

EUROSPORT WCIĄŻ NAJBARDZIEJ POPULARNY WŚRÓD EUROPEJSKICH ELIT

European Media & Marketing Survey (EMS) od 1995 roku bada rynek ogólnoeuropejskich stacji telewizyjnych, międzynarodowych tytułów prasowych oraz międzynarodowych agencji. Przeprowadzane jest dwa razy w roku wśród najlepiej sytuowanych Europejczyków oraz kadry zarządzającej. Pomaga reklamodawcom w odpowiedni sposób alokować budżety reklamowe w różnego rodzaju mediach.

Najnowsze wyniki EMS już 13 rok z rzędu potwierdzają największą popularność Eurosportu wśród 20% najlepiej sytuowanych materialnie Europejczyków oraz 3% menedżerów, bez względu na porę oglądania telewizji: w ujęciu rocznym, miesięcznym czy tygodniowym.

EMS (Top 20%)

		Tygodniowe dotarcie %
1	Eurosport	31.2%
2	MTV	26.6%
3	Discovery	19.0%
4	Euronews	17.6%
5	CNN	17.6%
6	Sky News	15.7%
7	National Geographic	15.4%
8	BBC World	12.0%
9	TV5	7.3%
10	CNBC	6.6%
11	Travel Channel	6.4%
12	Bloomberg	6.2%

Źródło: 2007 EMS Winter Survey

EMS Select (Top 3%)

		Tygodniowe dotarcie %
1	Eurosport	34.2%
2	MTV	27.8%
3	CNN	24.4%
4	Discovery	22.3%
5	Sky News	21.8%
6	Euronews	19.9%
7	BBC World	17.3%
8	National Geographic	17.3%
9	Bloomberg	10.2%
10	CNBC	9.7%
11	TV5	8.3%
12	Travel Channel	7.5%