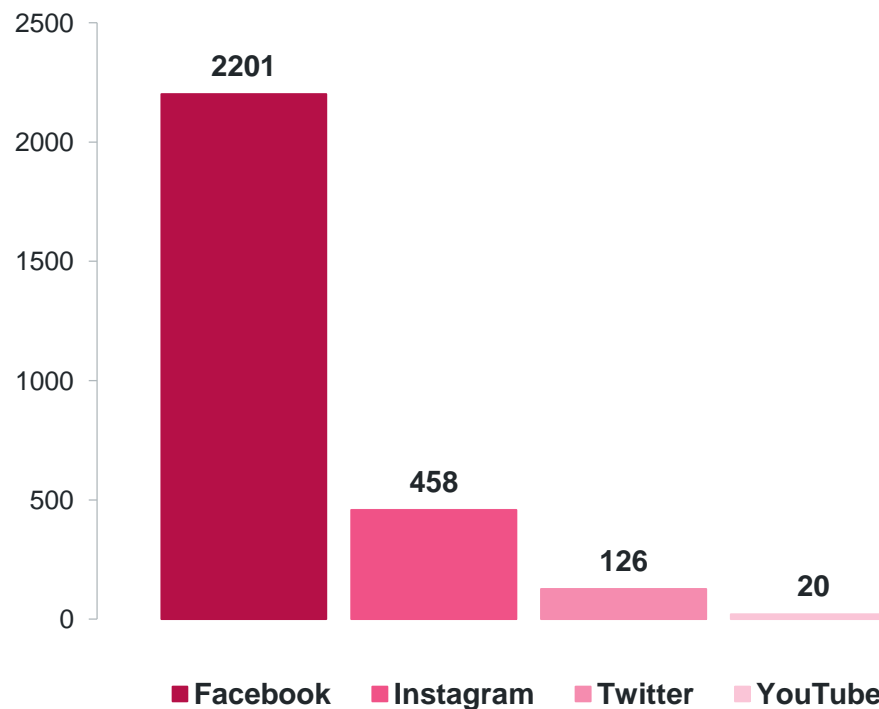
**11,66 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE - GDAŃSK

**6 302**

Ogólna liczba publikacji

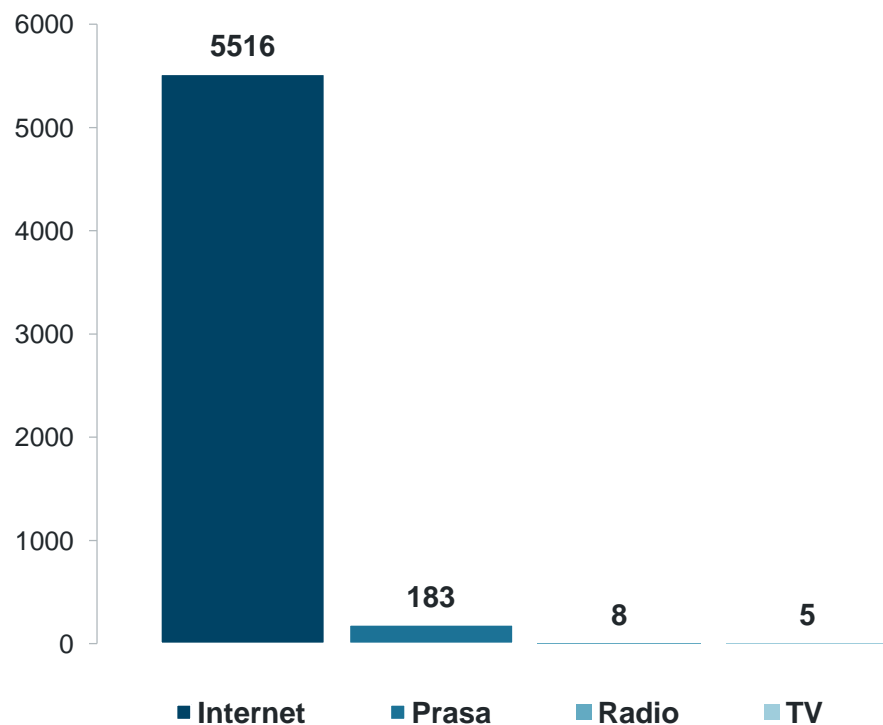
**6,49 mln**

Dotarcie

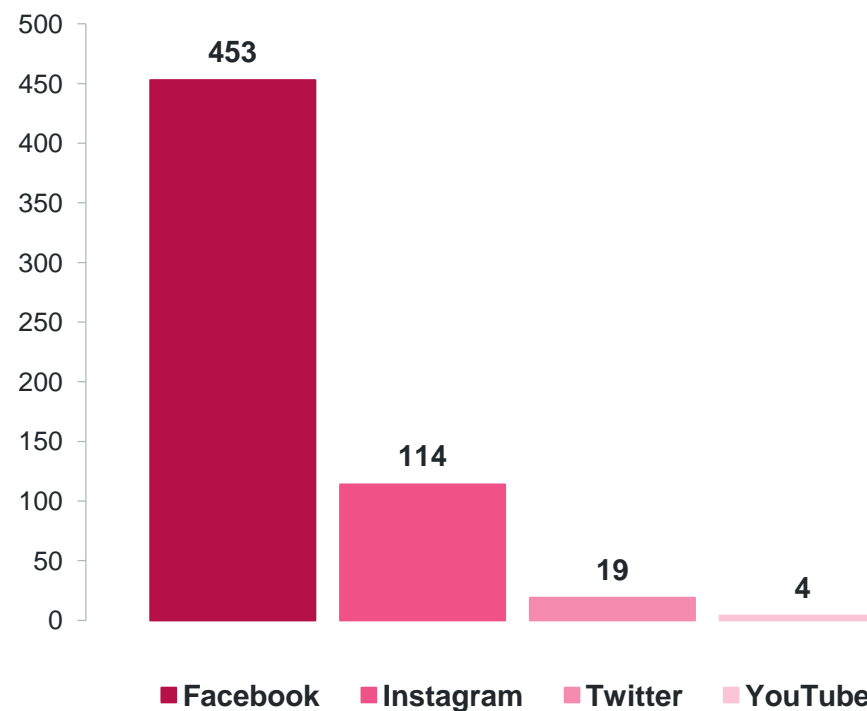
**6,66 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – KRAKÓW

**3 766**

Ogólna liczba publikacji

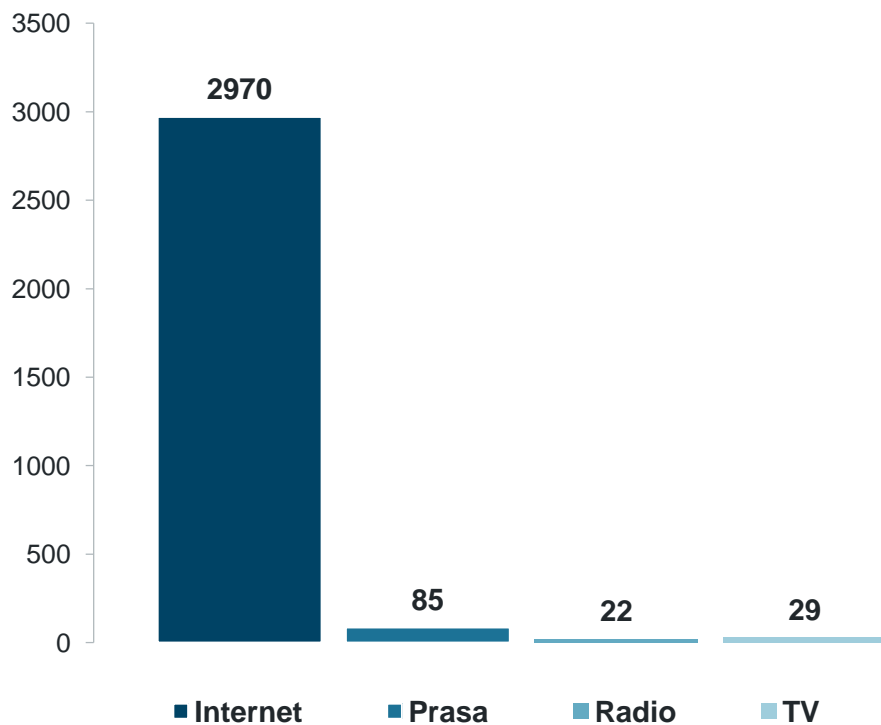
**15,18 mln**

Dotarcie

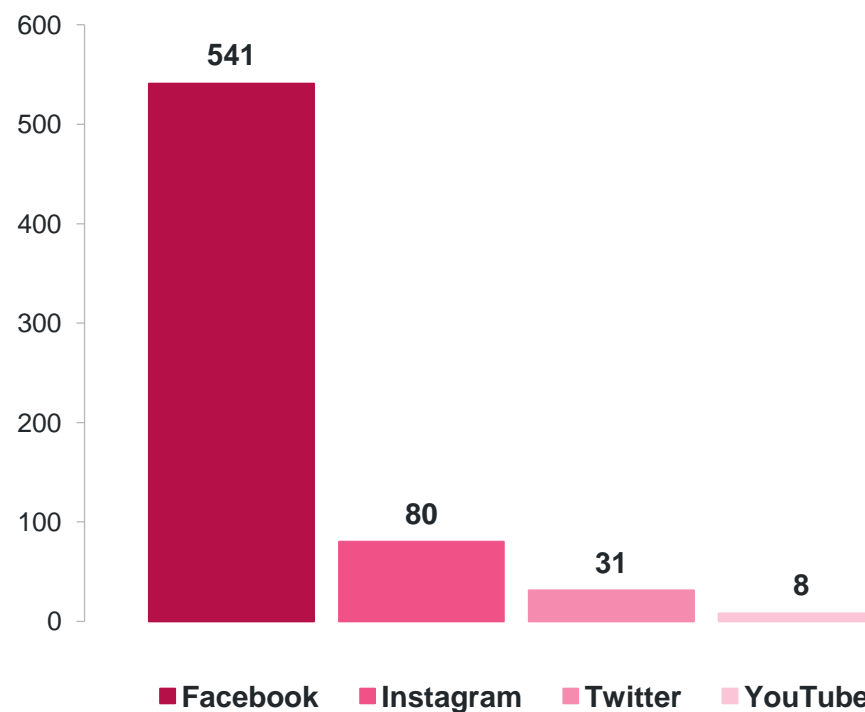
**5,95 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – SZCZECIN

