

FIM World Endurance

w mediach

W 2015 roku relacje z wyścigów FIM EWC docierały do **567 milionów** gospodarstw domowych na całym świecie, w tym, za pośrednictwem Eurosportu, do **195 mln.** w 54 państwach w Europie.



Wyścig 24-godzinny w Le Mans relacjonowany był w całości w **20 wersjach językowych**, w tym polskiej. Z każdej rundy przygotowane były także magazyny i podsumowania. Średnia oglądalność poszczególnych programów na antenach Eurosportu wynosiła 8,5 mln. widzów.

Wszystkie zmagania w całości relacjonował także serwis Eurosport Player oraz strona Eurosport.com posiadająca **3,5 mln. unikalnych użytkowników**.



Podczas każdej rundy zmagania EWC relacjonuje z toru średnio od **200 do 300 dziennikarzy**, a nad produkcją telewizyjną czuwa ekipa ponad 80 osób. Organizatorzy po każdym dniu wysyłają także informacje prasowe z wynikami i podsumowaniami do ponad 700 dziennikarzy z całego świata.

Oficjalna strona FIMEWC.com notuje miesięcznie średnio ponad 100 tysięcy wejść. W lipcu 2015 **rekord wynosił 245 tysięcy wejść**. Prężnie działają także kanały serii w mediach społecznościowych (**wzrost zasięgu profilu na Facebooku o ponad 100% w trakcie sezonu 2015**), w tym na kanale YouTube, na którym rekord pobił klip z wyścigu na torze Suzuka, osiągający **ponad pół miliona wyświetleń**.

W roku 2016 wszystkie rundy Mistrzostw Świata FIM World Endurance będą transmitowane na żywo m.in. przez stację Eurosport oraz Eurosport 2, w tym również w Polsce.

Szeroki zakres relacji telewizyjnych pozwolił sponsorom osiągnąć bardzo **wysoki poziom wartości medialnej**, który w przypadku takich marek jak Motul czy Pirelli już w 2013 roku wynosił od **650 tysięcy do 1,1 miliona Euro**. Dzięki znacznie większemu zasięgowi i oglądalności, liczby te w sezonie 2015 były jeszcze większe.

Relacje z wyścigów motocyklowych cieszą się w Polsce coraz większą popularnością, a wyniki oglądalności wynoszą ok. **200 tysięcy widzów podczas każdej rundy**. Z polskim zespołem w stawce mistrzostw świata liczby te z pewnością drastycznie wzrosną, co dokładnie pokazał już przykład Roberta Kubicy i Formuły 1.

Już teraz mogą Państwo dołączyć do grona sponsorów i partnerów zespołu LRP Poland u boku takich prestiżowych marek jak BMW i Pirelli, i stać się częścią jego sukcesu w 2016 roku.

Team LRP Poland

Zapraszamy do śledzenia naszych sukcesów na popularnych portalach internetowych a także transmitowanych w telewizji zmaganiach sportowych z naszym udziałem.

YouTube



facebook

