



dinheiro (<https://www.dinheirovivo.pt>)

ÚLTIMAS ⁹⁺

([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/ULTIMAS](https://www.dinheirovivo.pt/ultimas))

EURO 2016 ([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/TOPICO/EURO-2016/](https://www.dinheirovivo.pt/topico/euro-2016/))

HOJE

MAIS VISTAS

([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/MAIS-](https://www.dinheirovivo.pt/mais-vistas)

VISTAS)

E no investimento no Euro quem lidera é...



(<https://www.dinheirovivo.pt/autor/ana-marcela/>) Ana Marcela (<https://www.dinheirovivo.pt/autor/ana-marcela/>)
24.06.2016 / 20:24



Na fase de grupos as marcas investiram mais 4% do que face a 2012. Anunciantes investiram 14,6 milhões de euros.

PUB

As marcas já investiram 14,6 milhões de euros só na fase de grupos do Euro 2016. E na liderança está a Turkish Airlines, patrocinadora do campeonato europeu de futebol, com 1,4 milhões de euros.

A companhia aérea que se junta pela primeira vez à competição da UEFA como patrocinadora lidera o ranking do investimento, com 9% do investimento total das marcas nesta fase da competição.

PUB

TOP 10 MARCAS

(Fase de grupos, RTP1)

<i>Ranking</i>	<i>Marca</i>	<i>Investimento Publicitário (valores tabela, em €)</i>	
1	TURKISH AIRLINES	1377 558	
2	NOS	1230 374	
3	MEO	834 814	
4	COCA COLA	755 679	
5	CONTINENTE	731 281	
6	MCDONALD'S	547 061	
7	KIA	529 599	
8	PLACARD	509 927	
9	CONTINENTAL	496 460	
10	HYUNDAI	484 657	

Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrands

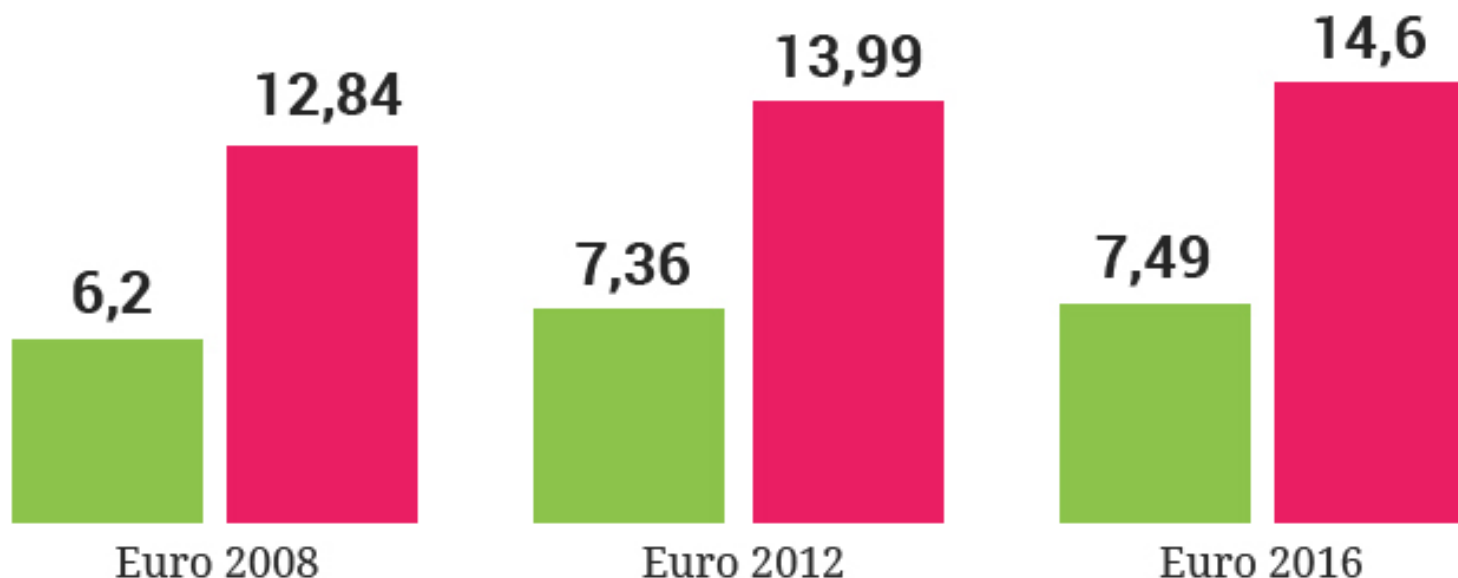
Os valores de investimento são a preços de tabela (ou seja não refletem os descontos praticados pelos media aos anunciantes) e contabilizam apenas os intervalos publicitários dos jogos transmitidos pela RTP1, mas ainda assim demonstram um crescimento do investimento face a edição anteriores do Euro: uma subida de 4% face a 2012 e de 9% face a 2008).

Ao nível de marcas, depois da Turkish Airlines foi a NOS aquela que mais apostou: 1,2 milhões de euros. A operadora não é patrocinadora da competição, nem da Seleção, mas ainda assim ocupa a segunda posição no ranking dos 10 mais.

COMPARAÇÃO DO INVESTIMENTO

(Em jogos na fase de grupos em canal aberto, valores em milhões de €)

● Investimento total top10 marcas ● Investimento total



Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrand

O Meo, que patrocina a Seleção Nacional, surge na terceira posição com 834,8 mil euros. Outro patrocinador da Seleção das Quinas, o Continente, investiu a 731,2 mil euros, surgindo na quinta posição do ranking dos 10 mais.

Estes 10 anunciantes são responsáveis por metade do investimento feito nesta fase da competição: 7,5 milhões.

*Análise feita com base nos dados facultados pela Initiative. Acompanhe as audiências do Euro 2016 aqui (<http://euromonitor.mbww.pt/>)

*Com Telmo Fonseca (infografia)



PRÓXIMO ARTIGO

LER NOTÍCIA

(<https://www.dinheirovivo.pt/economia/este-e-mais-um-artigo-sobre-os-milhoes-do-futebol/>)

Comentários

0 comentários

Ordenar por

Os mais antigos



Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

Outras Notícias que lhe podem interessar