**3 629**

Ogólna liczba publikacji

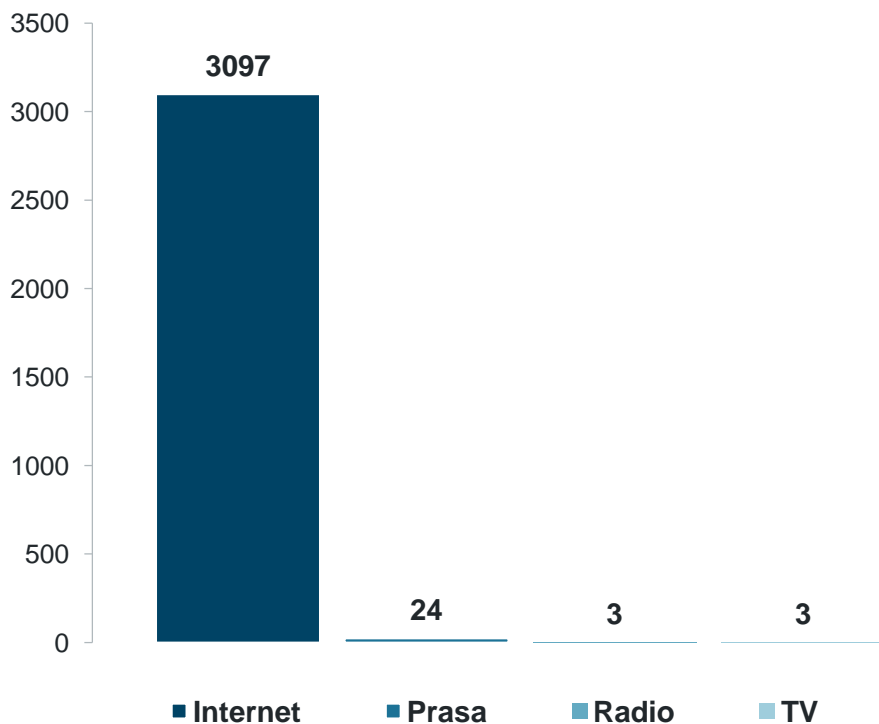
**2,14 mln**

Dotarcie

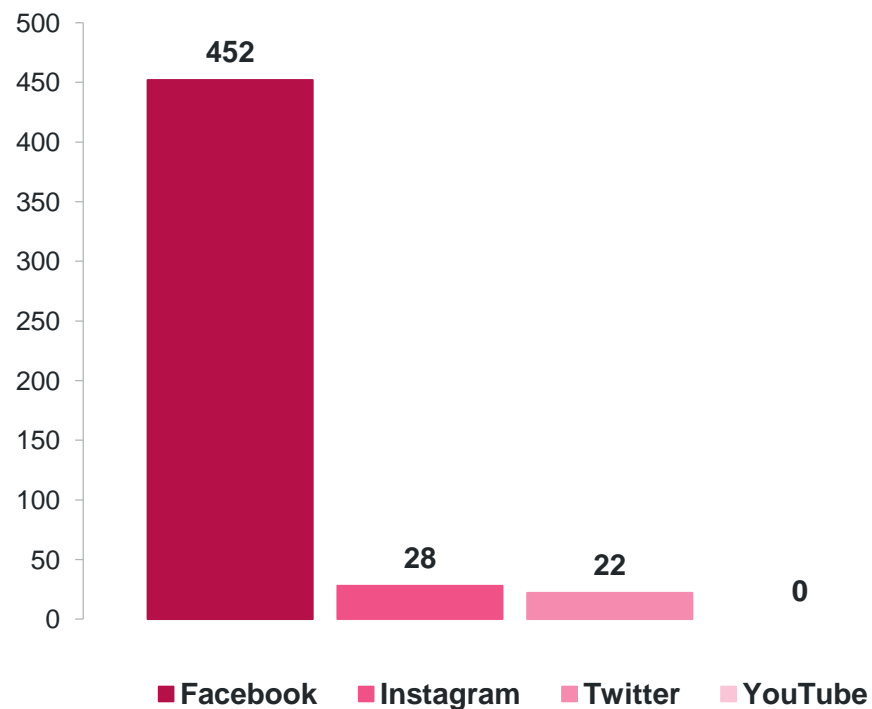
**1,92 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – KATOWICE

**2 814**

Ogólna liczba publikacji

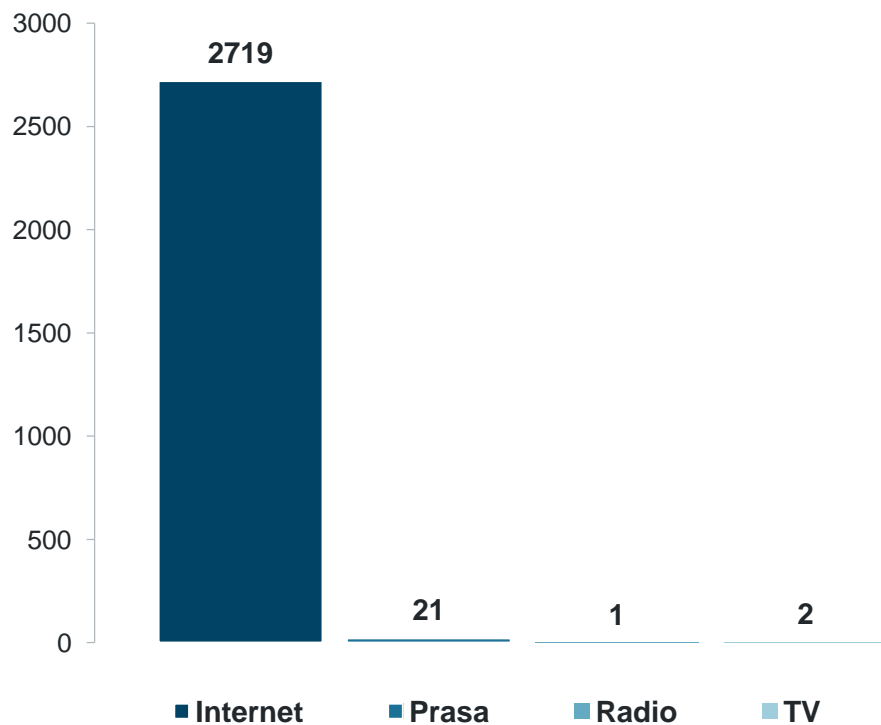
**1,78 mln**

Dotarcie

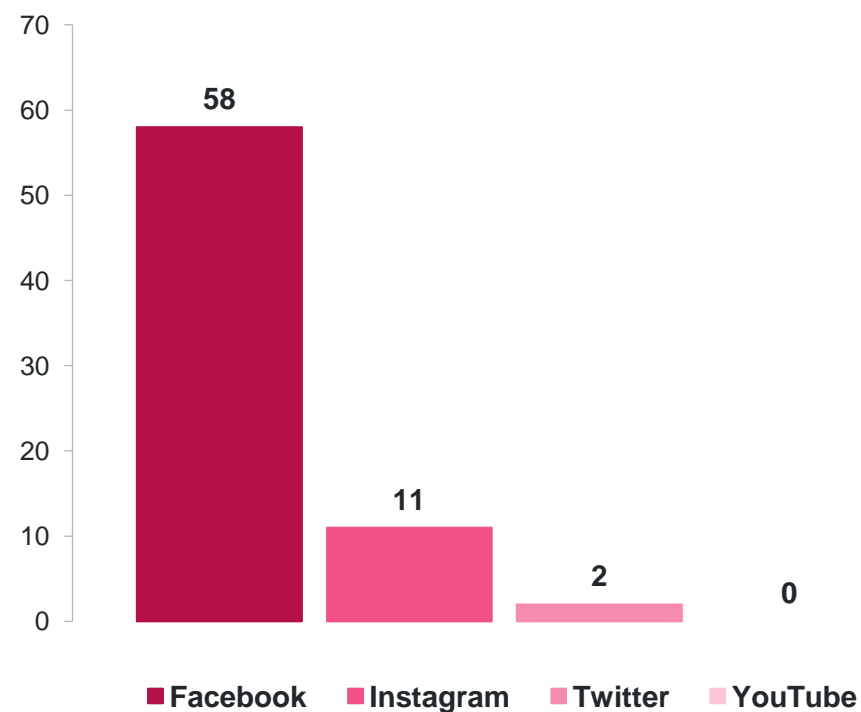
**1,97 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media





## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – POZNAŃ

**1 951**

Ogólna liczba publikacji

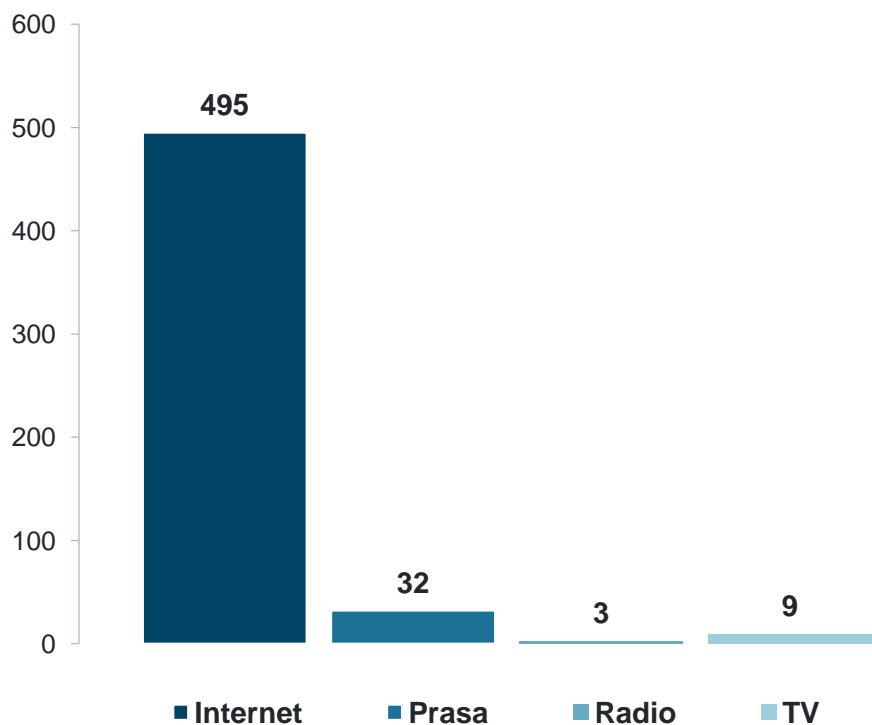
**3,21 mln**

Dotarcie

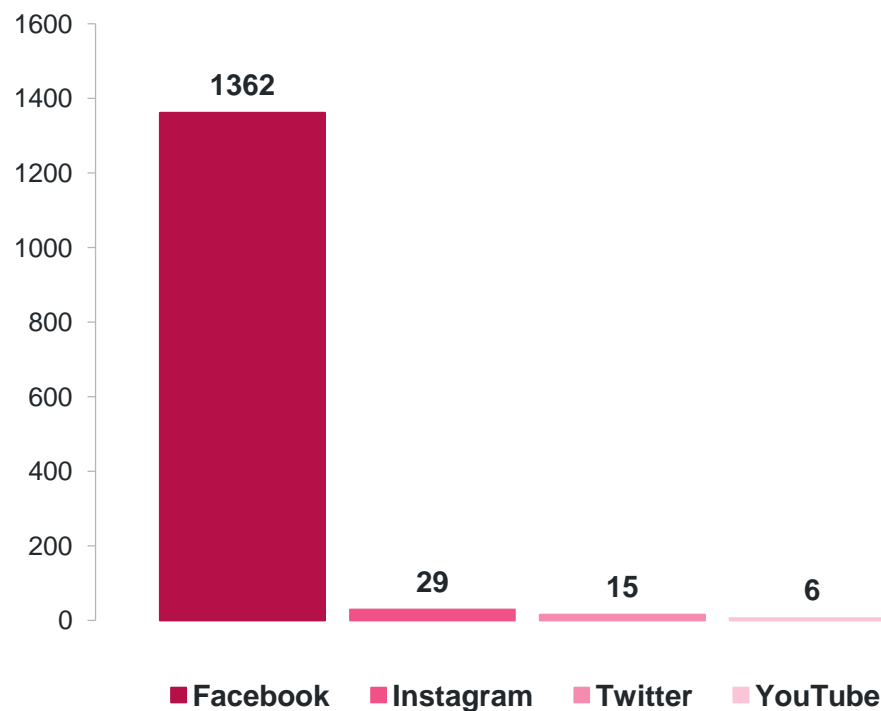
**3,93 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – LUBLIN

**1 683**

Ogólna liczba publikacji

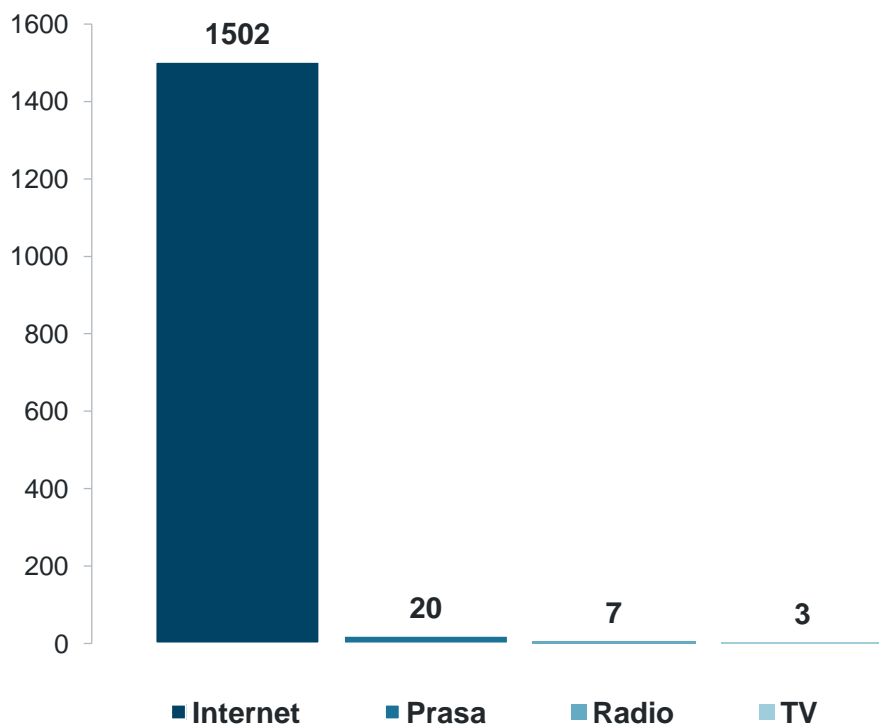
**1,71 mln**

Dotarcie

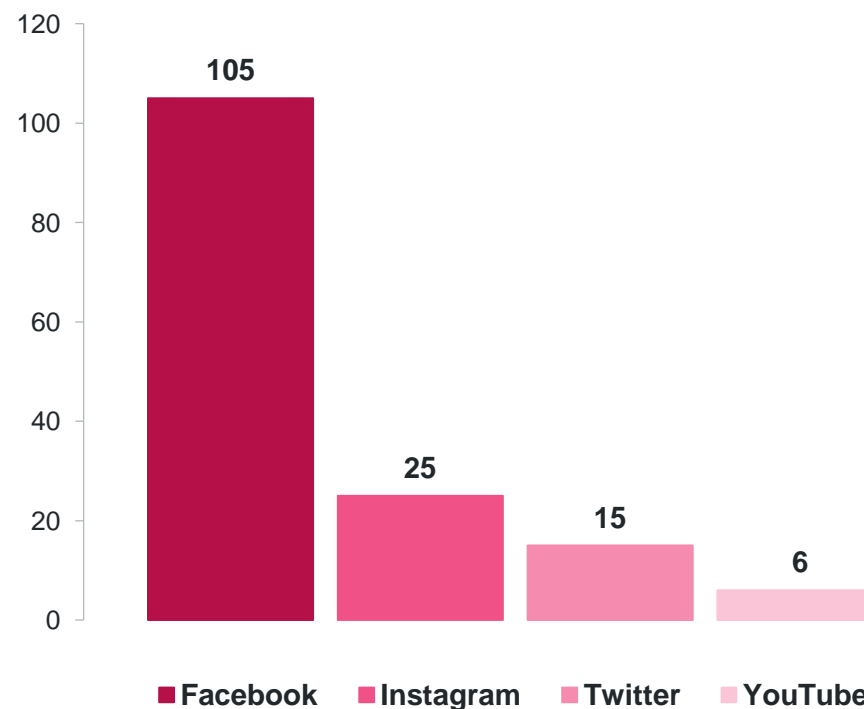
**1,56 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – ŁÓDŹ

