

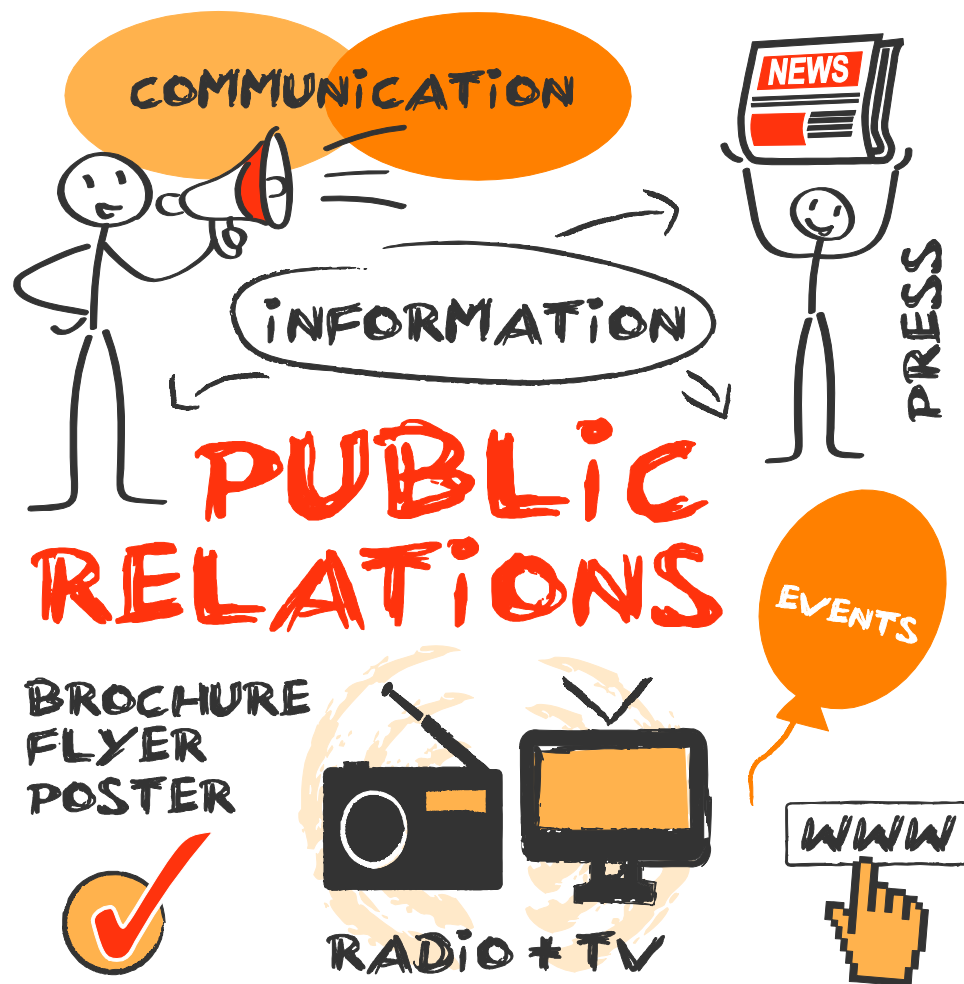
Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie”



RAPORT OBECNOŚCI W MEDIACH listopad 2015 - październik 2016



Ogólnopolski Program Promocyjny „Dceń polskie” w mediach



Wśród działań promujących *Program „Dceń polskie”*, a jednocześnie produkty nagrodzone tym Godłem, dużą część zajmują publikacje prasowe.

Bardzo duży nacisk kładziemy również na aktywność w obrębie *Social Media* oraz na *eventy*.

To zestawienie prezentuje jedynie pierwszą, z wymienionych, sferę naszych działań.

Współpraca z redakcjami

Jesteśmy w stałym kontakcie z dziennikarzami oraz redakcjami. Staramy się reagować na ich potrzeby i sugestie dotyczące np. sposobu współpracy w zależności od profilu czasopisma czy bieżącego tematu. W razie potrzeby przybliżamy im program, dostarczamy potrzebnych informacji oraz odpowiadamy na ich zapytania.

Monitoring mediów

Prowadzimy stały monitoring prasy i Internetu pod kątem frazy „Doceń polskie”.

