

Пресс-релиз

Исследование GfK: Чемпионат мира по футболу в России - больше чем футбол

14 марта 2018

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Москва, 14 марта 2018 - GfK изучила зрительскую аудиторию Чемпионата мира по футболу в России. Данные были получены в ходе Всероссийского репрезентативного опроса населения России «Такова спортивная жизнь» на выборке 2 200 респондентов в возрасте 16+, чтобы выяснить отношение россиян к спорту и физкультуре в целом, к спортивным событиям и, в частности, Чемпионату мира по футболу.

«Для россиян Чемпионат мира по футболу в России это больше чем футбол. Это престиж страны и азартное развлекательное шоу, которое люди с нетерпением ждут, - комментирует результаты исследования Александр Демидов, генеральный директор (CEO) GfK Rus. И это большое маркетинговое событие и для ритейлеров, и производителей. Наше исследование дает четкое понимание аудитории, которая будет смотреть и посещать события Чемпионата».

По данным GfK, 42% опрошенных россиян в возрасте старше 16 лет планируют активно следить за событиями Чемпионата: смотреть матчи по TV или в Интернете. Это потенциальная аудитория размером свыше 40+ млн. человек. При этом аудитория фанатов футбола – тех, кто планирует смотреть каждый матч, - составляет 21%.

Как и ожидалось, ядро аудитории Чемпионата мира по футболу в 2018 году в России составят мужчины. Исследование GfK показало, что 59% российских мужчин и 26% женщин планируют смотреть все или отдельные матчи. Истинных фанатов – тех, кто хочет смотреть все матчи Чемпионата, - среди мужчин получилось 32%, а вот среди женщин таких существенно меньше (лишь 11%).

Интересно, что, если посмотреть по возрастам, то наиболее активно намерены следить за событиями Чемпионата мира по футболу в России так называемые миллениалы (16-29 лет) и зрелые потребители 40-49 лет. На уровне регионов интерес к ТВ или онлайн просмотру события наблюдается везде, но особенно - в Южном Федеральном Округе, Москве, Поволжье, где наиболее высокая доля тех, кто планирует смотреть каждый матч.

11% опрошенных россиян говорят о том, что хотели бы увидеть хотя бы один матч вживую. Из них 3% заявляют, что определенно планируют посетить какие-то матчи (какой-то один матч) чемпионата мира по футболу на стадионе. Таким образом, потенциальная российская аудитория зрителей матчей Чемпионата непосредственно на стадионах могла бы составить от 3 до 10 млн. человек.

Интерес россиян к Чемпионату мира по футболу в 2018 году объясняется двумя факторами. Футбол – это самое популярное спортивное зрелище в России. Согласно исследованию GfK, в обычной жизни трансляции матчей по футболу смотрят 21% россиян в возрасте старше 16 лет (следом идут фигурное катание с аудиторией 16% россиян старше 16 лет и хоккей (15%)). Кроме этого, многие россияне считают, что проведение Чемпионата мира по футболу в России это событие, важное для престижа страны. 56% ожидают, что проведение чемпионата мира по футболу в России поднимет престиж нашей страны, 17% - что нет. Остальные считают, что никак не повлияет или затрудняются ответить.

Почему же в стране, где такой большой интерес к футболу, лишь 10% из тех, кто занимается физкультурой и спортом, занимается футболом? Одной из предположительных причин может являться недостаток спортивных сооружений, в том числе и всепогодных, что актуально для футбола.

Ранее GfK публиковала из этого исследования данные, посвященные спортивной жизни потребителей в России и ее регионах.

Ознакомиться с материалами можно здесь:

<http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-lish-kazhdyi-tretii-rossijanin-zanimaetsja-sportom-ili-fizkulturoi/>

Об исследовании

Релиз подготовлен на базе отчета по результатам Всероссийского опроса GfK (Омнибус GfK) «Такова спортивная жизнь».

Выборка – 2100 респондентов, репрезентативна населению России.

Есть возможность разбивки по демографии и федеральным регионам России.

Сбор данных – личные интервью, ноябрь 2017 года.

Вопросы, изученные в ходе исследования:

1. Частота занятий спортом за 6 месяцев
2. Виды спорта
3. Место занятий спортом
4. Просмотр соревнований
5. Планирование просмотра Чемпионата мира по футболу 2018
6. Планирование посещения Чемпионата
7. Отношение к Чемпионату мира - престиж страны

8. Спонтанное знание брендов/марок спортивных товаров
9. Спонтанное знание сетей спортивных магазинов
10. Спонтанное знание сетей спортивных фитнес-клубов

О компании

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