**1 177**

Ogólna liczba publikacji

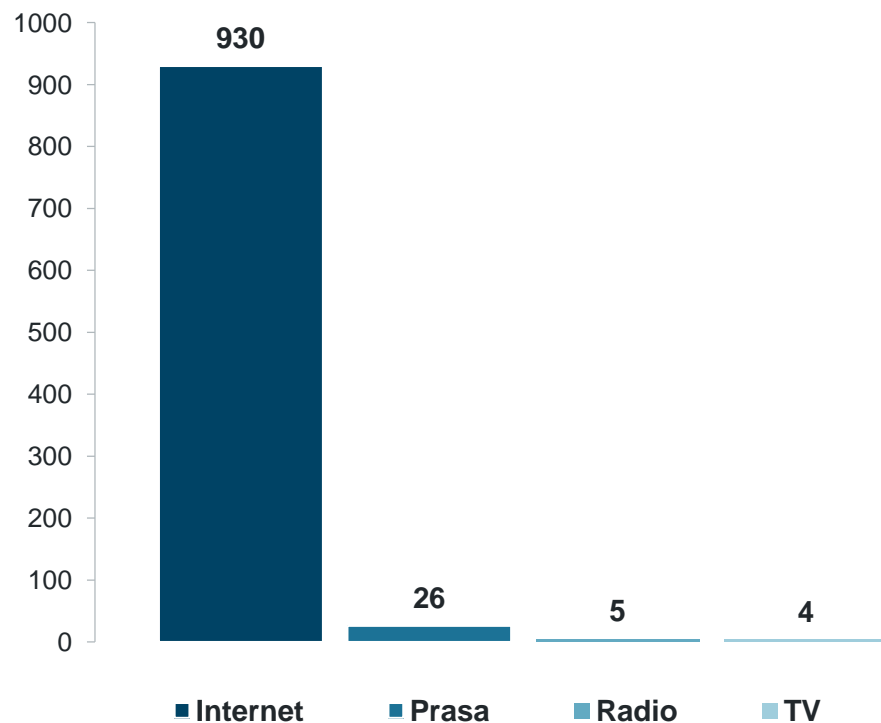
**2,29 mln**

Dotarcie

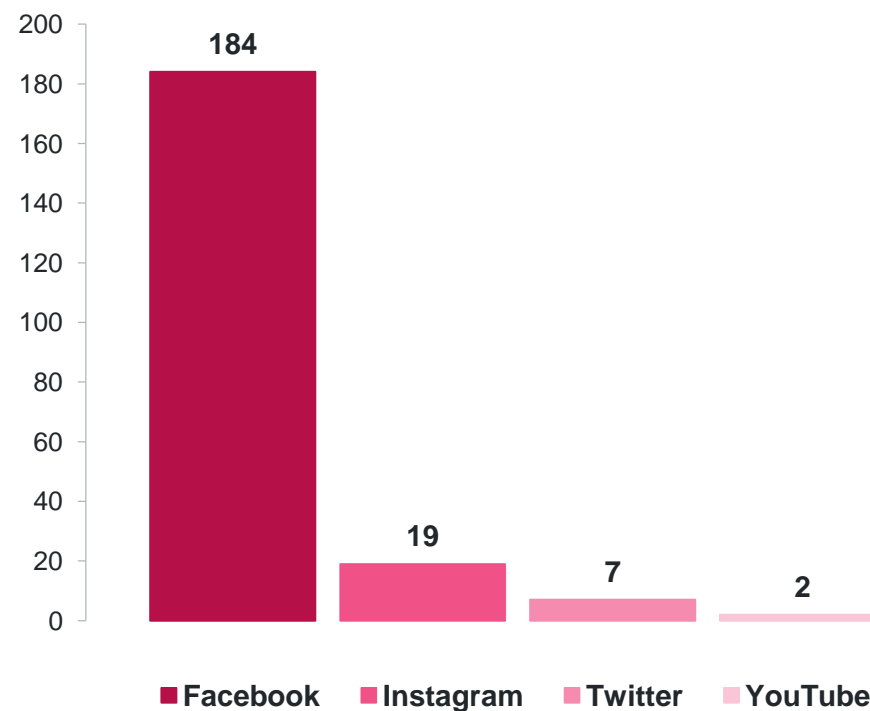
**1,43 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – OPOLE

**1 110**

Ogólna liczba publikacji

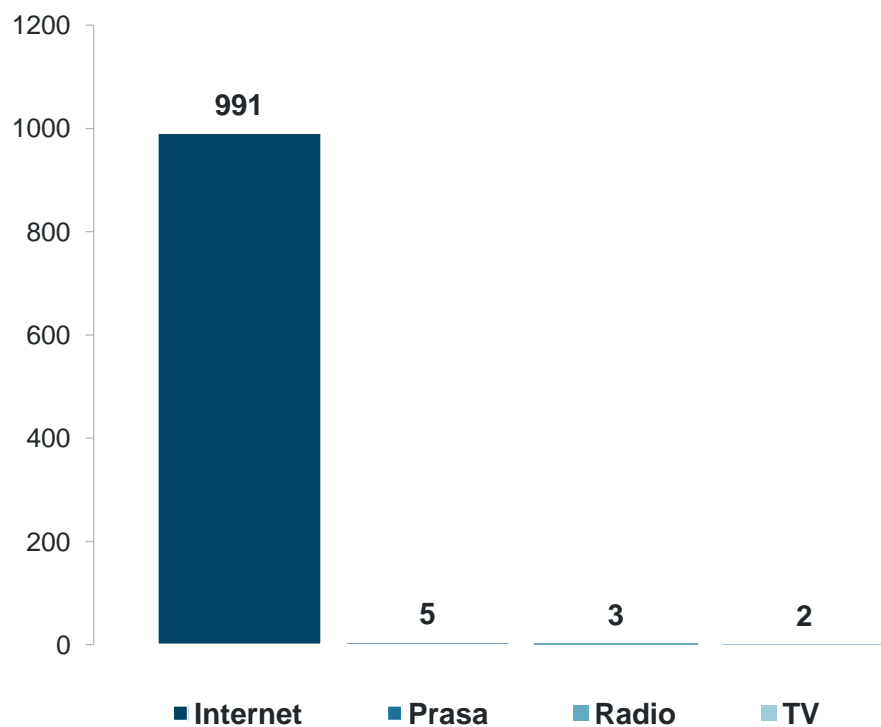
**798 700**

Dotarcie

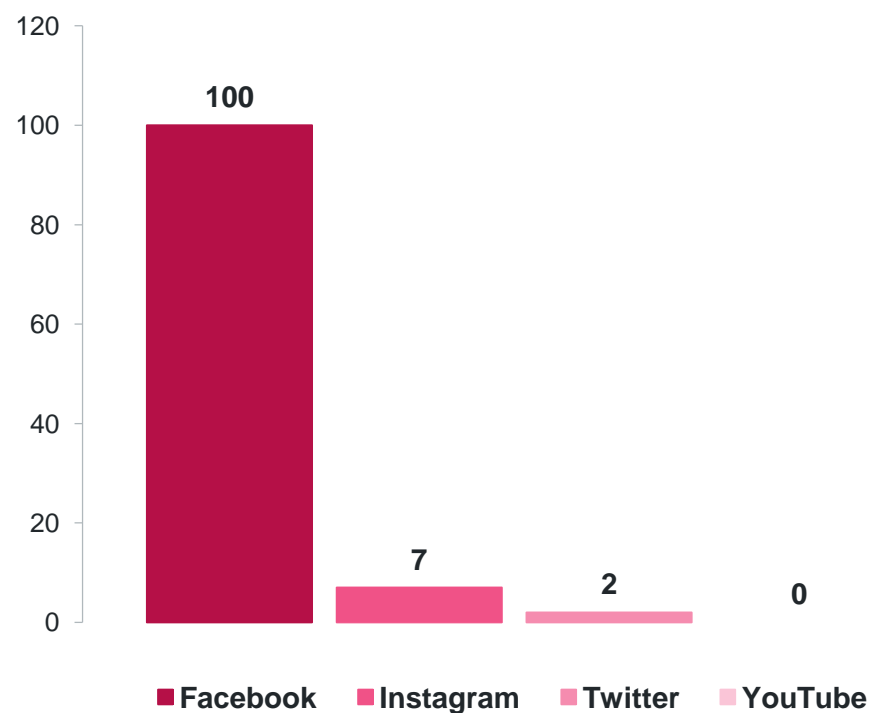
**865 494 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – WROCŁAW

**1 082**

Ogólna liczba publikacji

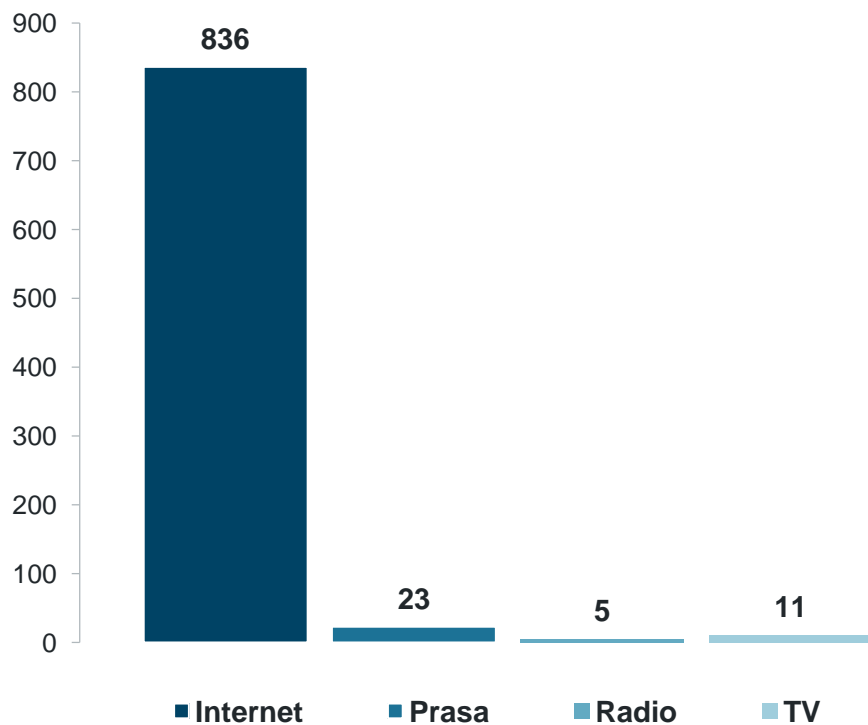
**4,88 mln**

Dotarcie

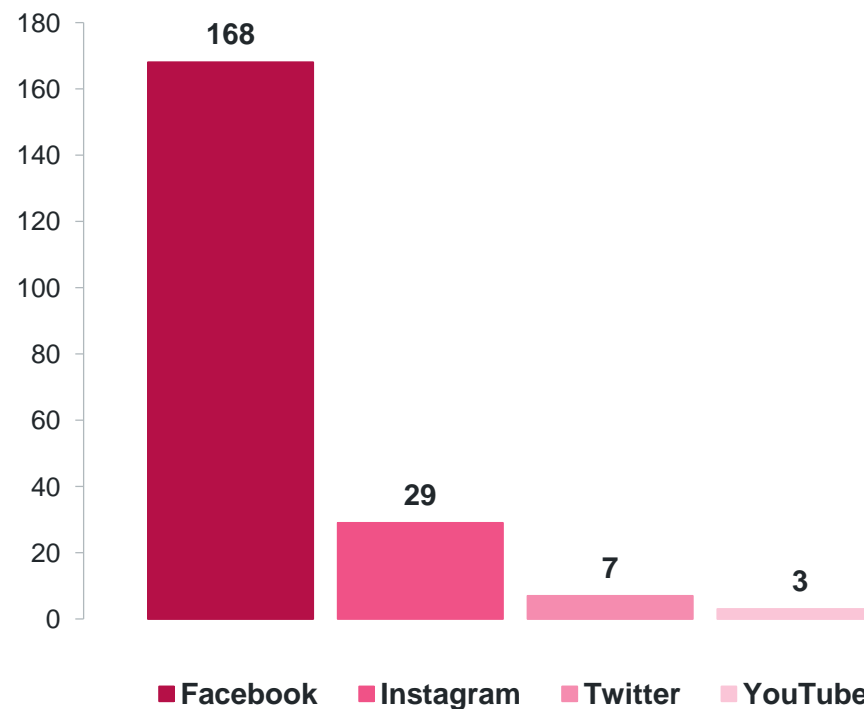
**1,41 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – ZIELONA GÓRA