W celu monitoringu prasy współpracujemy z **Instytutem Monitorowania Mediów** w Warszawie. Monitorowana przez IMM prasa to ponad 900 tytułów gazet i czasopism ogólnopolskich, regionalnych oraz gazety anglojęzyczne.

Ponadto we własnym zakresie monitorujemy portale internetowe.



Metoda badawcza - wskaźnik AVE

Najbardziej popularną metodą badania efektywności działań PR w zakresie obsługi prasowej (media relations) są publikacje, jakie ukazują się na temat firmy w różnego rodzaju mediach. Skuteczną metodą oceny ich wagi jest tzw. wskaźnik **AVE (Advertising Value Equivalency)**, czyli ekwiwalent reklamowy. Poprzez porównanie powierzchni lub czasu emisji danej informacji do tożsamej emisji reklamowej, określa się wartość publikacji w pieniądzu. Ekwiwalent taki jest sumą, jaką firma musiałaby wydać przy zakupie porównywalnej powierzchni reklamowej. W zastosowaniu wskaźnika **AVE** najistotniejszą rolę odgrywa cennik

powierzchni reklamowych. Uzależniony jest od rodzaju medium, jego zasięgu/nakładu oraz liczby odbiorców. W przypadku tytułów prasowych, obowiązuje stały cennik, łatwo więc wyliczyć ekwiwalent. Trudno natomiast zastosować ten przelicznik wobec publikacji internetowych. W tym medium cennik powierzchni reklamowych uzależniony jest m.in. od rodzajów i ilości reklam zastosowanych na poszczególnych stronach redakcyjnych danego portalu internetowego. Nie ma więc stałego cennika powierzchni reklamowych, który można zastosować do wyliczenia ekwiwalentu reklamowanego publikacji według wskaźnika **AVE**.

Wycena wartości powierzchni reklamowej dla wartości publikacji na temat programu „Docen polskie” opracowana została niezależnie przez Instytut Monitorowania Mediów w Warszawie na podstawie cennika stosowanego przez każdą z redakcji, która publikowała informacje na temat programu.



Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

W badanym okresie, czyli **od 1 listopada 2015 r. do 31 października 2016 r.** ukazało się łącznie **816 publikacji** poświęconych programowi „Doceń polskie”. Instytut Monitorowania Mediów **wycenił jedynie 585 publikacji**. Oznacza to, że nie znamy wartości **pozostałych 231 publikacji**. Wartość ekwiwalentu reklamowego **(AVE) dla 585 spośród 816 publikacji**

