



BBC
lifestyle

Styczeń 2012

Na antenie



Mistrz kuchni: Wielki konkurs

Największy i najtrudniejszy w Wielkiej Brytanii konkursu dla kucharzy-amatorów!



Extreme Makeover: Home Edition:

Ty Pennington oraz jego zespół projektantów i specjalistów budownictwa nadal spełnia "domowe" marzenia ludzi, którzy naprawdę zasługują na to, by spotkało ich coś dobrego.



James Martin: Słodczyce

Mistrz kulinarny James Martin sięga do najróżniejszych przepisów kulinarnych w celu przygotowania specjalnego deseru na każdą okazję.

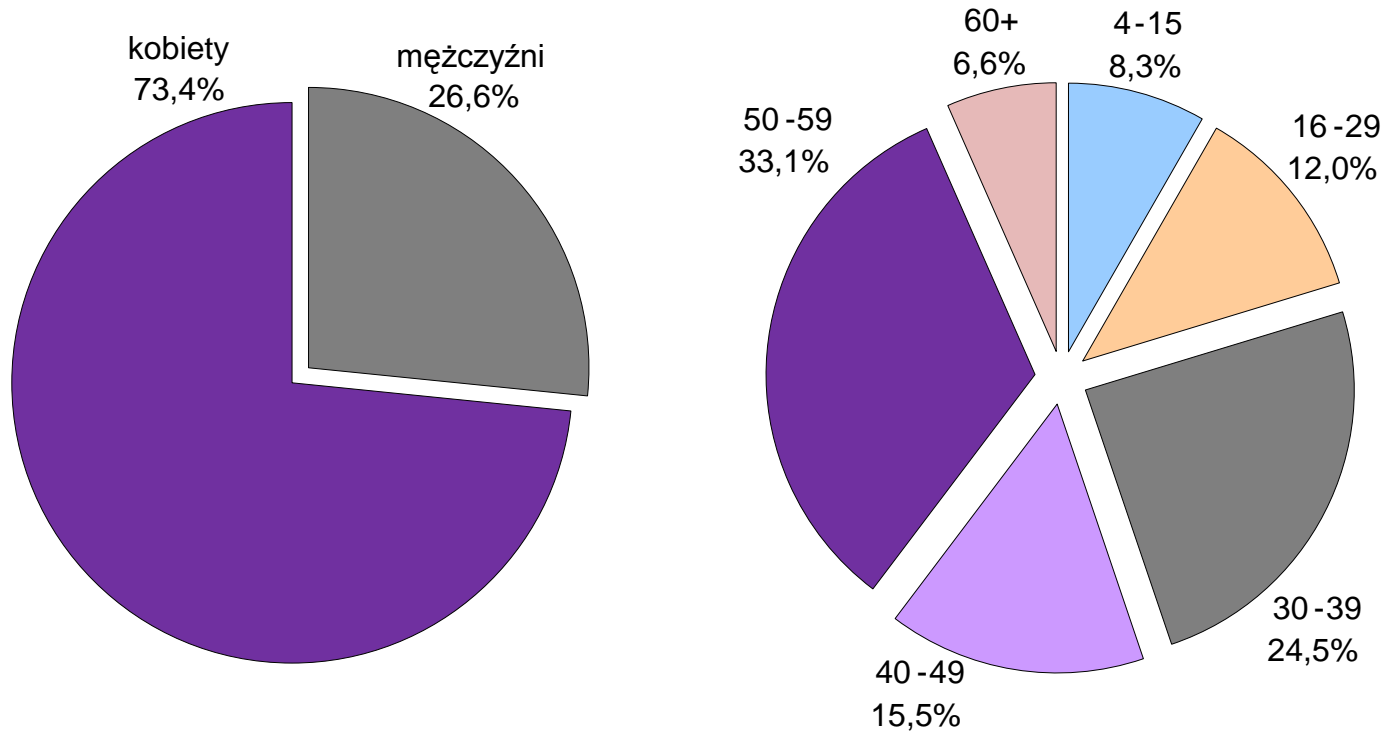


Kanał BBC Lifestyle
oglądało w grudniu 1 543 198 osób

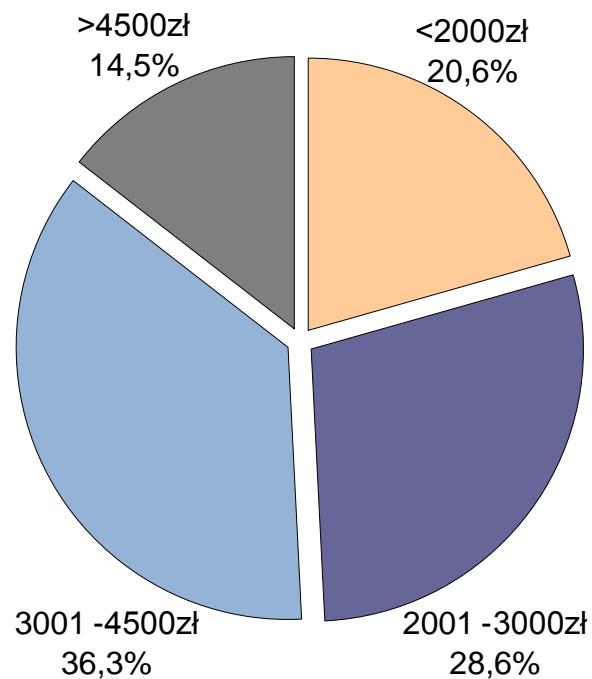
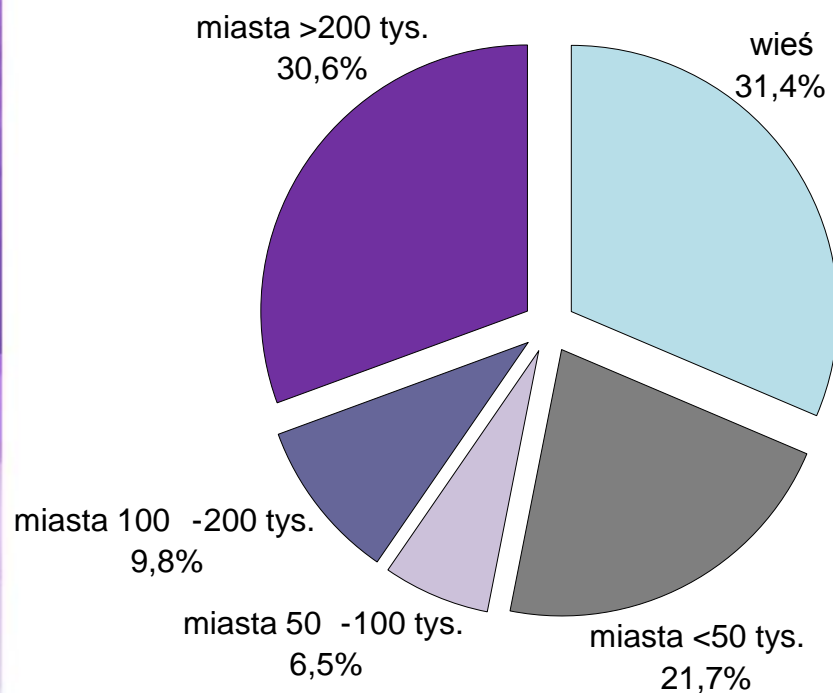
Zasięg techniczny stacji to
1,6 mln gospodarstw domowych.

Kanał BBC Lifestyle może być oglądany na platformie 'n' oraz w sieci kablowej UPC Polska