**978**

Ogólna liczba publikacji

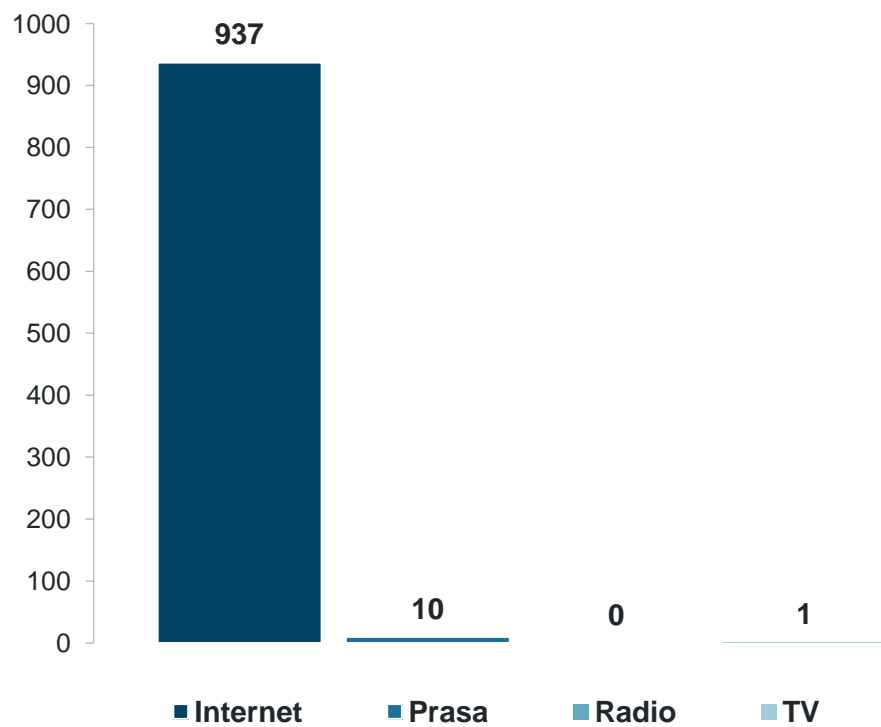
**715 370**

Dotarcie

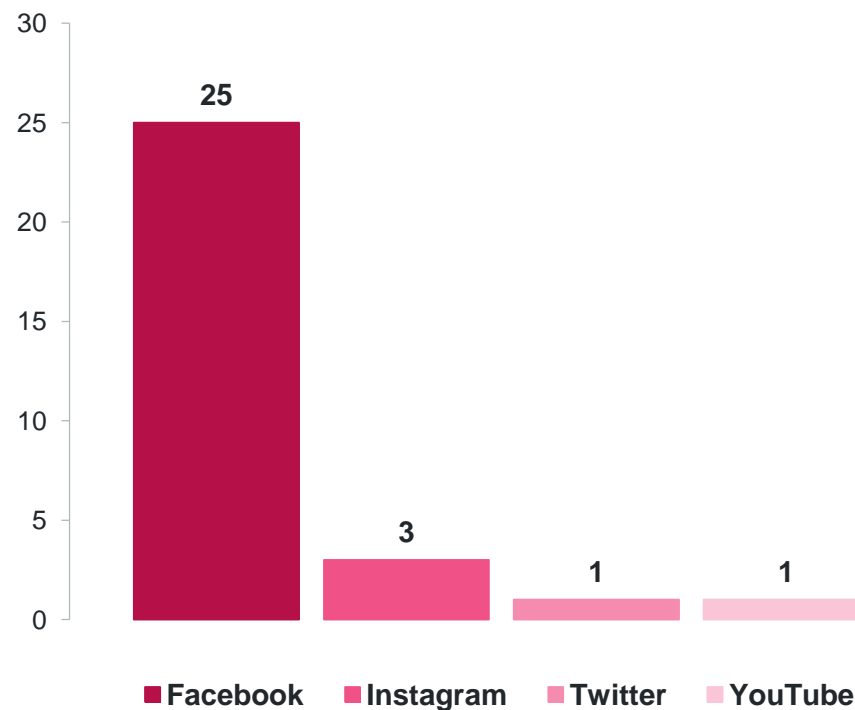
**510 464 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE - BYDGOSZCZ

**827**

Ogólna liczba publikacji

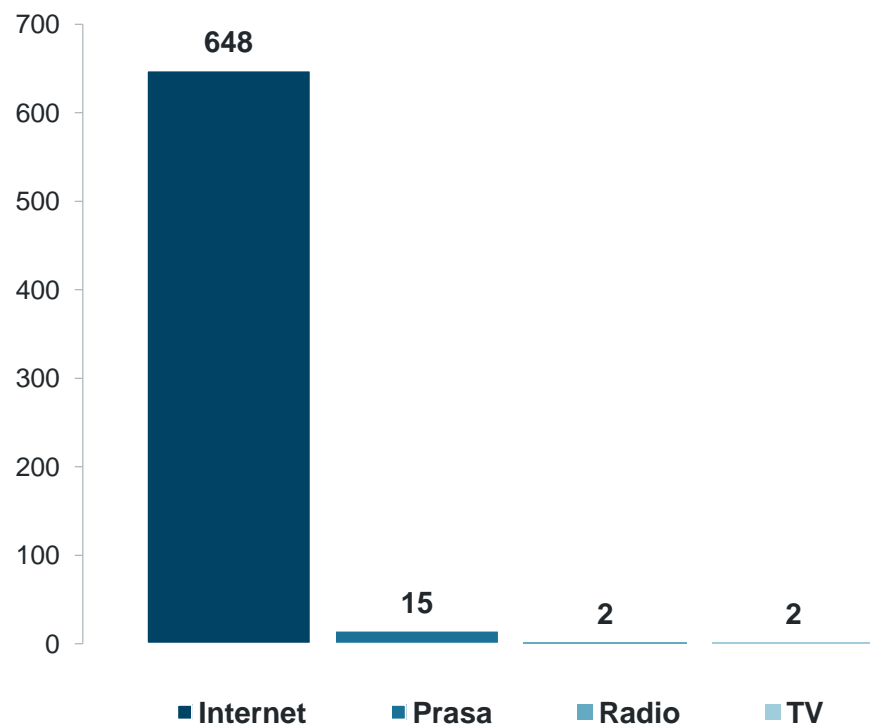
**1,14 mln**

Dotarcie

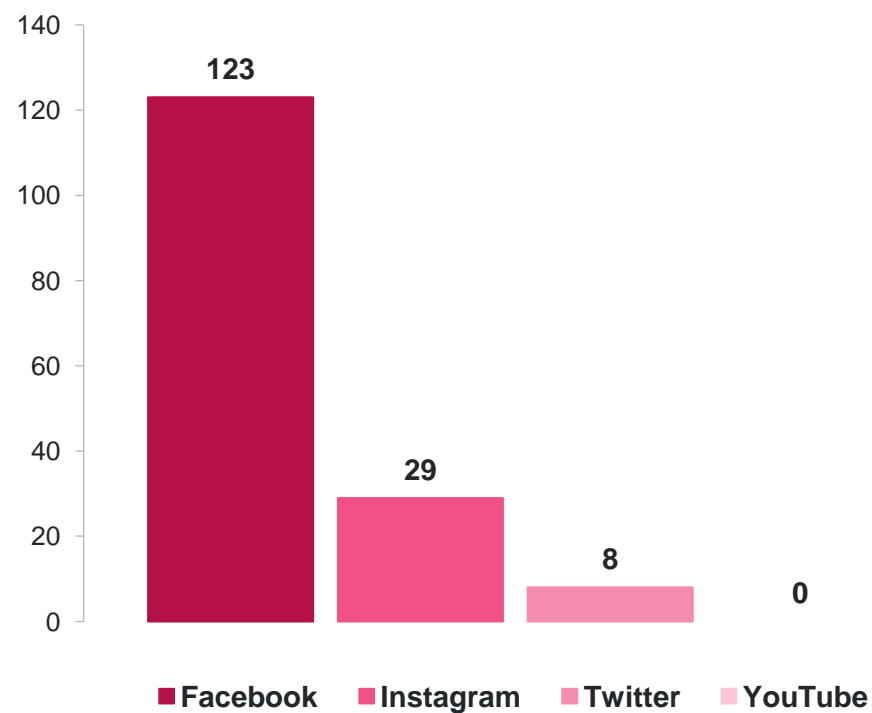
**650 tys. zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – TORUŃ

