

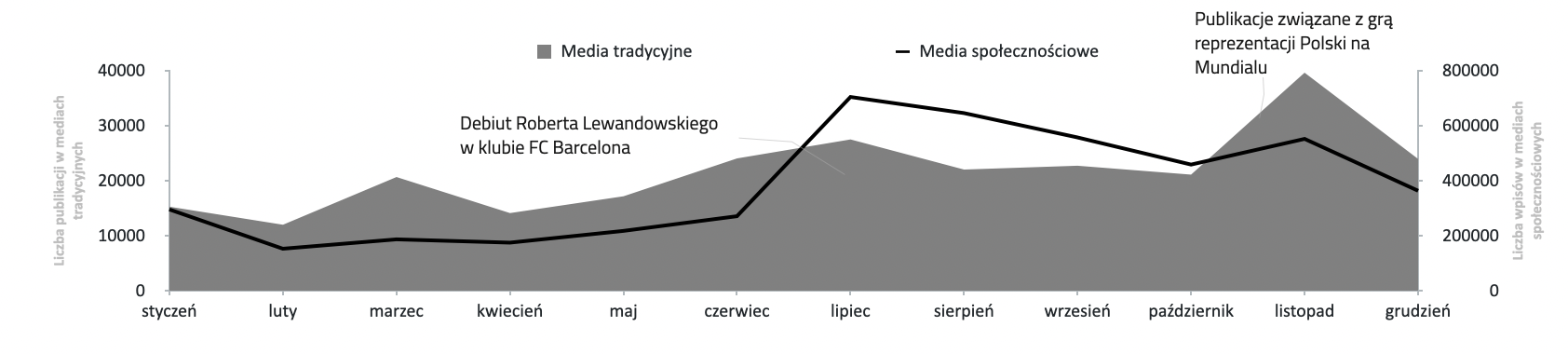
Poznań 5 stycznia 2023 r.

**Iga Świątek czy Robert Lewandowski? Kto wygrał 2022 rok w mediach**

**Wielkimi krokami zbliża się rozstrzygnięcie 88. Plebiscytu na Najlepszego Sportowca Polski 2022 Roku organizowanego przez Przegląd Sportowy. Głównymi faworytami do zwycięstwa są Iga Świątek oraz Robert Lewandowski. PSMM Monitoring & More przeanalizował, jak wygląda przekaz medialny, którego łączny szacunkowy ekwiwalent reklamowy wyniósł blisko 10 miliardów złotych.**

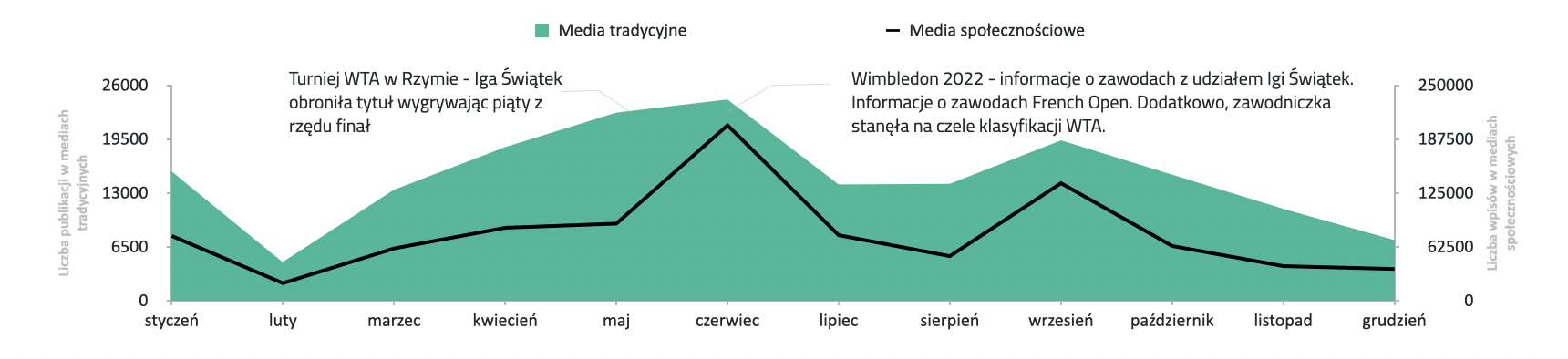
Robert Lewandowski ma za sobą bardzo udany medialnie rok. Piłkarz po wielu latach przeniósł się do FC Barcelony z Bayernu Monachium, przez co znacznie poszerzył grupę docelową odbiorców. Ze zgromadzonych danych przez PSMM widać wyraźnie, że po debiucie w lidze hiszpańskiej liczba publikacji w mediach społecznościowych na jego temat zwiększyła się i utrzymywała się na istotnie wyższym poziomie przez całą drugą połowę roku.

W całym 2022 roku na temat najlepszego polskiego piłkarza pojawiło się ponad 4,8 mln publikacji, a 260 tysięcy z nich w mediach tradycyjnych. Wygenerowały szacunkowy ekwiwalent reklamowy AVE o wartości 1,4 mld złotych. Z kolei w mediach społecznościowych opublikowano ponad 4,5 mln wpisów, które wygenerowały AVE ponad 6,3 mld złotych.



Iga Świątek, numer 1 światowego rankingu tenisistek, w poprzednim roku dwukrotnie triumfowała w turniejach wielkoszlemowych – wygrała French Open oraz US Open. W przypadku Polki zdecydowanie największe zainteresowanie mediów przypadło na czerwiec. Wówczas wygrała w prestiżowej rywalizacji na kortach Rolanda Garrosa oraz śrubowała swoją serię bez porażki i umacniała się na prowadzeniu w światowym rankingu.

W 2022 roku na temat Igi Świątek pojawiło się 1,12 mln publikacji. Zdecydowana większość w mediach społecznościowych – 940 tys. Z kolei media tradycyjne przygotowały ponad 180 tys. materiałów. Łączny szacunkowy ekwiwalent reklamowy AVE wyniósł ponad 2 mld złotych.



– *Oboje naszych wybitnych sportowców ma za sobą świetny rok nie tylko na boisku i korcie. Widać to w mediach, gdzie na ich temat pojawiło się ponad 6 milionów publikacji. Według naszych szacunków wygenerowały one ekwiwalent reklamowy AVE sięgający niemal 10 miliardów złotych. Porównanie ostatniego roku lepiej wypada dla Roberta Lewandowskiego, który ma przewagę nad Igą Świątek. To z pewnością wynikaja z dłuższej pracy nad marką osobistą sportowca. Dodatkowo oczy całego świata w listopadzie i grudniu zwróciły się na Katar, gdzie odbywała się najważnie**jsza piłkarska impreza czterolecia. To zagwarantowało dodatkową ekspozycję medialną Lewandowskiego, co wyraźnie widać w wykresach pokazujących liczbę publikacji w tym okresie –* komentuje Katarzyna Popławska, kierownik marketingu i PR w PSMM Monitoring & More.

Pełna wersja raportu jest dostępna na stronie>> „IGA ŚWIĄTEK & ROBERT LEWANDOWSKI”.

*PSMM Monitoring & More wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PSMM Monitoring & More).*

Zapoznaj się z informacjami i raportami dla mediów: <https://psmm.pl/dla-mediow/>

Osoba do kontaktu:

**Katarzyna Popławska**

**Kierownik działu marketingu i PR**

kom: +48 697 410 680

kpoplawska@psmm.pl

PSMM Monitoring & More

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)

Katarzyna Pastuszka

Publicon Services Sp. z o.o.

Managing Partner

kom: +48 607 512 254

k.pastuszka@publicon.pl