

TVP straciła na mundialu

16 lipca 2014

TVP przyznaje, że wpływy z reklam nie pokryły kosztów zakupu i obsługi Mistrzostw Świata 2014 w piłce nożnej.

Choć łączne wpływy reklamowe ze spotkań mundialu transmitowanych w TVP 1, TVP 2 oraz TVP Sport wyniosły 153,8 mln zł i były wyższe niż w ubiegłym roku (126 mln zł), to Telewizja Polska i tak straciła na tegorocznym mundialu.

Jak informuje onet.pl, według jednego ze specjalistów zajmujących się telewizyjnym rynkiem reklamowym, rzeczywiste przychody TVP z reklam, już po odliczeniu rabatów, mogły wynieść 35-40 mln zł. I chociaż Telewizja Polska nie ujawnia realnych wpływów, to Jacek Rakowiecki, rzecznik TVP, przyznał, że wpływy z reklam nie pokryły kosztów związanych z mistrzostwami. Rakowiecki zapewnił jednocześnie, że strata finansowa TVP była mniejsza niż podczas poprzednich mistrzostw, które odbywały się w RPA.

Najwięcej na spoty reklamowe nadawane podczas mundialu w TVP wydały Carlsberg (12,06 mln zł), Grupa Żywiec (11,47 mln zł) i Kompania Piwowarska (8,08 mln zł). Jak podał portal wirtualne media.pl, TVP jest także zadowolona ze sponsoringu, na który zdecydowało się 18 reklamodawców – najwięcej na tę formę promocji wydały: Coca-Cola, Procter & Gamble, BZ WBK, Carlsberg i Oshee.

Ze statystyk wynika, że na głównych antenach TVP tegoroczne Mistrzostwa Świata w piłce nożnej w Brazylii oglądało średni 3 mln osób.

Autor: plk

Na podstawie: onet.pl, wirtualnemedi.pl

Źródło: Niezalezna.pl