Struktura widowni: płeć i wiek



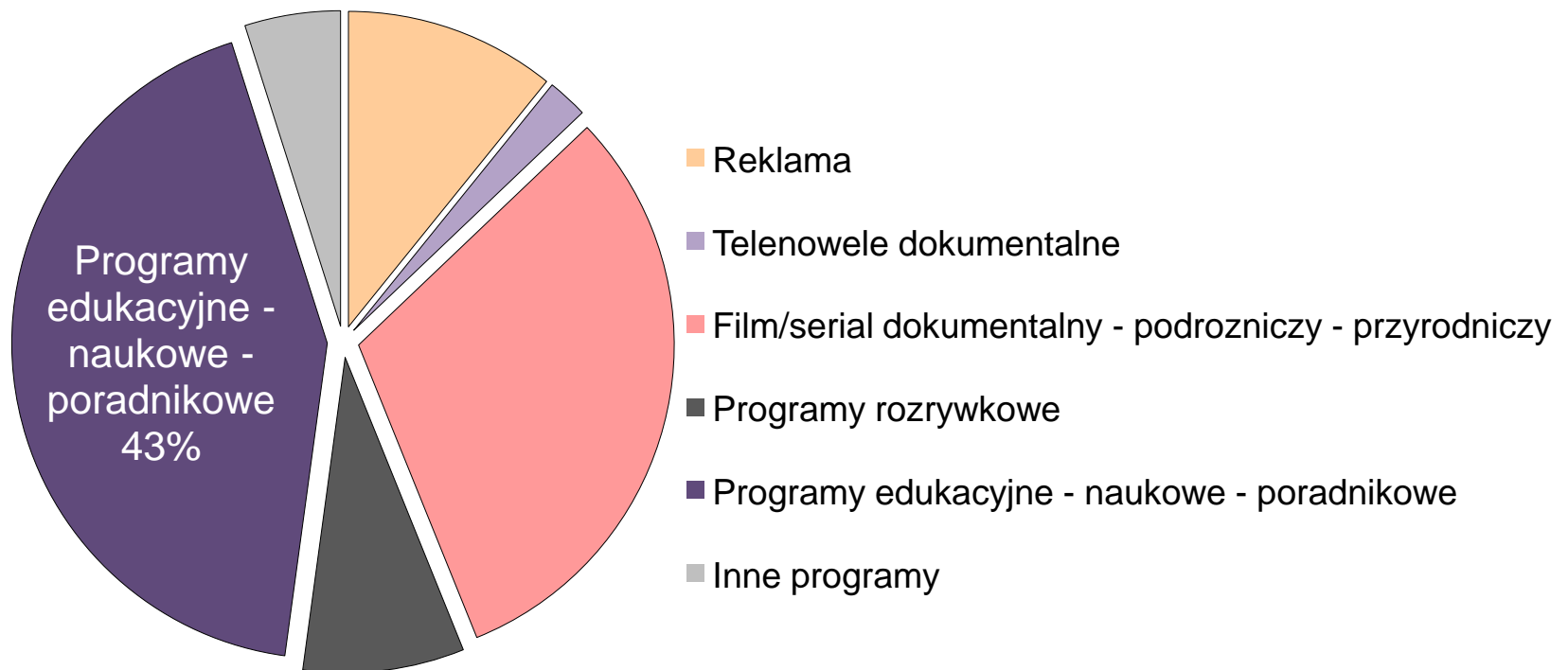
Struktura widowni: miejsce zamieszkania i dochody



Top programów

#	Tytuł	Data	Początek	Widownia (AMR)	Udział w oglądalności (SHR)
1	COME DINE WITH ME	25-09-2011	24:55:28	70 120	3,74%
2	10 YEARS YOUNGER	10-08-2011	19:59:40	66 018	0,53%
3	THE F WORD	25-09-2011	23:20:26	61 340	1,35%
4	IRON CHEF UK	05-08-2011	21:59:51	52 920	0,51%
5	INSIDE THE ROYAL WEDDING	04-12-2011	22:47:55	43 367	0,57%

Typ programów





BBC
lifestyle



Zapraszamy do współpracy

atmedia sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17
00-203 Warszawa

tel. +48 22 24 16 950
fax +48 22 24 16 723
www.atmedia.pl

ANEKS

BBC Lifestyle

jest dostępny w Atmedia:

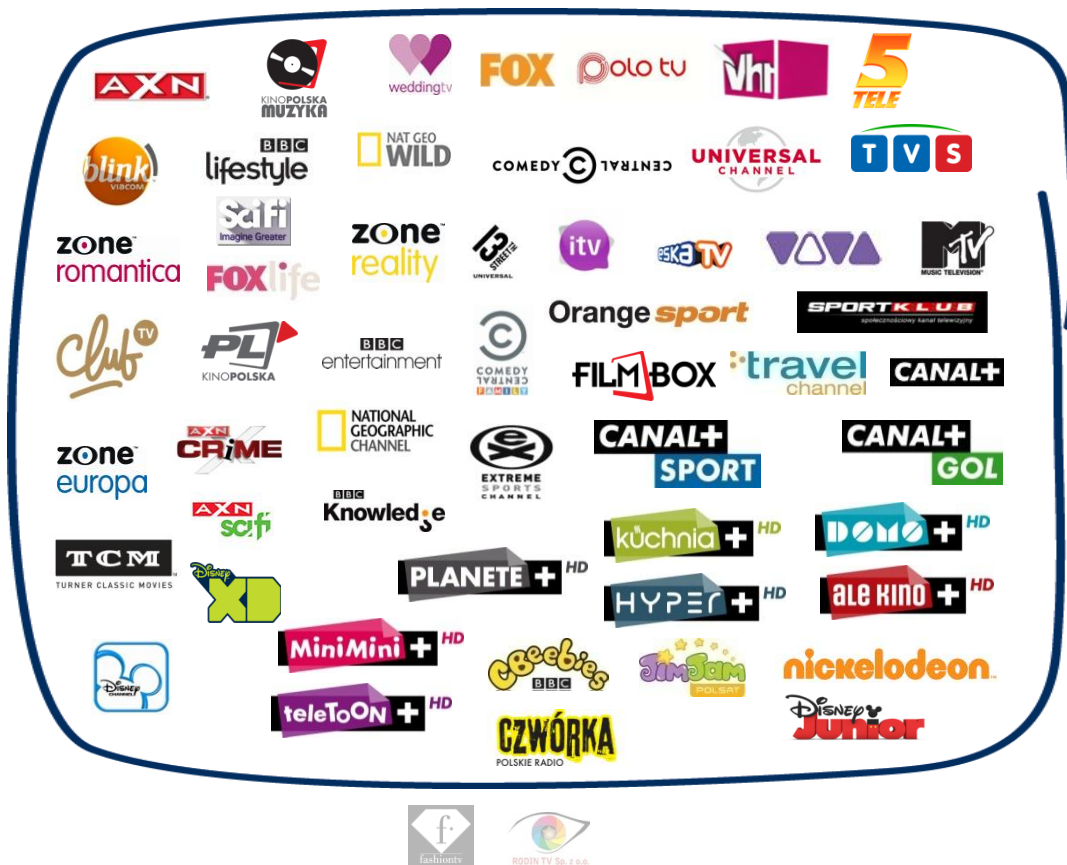
Atmax/Atmax select

Pakiety demograficzne

Atadults single

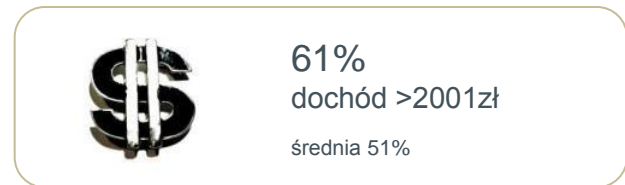
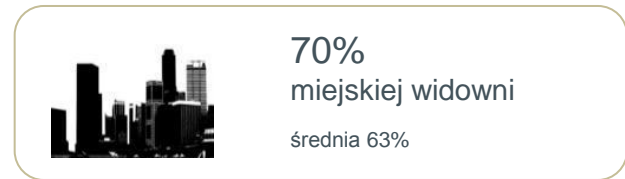
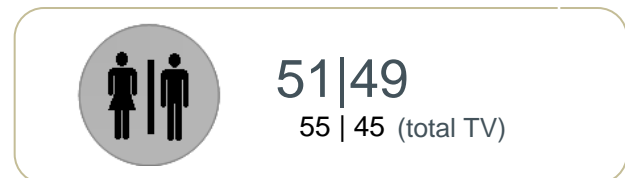
cennikowo/pakiety spotów

- > Pakiet budujący najszerszy zasięg w ofercie Atmedia.
- > Reklamodawca nie ma możliwości wyboru ani wykluczenia stacji.
- > W pakiecie mogą znaleźć się wszystkie stacje monitorowane przez NAM reprezentowane przez Atmedia.
- > Aby zamówić kampanię w pakiecie Atmax, reklama (produkt) musi spełniać wymogi Karty Zasad zlecenia reklamy w Atmedia.
- > Kampanie rozliczane w grupie wiekowej 16-49 lat.