**734**

Ogólna liczba publikacji

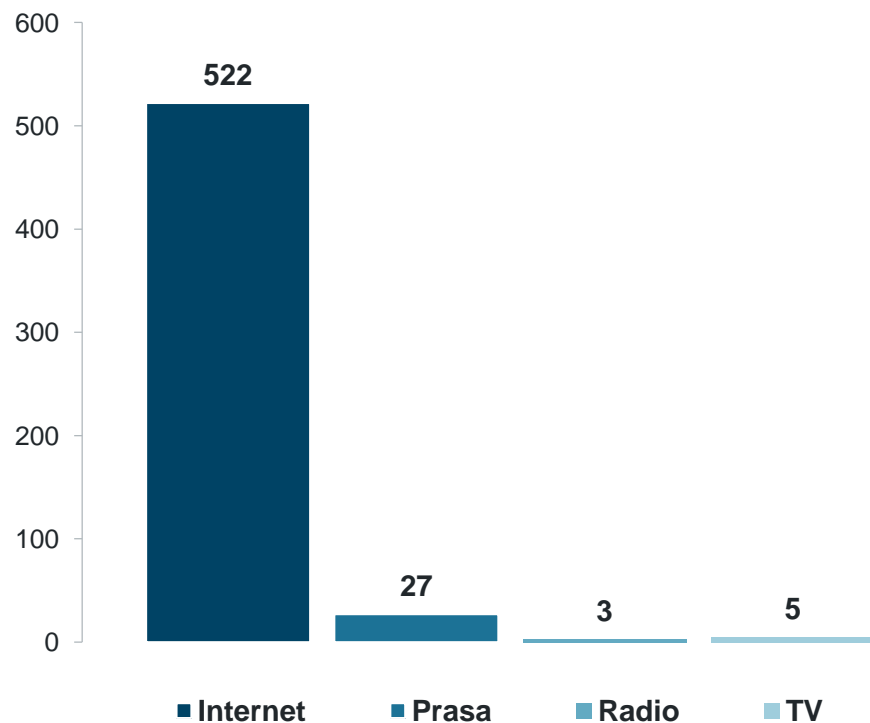
**3,50 mln**

Dotarcie

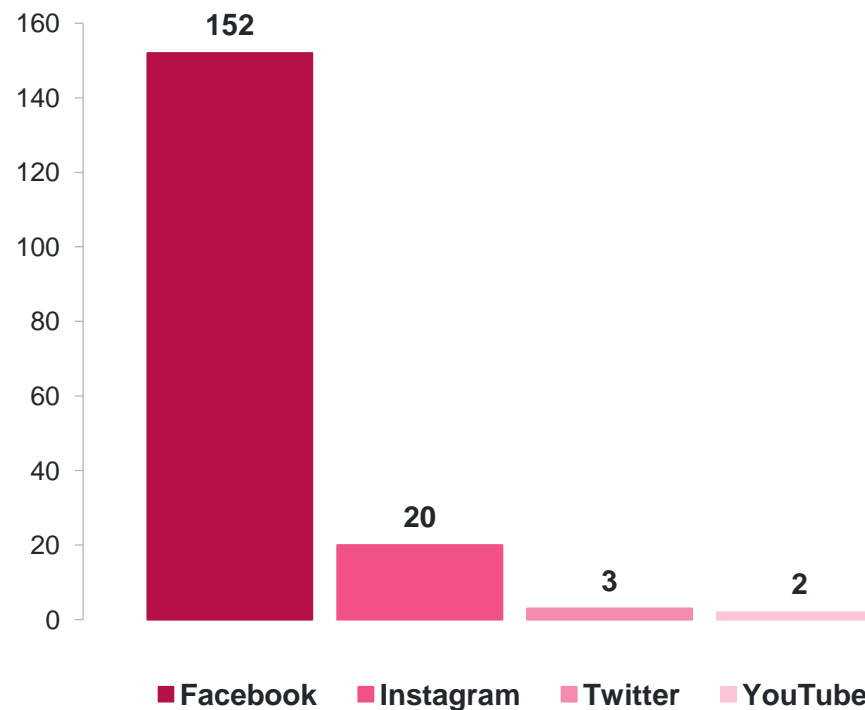
**914 140 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media





## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – KIELCE

**699**

Ogólna liczba publikacji

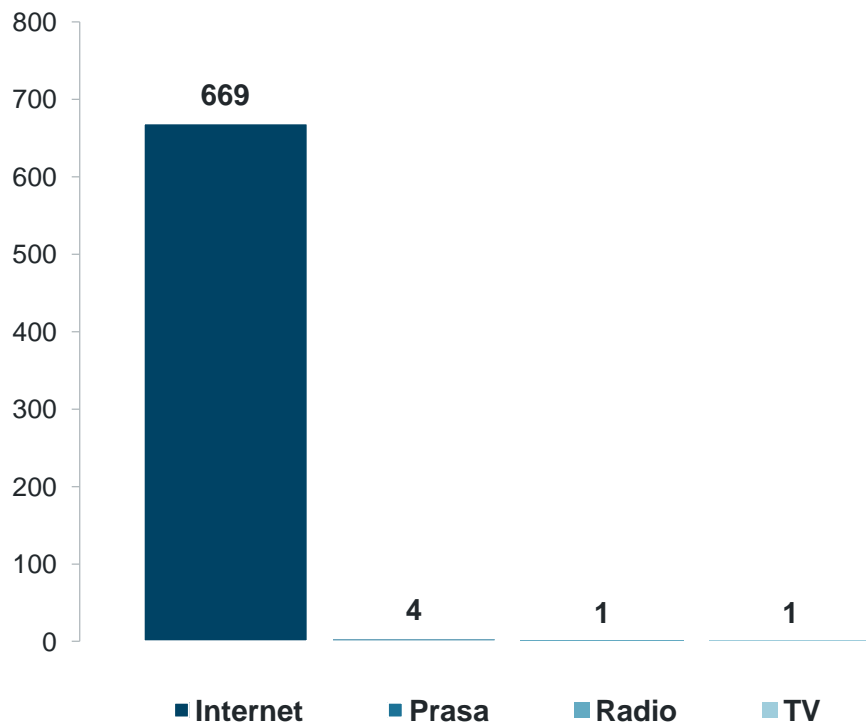
**523 095**

Dotarcie

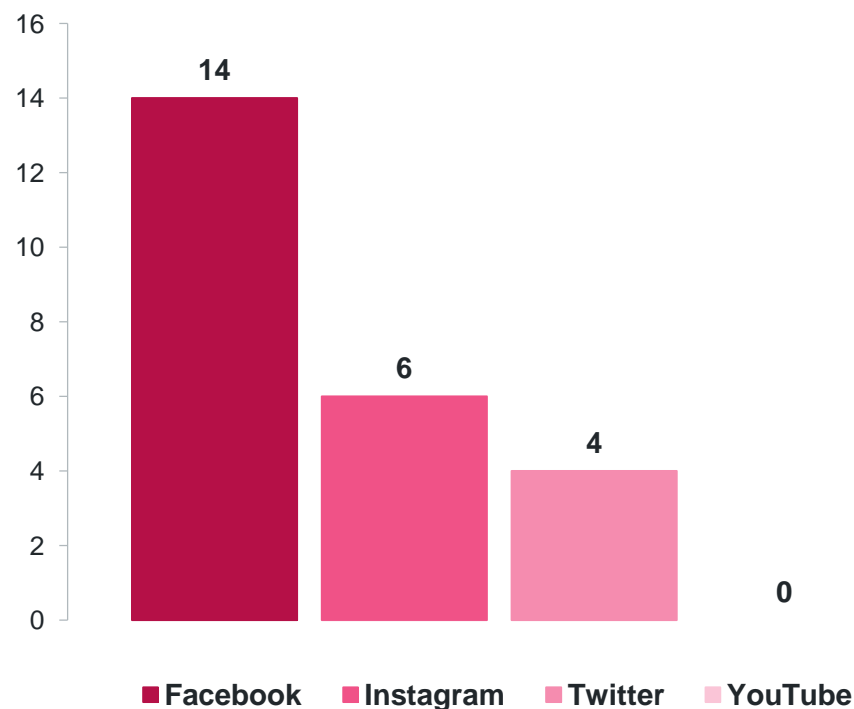
**421 667 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE - BIAŁYSTOK

