

Raport IMM: Iga Świątek i Hubert Hurkacz medialnymi gigantami

maciej · 19 lipca, 2024



Instytut Monitorowania Mediów przyjrzał się medialności wybranych polskich tenisistów, którzy brali udział w tegorocznej edycji wielkoszlemowego Roland Garros (26 maja - 9 czerwca). Największa liczba publikacji (w okresie 20 maja - 10 czerwca 2024 roku) dotyczyła Igi Świątek - było to ponad 40 tys. materiałów, które przełożyły się na zasięg blisko 1,2 mld kontaktów oraz ekwiwalent reklamowy (AVE) w wysokości niespełna 200 mln zł.

Z pewnością nikogo nie zaskoczy fakt, że największa liczba publikacji dotyczyła Igi Świątek (po raz czwarty triumfowała w Paryżu) - było to ponad 40 tys. materiałów, które przełożyły się na zasięg blisko 1,2 mld kontaktów oraz ekwiwalent reklamowy (AVE) w wysokości niespełna 200 mln zł.



Iga Świątek trzeci raz z rzędu, a czwarty w karierze (wcześniej w 2020 r.), zwyciężyła w Paryżu potwierdzając, że jest niekwestionowaną królową kortów ziemnych im. Rolanda Garrosa. Fot. Roland Garros 2024

czytaj też: [Świątek niekwestionowaną królową Rolanda Garrosa i Paryża](#)

Na temat [Huberta Hurkacza](#) (zagrał w czwartej rundzie turnieju) ukazało się niemal 14 tys. publikacji, których łączny zasięg wyniósł ponad 430 mln potencjalnych kontaktów z przekazem, a AVE oszacowano na przeszło 56 mln zł.



Również Tomasz Berkieta (wystąpił w juniorskim finale Roland Garros), wschodząca gwiazda polskiego tenisa, cieszył się znacznym zainteresowaniem mediów. Na jego temat pojawiło się blisko 1,5 tys. materiałów, a ich zasięg wyniósł ponad 77 mln kontaktów z przekazem. AVE tych publikacji zostało oszacowane na blisko 12 mln zł.

MAPA MEDIALNA

French Open 2024 to drugi w sezonie tenisowy turniej wielkoszlemowy, który odbywał się w dniach 26 maja–9 czerwca, na ceglanych kortach Stade Roland Garros w Paryżu. Jest to 123. edycja tych rozgrywek. W okresie 20.05–10.06.2024 największą część stanowiły publikacje związane z Iga Świątek (40,2 tys., co stanowi 73% wszystkich analizowanych publikacji). Publikacje nt. Igi Świątek wygenerowały najwyższe zasięgi (1,2 mld potencjalnych kontaktów) oraz najwyższe AVE (200 mln złotych).



Iga Natalia Świątek to polska tenisistka, zwyciężczyni 22 turniejów WTA w grze pojedynczej, w tym pięciu turniejów wielkoszlemowych: French Open 2020, 2022, 2023 i 2024 oraz US Open 2022, olimpijka z Tokio 2020, od kwietnia 2022 do września 2023 i ponownie od listopada 2023 roku liderka rankingu singlowego WTA.



Hubert Hurkacz to polski tenisista, reprezentant kraju w Pucharze Davisa, triumfator profesjonalnych turniejów rangi ATP Tour, ATP Challenger Tour i ITF Men's Circuit, finalista Australian Open 2015 w grze podwójnej chłopców, medalista mistrzostw Polski i halowych mistrzostw Polski juniorów. Pierwszy polski triumfator turnieju ATP Tour Masters 1000 – w Miami w 2021 roku; drugi polski półfinalista Wimbledonu w grze pojedynczej mężczyzn.



Tomasz Berkieta to 17-latek, który awansował do finału juniorskiego Rolanda Garrosa. Dotychczas największym sukcesem w karierze był półfinał Australian Open 2023. W juniorskim French Open 2024 pokonał w półfinale Włocha, Lorenzo Carboni, wcześniej broniąc trzech piłek meczowych.

IMM

To tylko kilka podstawowych danych z raportu opracowanego przez IMM, który liczy niemal 20 stron!

Przeanalizowano szczegółowo również m.in. rozkład publikacji w poszczególnych typach mediów, ekspozycję medialną czy dyskusję w social mediach.

Raport przedstawia także kluczowe dane dotyczące ekspozycji samych sponsorów poszczególnych tenisistów. Eksperci IMM zbadali, w ilu publikacjach medialnych dotyczących zawodników wyeksponowani byli ich sponsorzy oraz jaki był zasięg i ekwiwalent reklamowy materiałów, w których pojawiał się każdy ze sponsorów. W raporcie przedstawiono również miejsca ekspozycji sponsorów. Wycinkiem czasowym tego badania były ostatnie trzy dni zmagania zawodnika na turnieju.



Form Follows Fun

Przedstawiamy całkowicie nową linię **MUSE**

YONEX

W przypadku Igi Świątek największą ekspozycją mogła cieszyć się marka ON, która pojawiła się w ponad 1,7 tys. publikacjach z udziałem tenisistki. Zasięg tych materiałów wynosił 74,5 mln, a AVE oszacowano na blisko 19 mln zł.

Yonex to z kolei sponsor Huberta Hurkacza, który pojawił się w największej liczbie publikacji – 273. Przełożyło się to na zasięg w wysokości 23,5 mln i AVE szacowane na ponad 4,7 mln zł.

Blisko 3 mln zł ekwiwalentu reklamowego udało się także wygenerować jednemu ze sponsorów Tomasza Berkiety – marce Adidas. Dzięki współpracy z tenisistą pojawiła się ona w 136 publikacjach o zasięgu ponad 18,5 mln potencjalnych kontaktów z przekazem.

Dane dotyczące ekspozycji pozostałych sponsorów poszczególnych tenisistów również robią wrażenie, co można zobaczyć w pełnej wersji publikacji.

KANWA
APARTAMENTY

ZAMOYSKIEGO 24/26
WARSZAWA

PRZESTRZEŃ, KTÓRĄ TWORZYSZ

Apartamenty na warszawskiej Pradze
z widokiem na Jezioro Kamionkowskie

SPRAWDŹ OFERTĘ →



Tego typu raport sponsoringowy stanowi niezwykle cenną wiedzę tak dla samego sportowca, jak i dla marek, które z nim współpracują. Pokazuje bowiem, jak duże było zainteresowanie daną osobą w mediach i jak przełożyło się ono na widoczność sponsora.

Instytut Monitorowania Mediów:

IMM od przeszło 24 lat jest liderem w branży analityki przekazów mediowych w Polsce. Od 2008 roku oferuje swoje usługi również w Rumunii pod marką mediaTRUST. IMM wspiera firmy, instytucje i marki osobiste w efektywnym mierzeniu i raportowaniu wyników komunikacji zewnętrznej, planowaniu strategii oraz przeciwdziałaniu kryzysom wizerunkowym. Firma integruje wyniki publikacji ze wszystkich rodzajów mediów w jednym narzędziu, w tym jako jedyna na rynku również reklamy. Wykonuje raporty i analizy jakościowo-statystyczne. IMM obsługuje tysiące klientów w kraju i zagranicą — międzynarodowe korporacje, małe firmy, instytucje, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowe oraz marki osobiste. Monitoring IMM obejmuje prasę, radio, telewizję, portale internetowe, media społecznościowe, a także podcasty i kanały wideo.



Czytaj online i udostępnij:

<https://tenismagazyn.pl/raport-imm-iga-swiatek-i-hubert-hurkacz-medialnymi-gigantami/>