wyniosła 795 250 zł

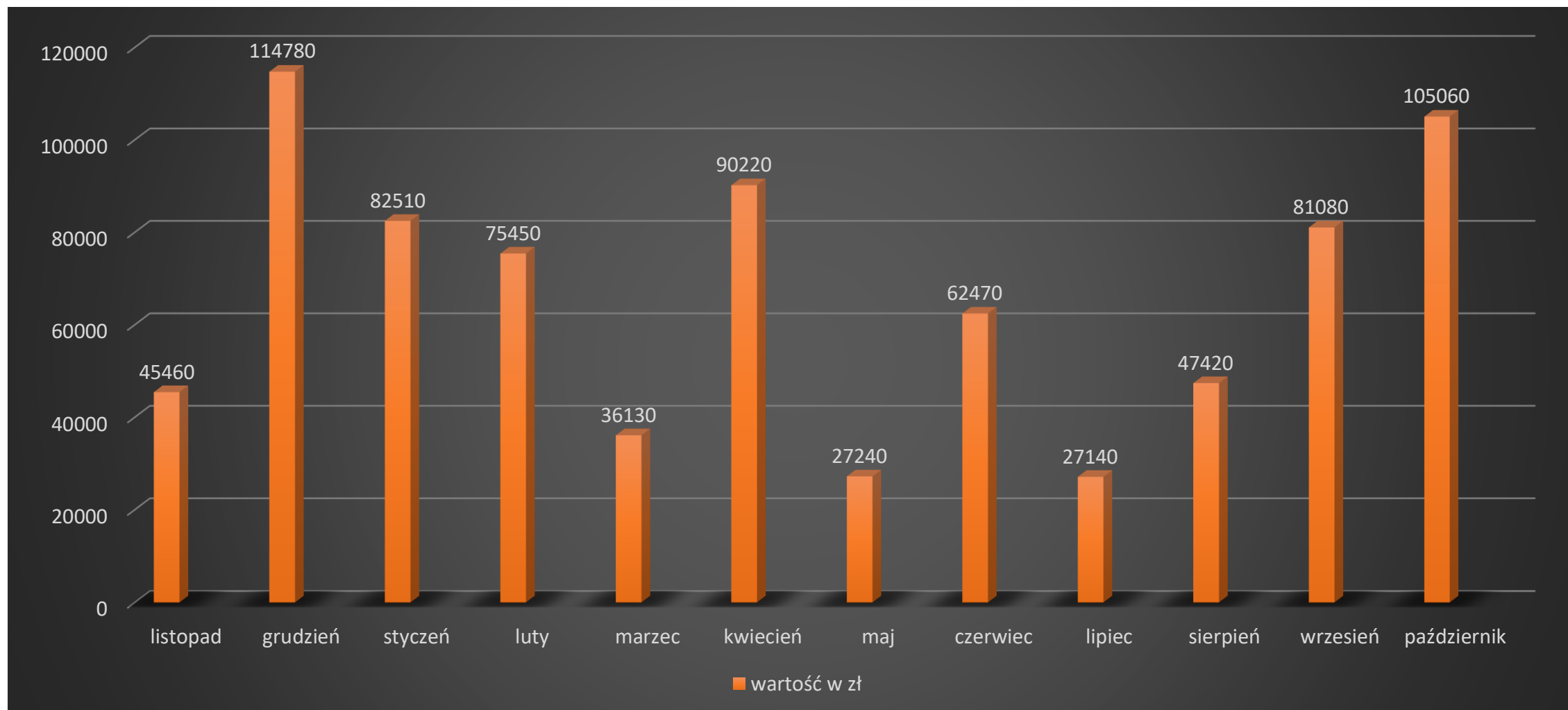
Oznacza to, że:

Co najmniej taką kwotę trzeba byłoby wydać na działania typowo reklamowe, by uzyskać podobny efekt promocyjny.

Przypomnijmy, że chodzi o materiały redakcyjne, a nie opłacone materiały reklamowe.



Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach



Wartość ekwiwalenty reklamowego (AVE) z podziałem na poszczególne miesiące.



Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

Kilka przykładów naszych działań:

Firma: MERZDORF Fine Food Sp. z o.o.