**484**

Ogólna liczba publikacji

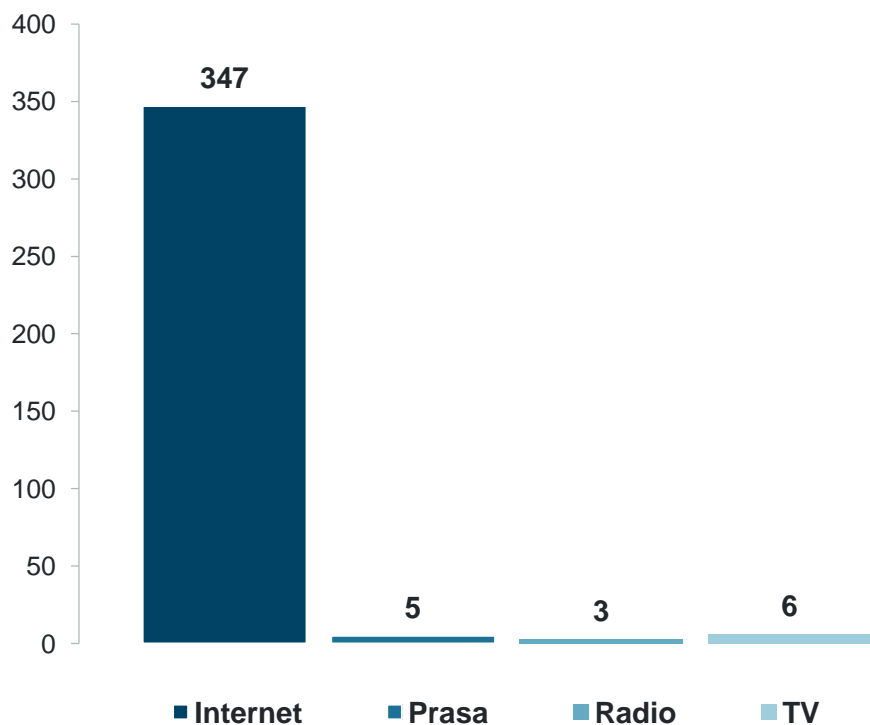
**2,98 mln**

Dotarcie

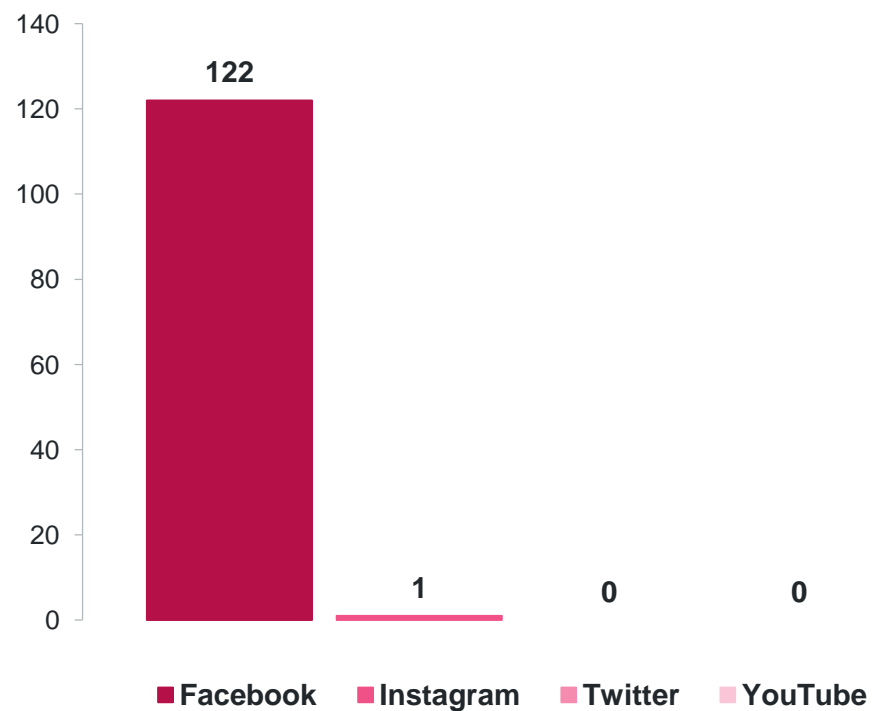
**893 tys. zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – GORZÓW WIELKOPOLSKI

**370**

Ogólna liczba publikacji

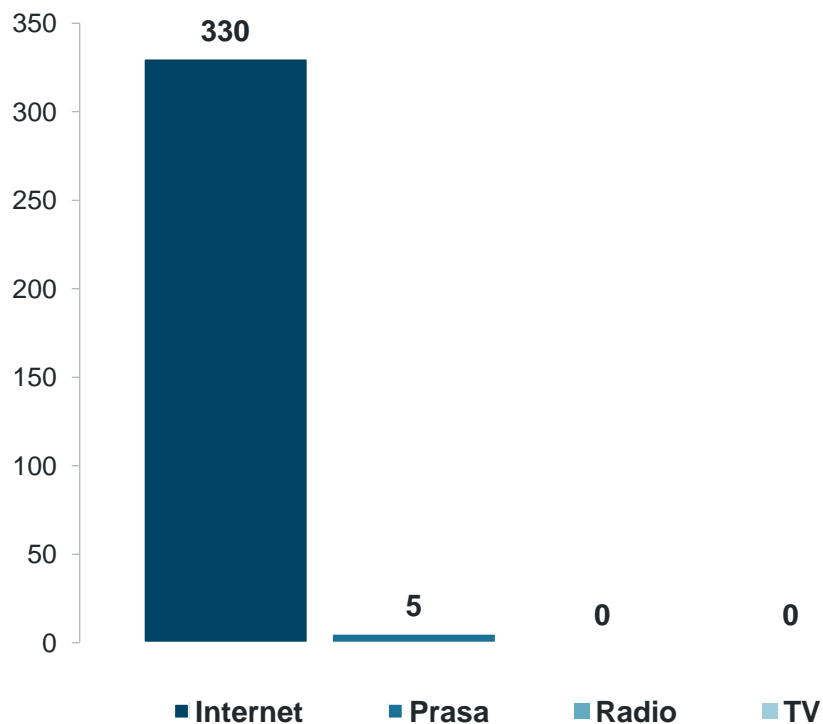
**139 830**

Dotarcie

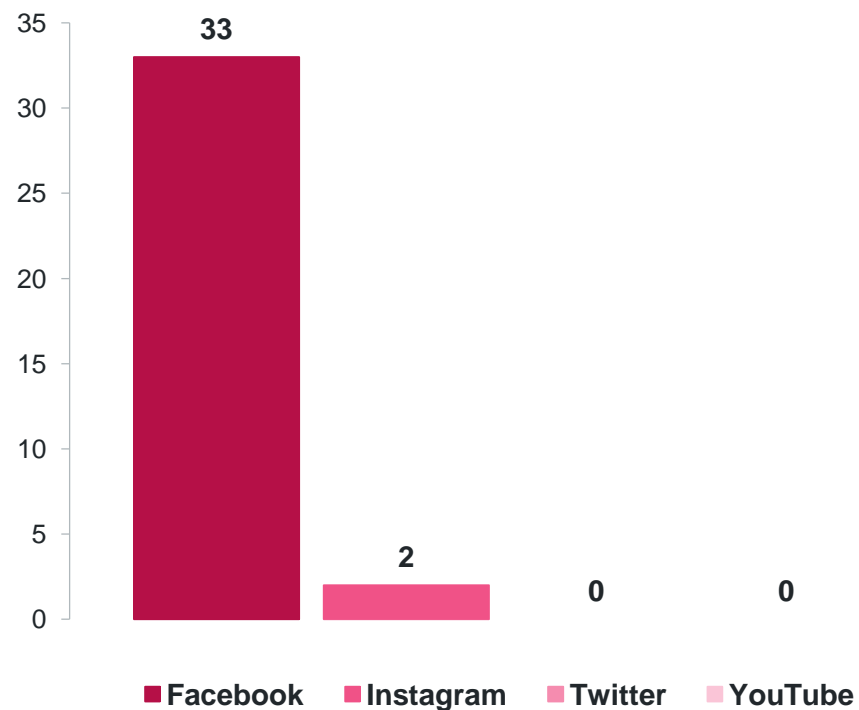
**132 953 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – OLSZTYN

**192**

Ogólna liczba publikacji

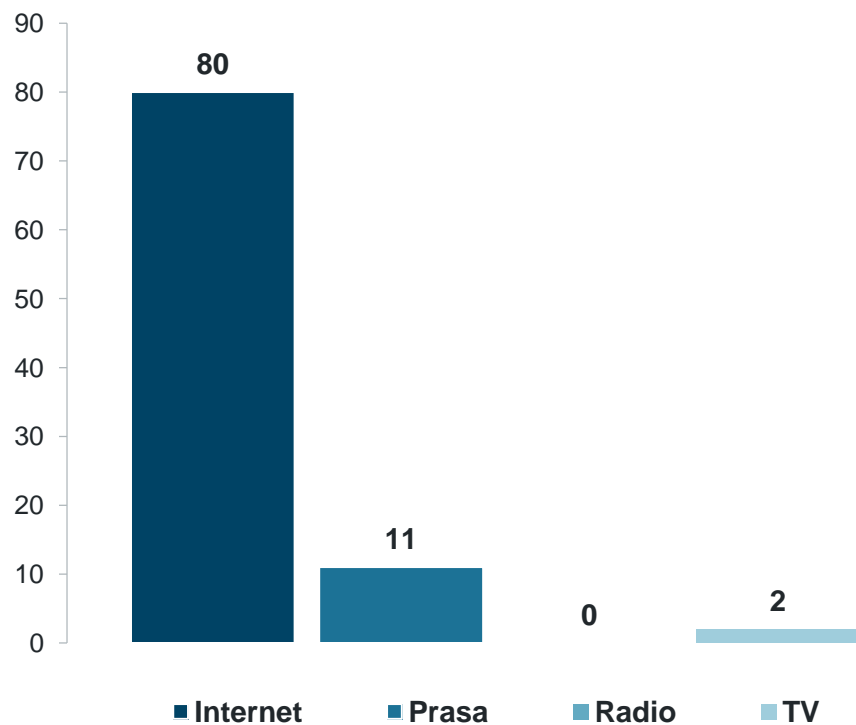
**918 659**

Dotarcie

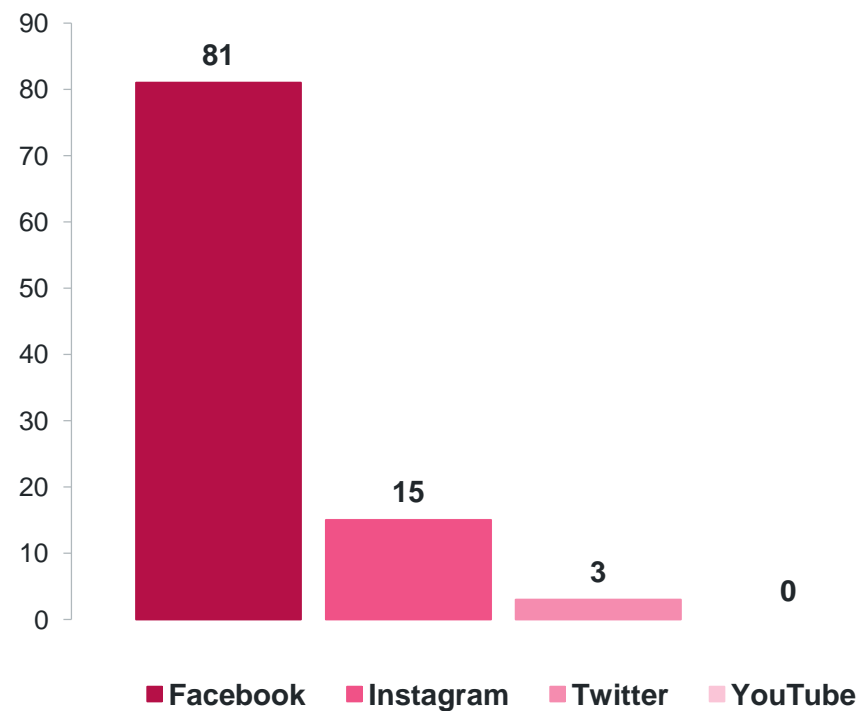
**224 563 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – RZESZÓW