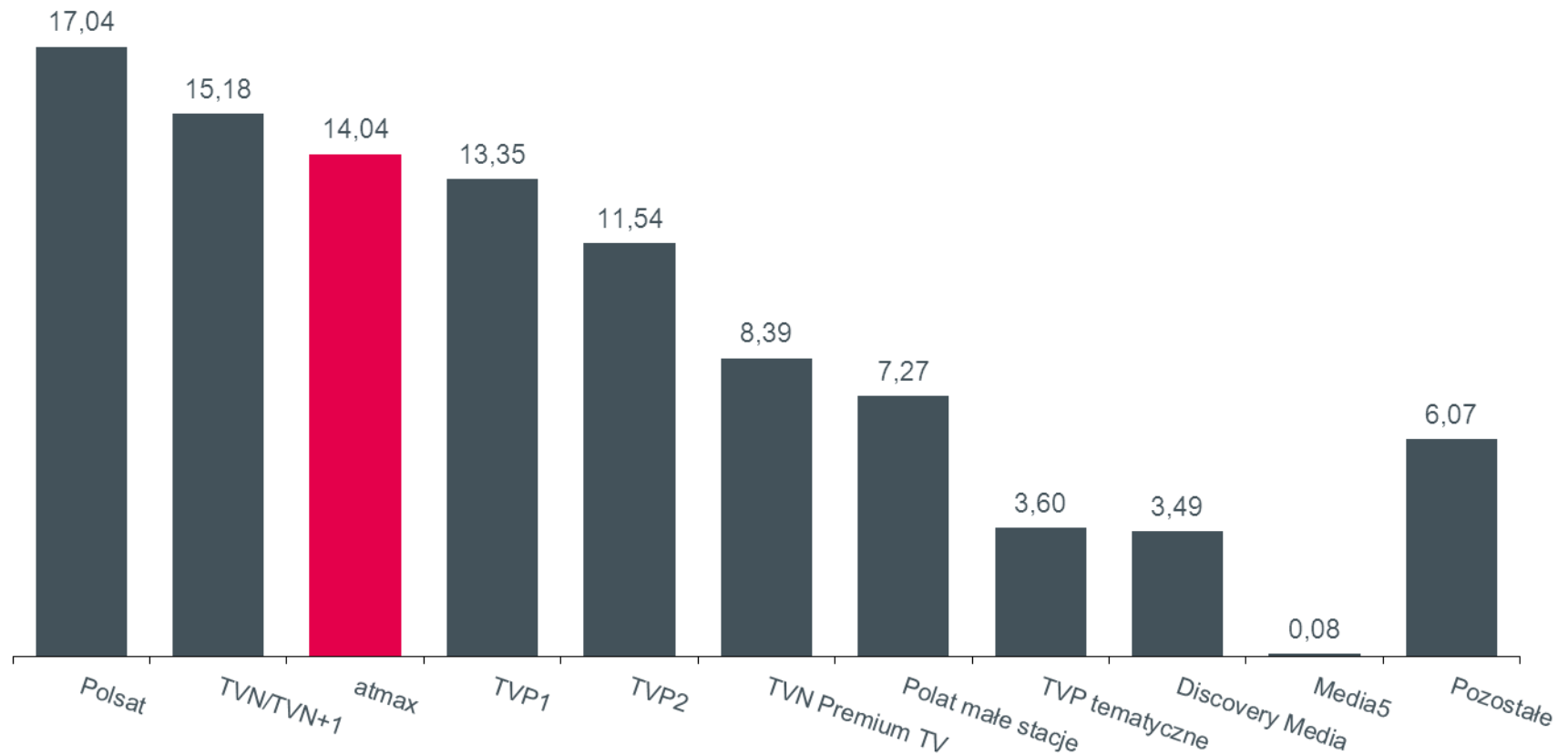


Zasięg (COV%)
68,4%

Udział (SHR%)
14,0%



Udziały stacji w oglądalności w grupie all 16-49



Siła kanałów kablowo-satelitarnych