Medium: portal INTERIA.pl

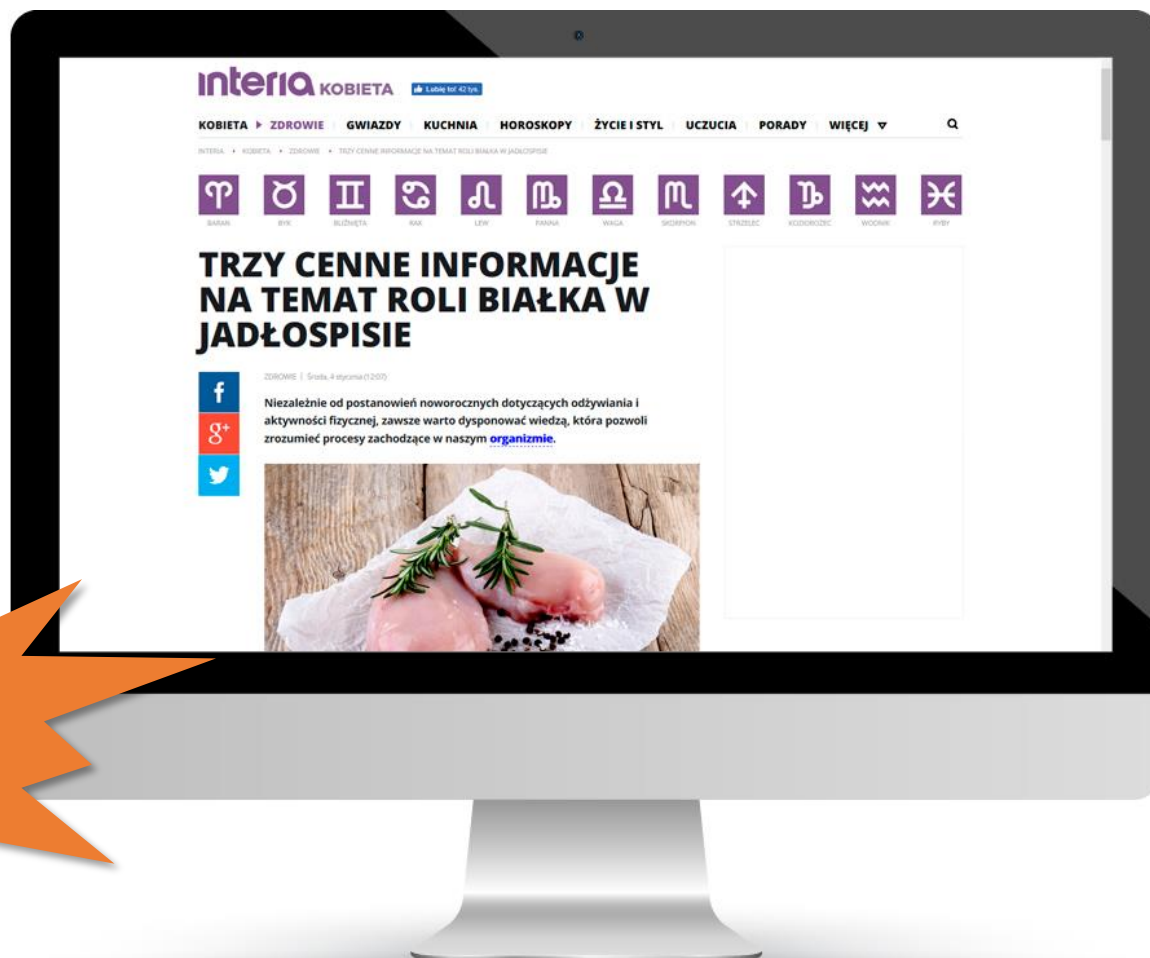
Wartość komunikatu:

15 000 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**





Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

Kilka przykładów naszych działań:

Firma : Zakład Zbożowo-Młynarski
w Werbkowicach, Śnieżka-Invest Sp. z o.o.,
Młyn Staniszewski i Wspólnicy s.j., Jack PPUH,
GJ-Gacjana, SECPOL Sp. z o.o., JEDNOŚĆ Grójec

Medium: miesięcznik „MISTRZ BRANŻY”

Wartość komunikatu:

1 378 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania
Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**

Mistrz branży
Nowoczesny portal i poradnik drukowany dla piekarzy, cukierników i lodziarzy

**Laury dla firm
z branży piekarskiej i cukierniczej**

Ponad 130 produktów różnego typu zakwalifikowano do udziału w lipcowej atestacji żywności zorganizowanej w ramach programu „Doceń polskie”. O certyfikaty jakości starało się 63 wytwórców z całej Polski. W gronie tym znaleźli się także przedstawiciele branży piekarskiej i cukierniczej.

Godłami programu uhonorowano dwanaście specjalów z sektora piekarsko-cukierniczego:

- **Mąka Zamojska 450** – Zakładów Zbożowo-Młynarskich w Werbkowicach s.c. Władysław Brzozowski, Wojciech Goławski,
- **Michałki, Trufia z Maczkiem (nagrodzone trzykrotnie), Trufie Premium i Michałki z Hanki** – „Śnieżka-Invest” Sp. z o.o.,
- **Mąka extra typ 405** – Młyn Staniszewski i Wspólnicy s.j.
- **Chleb Ziarno oraz Lody Rzemieślnicze ARTISAN (mascarpone z bżem, mango, słony karmel oraz czekolada)** – Jack PPUH Marek Jackowski Piekarnia Bagietka,
- **Chałwa Iniana** – GJ-Gacjana,
- **Sękacz Królewski kostka w polewie mix oraz Sękacz Królewski** – SECPOL Sp. z o.o.,
- **Coffee** – karmelek o smaku kawy espresso – Jedność Grójec.

Wszystkie specjalności zyskały nie tylko godło promocyjne, ale także tytuły TOP PRODUKT zarezerwowane dla produktów najwyższej jakości. Biorąc pod uwagę fakt, że Loża Ekspertów przyznała im maksymalne noty za wszystkie cechy podlegające ocenie, można powiedzieć, że to produkty „trafione w dziesiątkę”! ■



Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

Kilka przykładów naszych działań:

Firma : AJEX-POL Sp. z o.o., SEKO S.A.,
GRAAL S.A., BIAŁUTY Sp. z o.o.

Medium: portal WP.pl

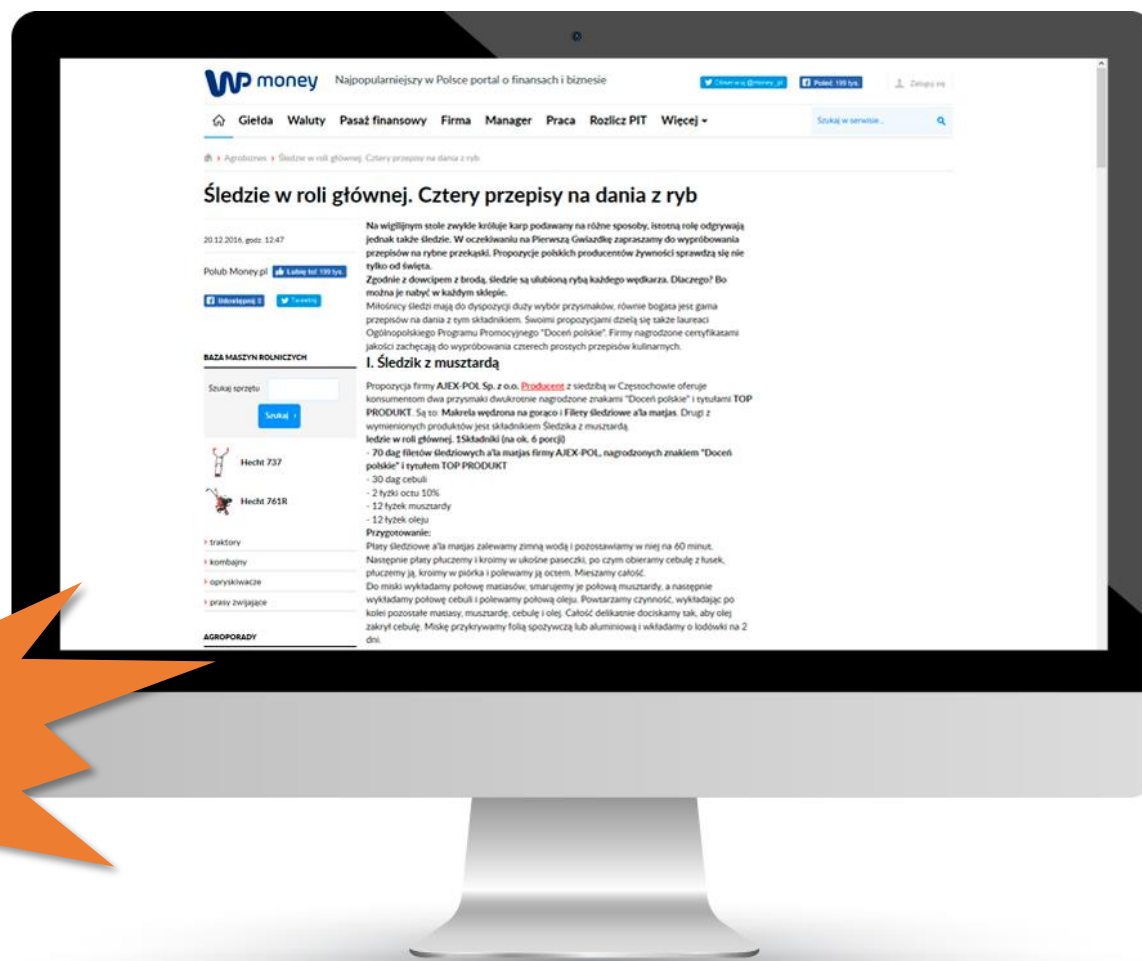
Wartość komunikatu:

10 000 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**



Kilka przykładów naszych działań:

