Poznań, 4 sierpnia 2022 roku

INFORMACJA PRASOWA

Medialna ulewa przy transferze Lewandowskiego

**Lech Poznań pozostaje najbardziej medialnym klubem piłkarskim w Polsce – wynika z analizy PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Mistrzowi Polski w utrzymaniu tego statusu zdecydowanie pomogły występy w europejskich pucharach. Piłkarskim bohaterem lipca w mediach był jednak Robert Lewandowski.**

Lipiec jest zawsze ciekawym miesiącem, jeśli chodzi o medialność klubów piłkarskich i polskich piłkarzy zagranicą. Rozpoczynają się rozgrywki ligowe, piłkarze zmieniają kluby, a reprezentanci Polski w europejskich pucharach z różnym skutkiem radzą sobie z zagranicznymi rywalami. Nie inaczej było w tym roku, a wszystko znalazło odniesienie w popularności klubów w mediach.

Najbardziej medialnym klubem PKO BP Ekstraklasy został Lech Poznań, który utrzymuje ten status od maja br. Mistrz Polski nie ma prawa być jednak zadowolony, bowiem odpadł z eliminacji do Ligi Mistrzów, a także przegrał dwa pierwsze ligowe spotkania. Atmosfera wokół klubu w związku z wynikami i brakiem pożądanych transferów także stała się gęsta, co potwierdza ogrom wpisów w mediach społecznościowych.

Na drugim miejscu uplasowała się Legia Warszawa, która według dziennikarzy dokonała ciekawych transferów i może liczyć się w walce o mistrzowski tytuł po nieudanym sezonie 2021/22. Klub z Łazienkowskiej był też minimalnie popularniejszy od „Kolejorza” w mediach społecznościowych, co doskonale pokazuje poziom zainteresowania kibiców wszystkimi poczynaniami Legii.

Kolejne trzy miejsca zajęli pozostali reprezentanci Polski w europejskich pucharach – Pogoń Szczecin, Lechia Gdańsk i Raków Częstochowa. „Medaliki” w lipcu zdobyły także Superpuchar Polski, co jednak nie odbiło się znaczącym echem w mediach. W kontekście Ekstraklasy warto zauważyć także bardzo mocną pozycję w mediach Widzewa Łódź. Sumując publikacje zbierane do raportu „Piłka w grze” oraz wpisy w mediach społecznościowych, łódzki zespół był trzecim najbardziej medialnym klubem w Polsce – po Lechu i Legii.

**Wykres 1. TOP 10 najbardziej medialnych drużyn PKO BP Ekstraklasy w lipcu 2022 r. (prasa i wybrane strony internetowe)**

Lipiec w Fortuna I Lidze upłynął pod znakiem rozpoczęcia rozgrywek z dwoma niezwykle utytułowanymi polskimi klubami – Wisłą Kraków po spadku z PKO BP Ekstraklasy i Ruchem Chorzów po awansie z eWinner II ligi. Oba zespoły zdominowały zestawienie medialności klubów w tej klasie rozgrywkowej i wydaje się, że to sytuacja, która będzie trwała przez cały sezon. Czołową piątkę uzupełniły Arka Gdynia, Resovia i Górnik Łeczna, drugi spadkowicz z Ekstraklasy. Trzeci z nich – Bruk-Bet Termalica Nieciecza – uplasowała się na siódmym miejscu.

**Wykres 2. TOP 10 najbardziej medialnych drużyn Fortuna 1. ligi w lipcu 2022 (prasa i wybrane strony internetowe)**

Robert Lewandowski od wielu lat zdominował zestawienie medialności polskich piłkarzy występujących w pięciu najsilniejszych europejskich ligach, ale tak ogromnej przewagi nie miał jeszcze nigdy. Wszystko za sprawą transferu do FC Barcelona, który po wielu tygodniach spekulacji w końcu stał się faktem. „Lewy” odnotował w wybranych do raportu mediach 17 razy więcej publikacji niż drugi w zestawieniu Arkadiusz Milik. Po raz kolejny w czołowej piątce znalazł się Nicola Zalewski, który na stałe dołączył już do najpopularniejszych w mediach polskich piłkarzy.

**Wykres 3. TOP 10 najbardziej medialnych polskich piłkarzy występujących w pięciu najmocniejszych ligach europejskich w lipcu 2022 r. (prasa i wybrane strony internetowe)**

**-------------------------------------------------------------------------------------**

„Piłka w grze”, dawniej „Polska Piłka” to cykliczna analiza prowadzona przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Uwzględnia medialność klubów Ekstraklasy, 1. ligi oraz polskich piłkarzy występujących w Premier League, Primera Division, Ligue 1, Serie A i pierwszej Bundeslidze. Proces analizy obejmuje ponad 1100 tytułów prasowych i wybrane strony internetowe. Ponadto analitycy sprawdzają popularność klubów Ekstraklasy w mediach społecznościowych (Facebook.com, Twitter.com, Youtube.com, Instagram.com, Wykop.pl) . Badanie prowadzone jest cyklicznie począwszy od 1 marca 2010 roku.

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę firmy lub logotyp) przy każdym wykresie.*

Zapoznaj się z raportami dla mediów: <http://psmm.pl/pl/raporty-specjalne>

Osoba do kontaktu:

Katarzyna Popławska
Kierownik Działu Marketingu i PR
kom: +48 697 410 680
kpoplawska@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl/)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)
[www.youtube.com/PSMMonitoring](https://www.youtube.com/channel/UCPLc9M8glPDsEJ8Xer-Oakg)