**94**

Ogólna liczba publikacji

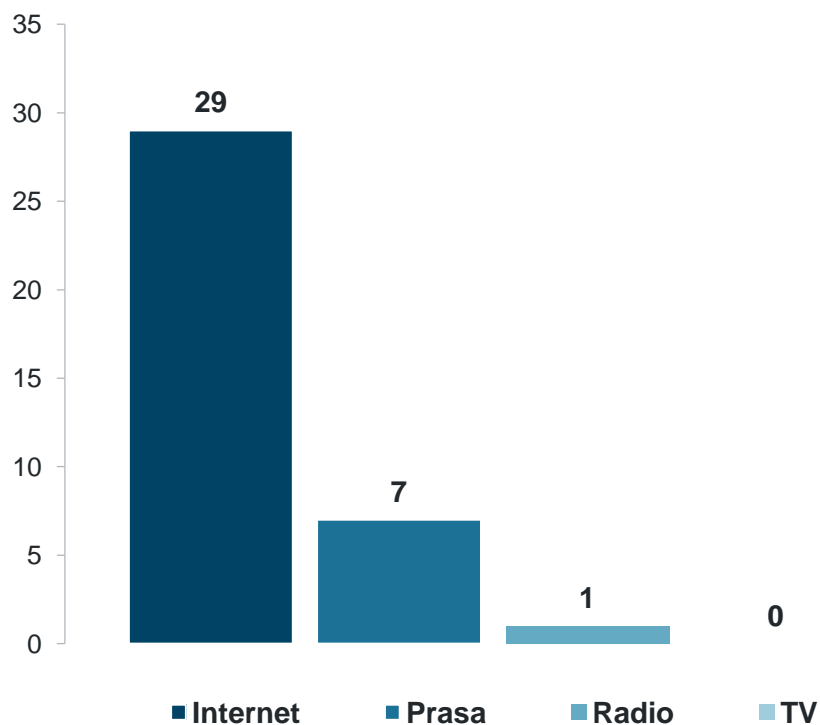
**580 726**

Dotarcie

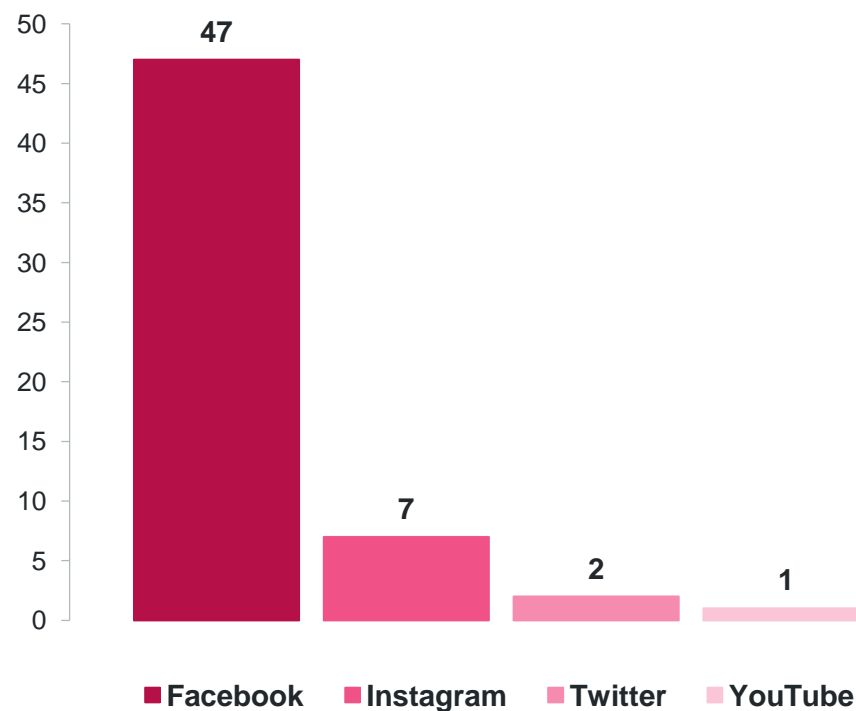
**224 763 zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



## ILUMINACJE ŚWIĄTECZNE – WSZYSTKIE MIASTA WOJEWÓDZKIE

**30 084**

Publikacje w mediach tradycyjnych

**71 676 060**

Dotarcie

**39,75 mln zł**

AVE szacunkowe

**7 424**

Publikacje w social media

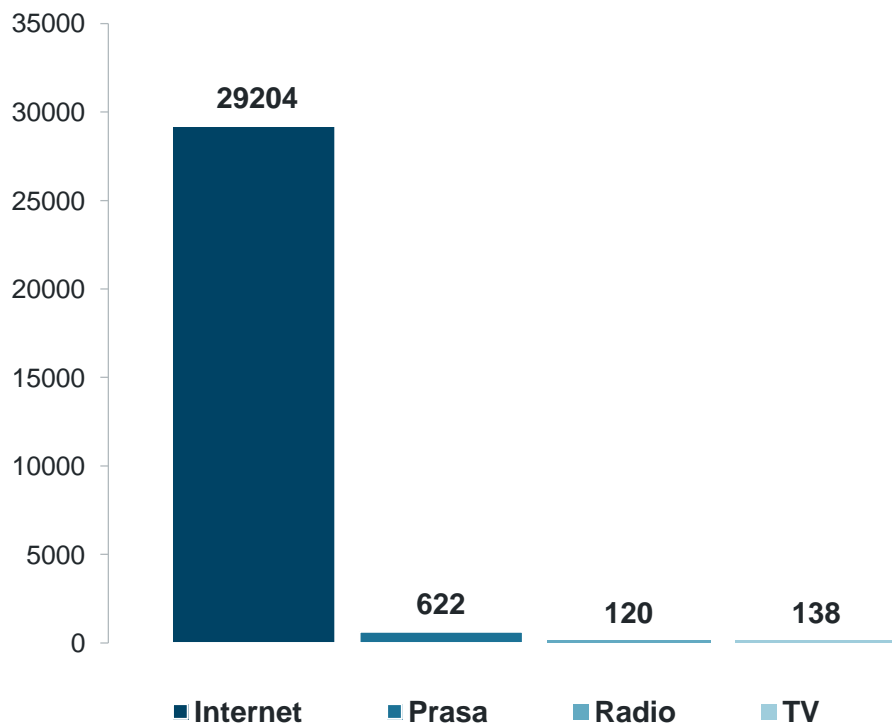
**211 684**

Dotarcie

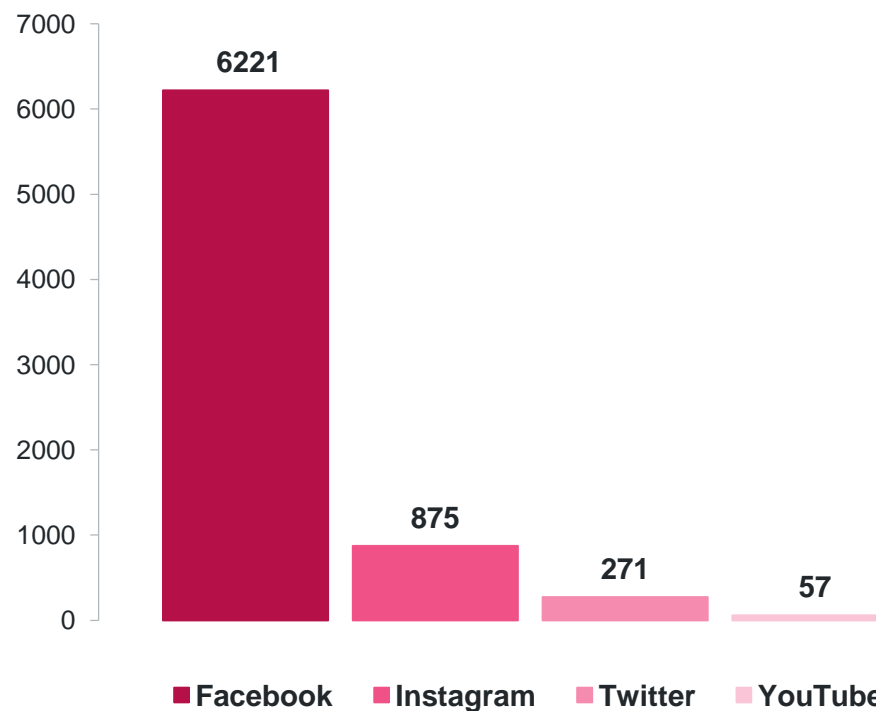
**1,59 mln zł**

AVE szacunkowe

Liczba publikacji - media tradycyjne



Liczba publikacji - źródła social media



**PRESS SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.** | ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115  
**Oddział Warszawa** | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20

[biuro@psmm.pl](mailto:biuro@psmm.pl) | [www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)