Firma : Gospodarstwo Rybackie „Zielenica”

Medium: „Magazyn Przemysłu Rybnego”

Wartość komunikatu:

2 218 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**





Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

Kilka przykładów naszych działań:

Firma : PPP-H AGRO-TOP,
ZPM HAŃDEREK, ETERNO

Medium: portal UGOTUJ.to (Agora)

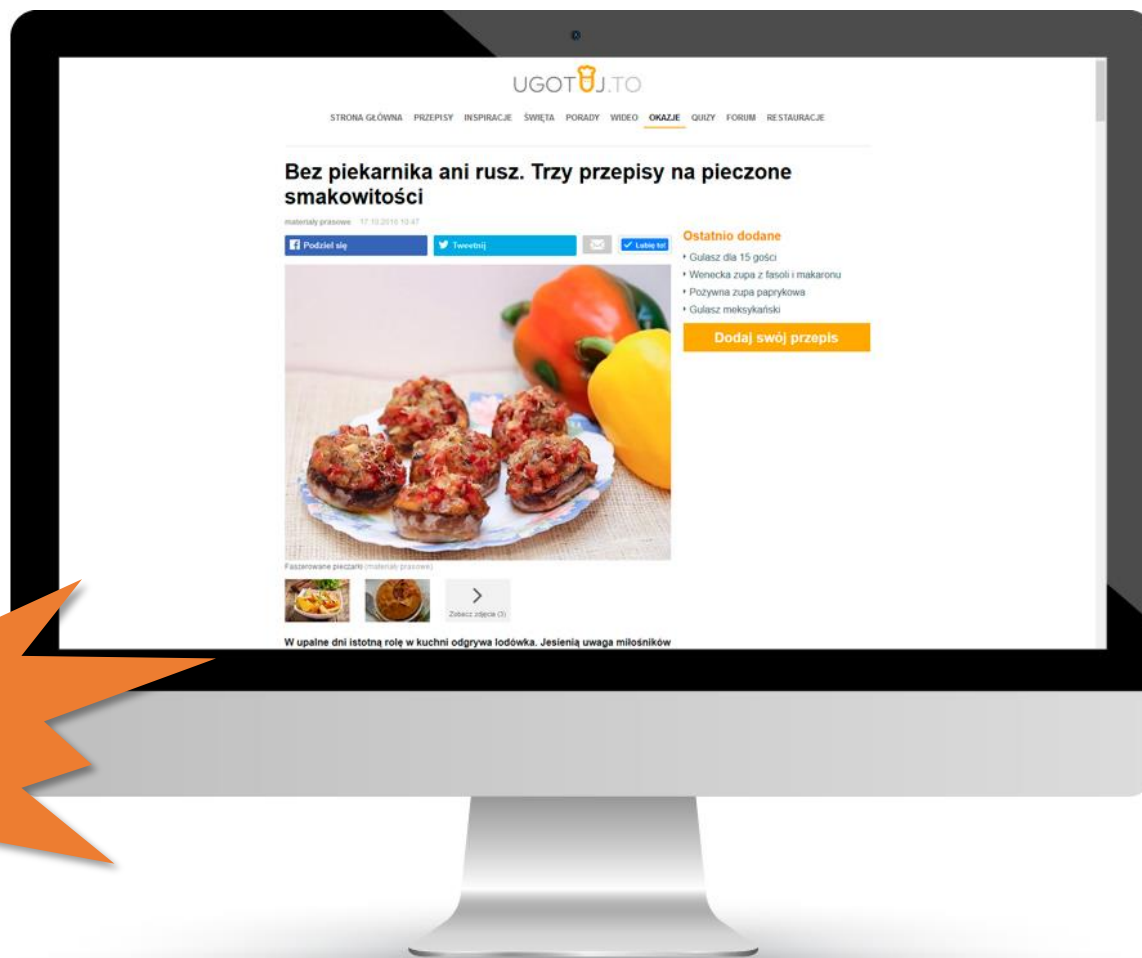
Wartość komunikatu:

7 000 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**





Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie” w mediach

Kilka przykładów naszych działań:

Firma : OCTIM Sp. z o.o.

