

## Пресс релиз

### Треть мировых потребителей используют гаджеты и приложения для мониторинга своего здоровья

Сентябрь 30, 2016

Наталья Игнатьева  
Т +7 495 937 7222  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)

Александр Федотов  
Т +7 495 937 7222  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)

Мария Коржова  
М +7 968 546 30 79  
[Maria.Korzova@gfk.com](mailto:Maria.Korzova@gfk.com)

- **В России, Великобритании, Австралии и Канаде таких - лишь 19%**

**Нюрнберг, 30 сентября 2016 – Международное исследование GfK, проведенное онлайн в 16 странах мира, показывает, что почти каждый третий (33%) отслеживает свою физическую активность с помощью различных приложений и устройств, таких как смарт-часы или фитнес-браслеты.**

В Китае эти гаджеты и приложения наиболее популярны: 45% онлайн-респондентов сопровождают физическую активность таким видом мониторинга. Следом со значительным отрывом идут Бразилия и США (29% в каждой из стран), Германия (28%) и Франция (26%).

В большинстве стран, включённых в исследование, лидерами в мониторинге физической активности с помощью гаджетов и приложений являются мужчины, однако в пяти странах результаты иные: здесь женщины активнее пользуются таким способом мониторинга показателей здоровья. Россия оказалась среди стран, где более активными являются женщины: 21% женщин и 17% мужчин отслеживают свою активность с помощью гаджетов и приложений. Остальные страны пятерки: Китай (48% женщин и 43% мужчин), Франция (27% и 25%), Австралия (20% и 18%) и Канада (20% и 19% соответственно).

Что касается возраста, то глобально активнее всех измеряют свои физические показатели возрастные группы 30-39 и 20-29 лет (41% и 39% соответственно). В России наблюдается другая тенденция: здесь самими активными группами являются 15-19 и 50-59, в каждой из них количество активных пользователей гаджетов и приложений достигает почти четверти опрошенных.

Мария Коржова, консультант, специалист по исследованию рынка носимых устройств GfK Rus: “Несмотря на активный рост рынка носимых устройств России, он по-прежнему находится на стадии становления, чем можно объяснить значительные отличия от общемировых результатов. Для успешного продвижения продукции на рынке РФ необходимо не только идти в ногу со стремительно развивающимися технологиями, но и понимать привычки локального потребителя”.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Т +49 911 395 0

Management Board:  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Speaker of the Management Board)  
Christian Diedrich (CFO)  
Matthias Hartmann  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

Интересно, что среди тинейджеров (15-19 лет) и 20-29-летних почти четверть респондентов сказали, что, хотя и не отслеживают сейчас показатели своего здоровья с помощью гаджетов, но делали это в прошлом. Такие потребители могут быть интересны для ритейлеров и производителей – грамотно подобранная коммуникация способна вернуть их в ряды “действующих” пользователей.

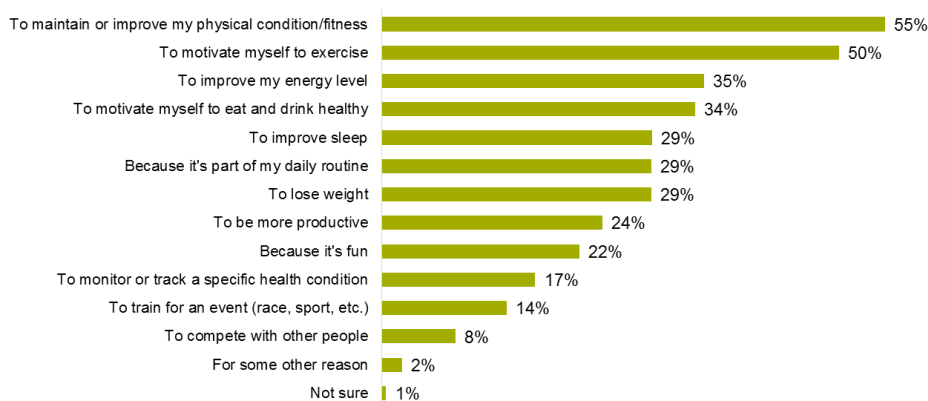
### Для чего людям нужен мониторинг физической активности

Более половины (55%) тех, кто отслеживает состояние своего здоровья и физическую активность делают это, чтобы «улучшить свою физическую форму» - такой ответ стал самым распространенным во всех странах, принявших участие в исследовании.

Вторая по популярности причина для мониторинга физической активности с помощью гаджетов – мотивация к занятиям спортом или упражнениями. Этот ответ выбрали 50% опрошенных.

«Стать энергичнее» и «мотивировать себя на здоровое питание» - так ответили более трети участников исследования. 29% указали, что хотят «улучшить свой сон», а четверть потребителей рассчитывает с помощью гаджетов и приложений стать продуктивнее.

22% респондентов считает, что пользоваться гаджетами «интересно», наконец, 14% сказали, что гаджеты помогают им тренироваться для какого-либо определенного мероприятия. Такие ответы – напоминание, что функции, которые нравятся пользователям подобных устройств не обязательно несут в себе исключительно спортивную составляющую.



Источник: онлайн-опрос GfK среди 4900 Интернет-пользователей (15+, в России – 16+) в 16 странах мира, использующих в настоящее время гаджеты или приложения для мониторинга физической активности; разрешено выбирать несколько ответов.

Итоги исследования прокомментировал Ян Вассманн, глобальный руководитель по исследованиям рынка носимых устройств GfK: “Результаты исследования показывают, что мониторинг своего

здоровья или физической активности интересует не только увлеченных спортом молодых потребителей. Комбинируя эти инсайты с нашими данными о продажах носимых устройств, производители и ритейлеры могут лучше понять свою целевую аудиторию и оптимизировать позиционирование продуктов”.

Чтобы загрузить полную версию исследования в 16 странах, перейдите по ссылке: [www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/](http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/)

### **Об исследовании**

Онлайн исследование GfK проводилось среди 20000 респондентов в возрасте от 15 лет (в России - от 16 лет) в 16 странах мира. Полевой этап исследования завершился летом 2016, полученные данные были взвешены для отображения демографического состава онлайн-населения в возрасте 15+ (в России: 16+). Страны, принявшие участие в исследовании: Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Италия, Мексика, Нидерланды, Россия, Южная Корея, Испания, Великобритания и США.

### **О компании GfK**

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.ru](http://www.GfK.ru) или в Твиттере GfK: [https://twitter.com/GfK\\_Rus](https://twitter.com/GfK_Rus)

Responsible under press legislation:  
GfK SE, Global Communications  
Jan Saeger  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany  
T +49 911 395 4440  
[press@gfk.com](mailto:press@gfk.com)