

Celem projektu jest koordynacja działań związanych z najbliższymi mistrzostwami Europy w piłce nożnej w mediach Grupy Agora.

Projekt obejmuje m.in. budowanie relacji z organizatorami i partnerami mistrzostw EURO 2012 oraz koordynację i wsparcie działań sponsoringowych i sprzedażowych mediów Agory na rynkach lokalnych i o zasięgu krajowym.

- Media Grupy Agora mają szerokie kompetencje redakcyjne, promocyjne i sprzedażowe. W projekcie EURO 2012 łączymy je, aby zaoferować naszym odbiorcom jakościowe, różnorodne, multimedialne treści związane z mistrzostwami, a organizatorom imprezy i reklamodawcom – unikalną, kompleksową, krajową i lokalną ofertę sponsoringową i reklamową wykorzystującą różne kanały dotarcia: prasę, internet, radio, reklamę zewnętrzną i kina. - powiedziała Marlena Jezierska, dyrektor projektu Euro 2012 w Agorze.

Wspólne działania mediów Agory przy okazji ostatnich mistrzostw Europy w piłce nożnej spotkały się z uznaniem międzynarodowego stowarzyszenia mediów INMA (International Newsmedia Marketing Association). Projekty zrealizowane przez „Gazetę Wyborczą” i Sport.pl zajęły drugie miejsce w organizowanym przez INMA międzynarodowym konkursie Football Media Competition.

Agora SA