Medium: portal PPR.pl

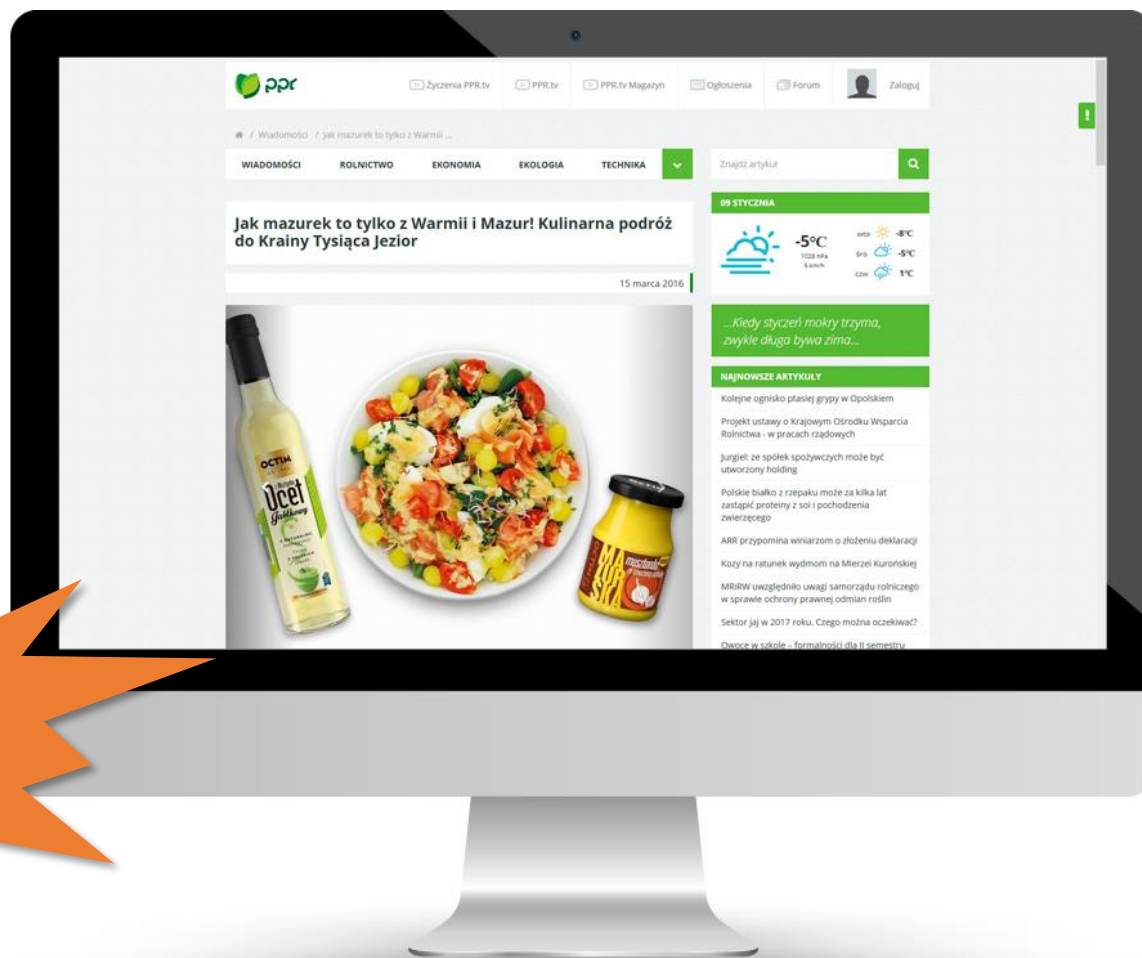
Wartość komunikatu:

2 211 zł.

(wg. Instytutu Monitorowania Mediów)

**Koszt
dla posiadacza
Godła „Doceń polskie”:**

**0 (zero)
zł**



Ogólnopolski Program Promocyjny „Doczeń polskie”



Biuro Śląsk:
ul. Marii Curie Skłodowskiej 42
47-400 Racibórz
tel./fax: 32 / 419 17 00, 419 90 60
509 230 713, 509 230 714

Biuro Wielkopolska:
ul. Stanisława Knapowskiego 12/27
60-126 Poznań
tel. 509 230 711