

Пресс-релиз

Рейтинг GfK: Самые популярные и самые зрелищные матчи 1/8 финала Чемпионата мира по футболу в России

5 июля 2018

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Москва, 5 июля 2018 - Компания GfK, которая изучает что люди смотрят и покупают и почему, провела исследование аудитории матчей 1/8 финала Чемпионата мира по футболу и измерила впечатления российских зрителей от игры команд. Исследование охватывало жителей городов с населением 100 тыс.+ (Европейская часть и Урал) в возрасте от 15 до 60 лет.

Футбол в России — это по-прежнему телевизионное зрелище. Большинство россиян смотрели матчи 1/8 финала по телевизору (82%) и дома. Однако аудитория, отдавших предпочтение экрану компьютера, смартфона или планшета, составила уже ощутимые 17%.

Самые популярные матчи

Самым большим по охвату аудитории оказался матч Россия-Испания, в крупных городах хотя бы один тайм в прямой трансляции смотрели более 58% российских зрителей в возрасте от 15 до 60 лет, а с учетом тех, кто смотрел матч в записи или посмотрел только небольшие отрывки, аудитория матча составила 69%. Вторым по популярности был матч Уругвай-Португалия – 35% смотрели его в прямом эфире, а общая аудитория составила 44%. На третьем месте – матч Хорватия-Дания. Здесь аудитория прямой трансляции составила 32%, а общая аудитория – 42%.

Самые зрелищные

Самыми зрелищными матчами, по мнению тех, кто их смотрел, стали матчи Бельгия-Япония (оценка 9,08 по 10-балльной шкале), Франция-Аргентина (8,92 балла), Уругвай-Португалия (8,74).

За кого болеем

Если в матче Россия-Испания все было однозначно, и подавляющее большинство (96%) российских зрителей болели за свою сборную, то в других матчах предпочтения россиян по-разному распределились между играющими командами. Причем далеко не всегда россияне



болели за фаворитов. Так в самом зрелищном, по мнению российской аудитории, матче 1/8 финала Бельгия-Япония симпатии зрителей были скорее на стороне японской команды (45% против 37% за бельгийцев). А вот в матче Колумбия-Англия российская аудитория в большинстве болела за Колумбию (55% против 27% за англичан).

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus