



Евро 2016

Болельщики, спонсоры и цифровые технологии - темы нашего исследования накануне чемпионата

Чемпионат Европы-2016 по футболу проходит во Франции с 10 июня по 10 июля 2016 в десяти французских городах. Телевизионные трансляции матчей чемпионата активно смотрят во всем мире, в России по данным нашего исследования за соревнованиями собираются следить около 80% любителей футбола.

Яркие эмоции, красивая игра мирового уровня и командный дух во время проведения футбольного турнира привлекают внимание болельщиков, а для компаний спонсоров дают уникальную возможность для продвижения бренда, увеличения узнаваемости и подтверждения статуса лидера в своей области.



Официальные спонсоры и не только в преддверии чемпионата проводят традиционные рекламные кампании в СМИ, специальные акции, конкурсы, розыгрыши билетов и призов, которые положительно влияют на имидж бренда.

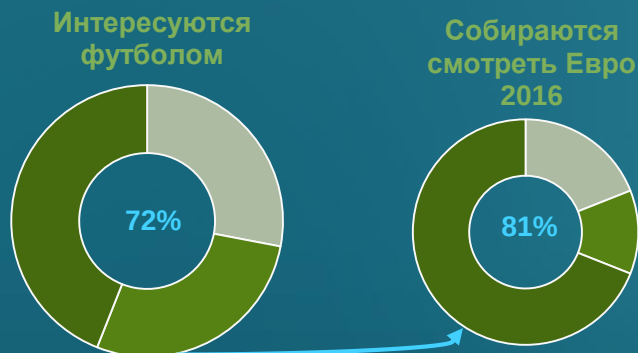
В связи с ростом цифровых технологий медиапотребление значительно изменилось в последние годы. Сегодня интерес болельщиков к футболу не ограничивается только просмотром телевизионных трансляций – все активнее используются возможности интернета, мобильных приложений и социальных сетей.

Содержание первой волны исследования:

- Интерес к Евро 2016
- Медиа потребление и цифровые технологии
- Оценка активности спонсорских кампаний

Вторая волна исследования пройдет после чемпионата Европы по футболу.

Футбол один из наиболее привлекательных видов спорта для российской аудитории. Следить за Евро будет 81% футбольных болельщиков.



Футбол традиционно вызывает интерес у российской аудитории – 72% интересуются этим видом спорта, 44% активные болельщики, 28% умеренные.

Следить за событиями чемпионата будут 81% любителей футбола – 69% по собственной инициативе, 12% - за компанию

В целом интерес к Евро 2016 проявляют 76% футбольных болельщиков, из них 52% активный, 24% умеренный, еще 16% относятся к чемпионату нейтрально.

Активных фанатов, которые проявляют любовь к футболу в течение года на стадионе - 42%, остальные следят за футболом дистанционно.



Смотрят футбол дистанционно – 58%



Ходят на стадион хотя бы раз в год – 42%

Среди чемпионатов мирового уровня футбольные турниры, Олимпиады и хоккей наиболее привлекательны для болельщиков по сравнению с такими видами спорта как автомобильные гонки, теннис и гольф. Наибольший интерес вызывает предстоящий в России ЧМ по футболу – 68%.

Соревнования международного уровня привлекают зрителей прежде всего своей престижностью, зрелищностью, высоким классом игры и уровнем участников.

В отличие от Олимпийских игр, которые зрители воспринимают как арену инноваций, футбольные чемпионаты относят к более традиционным соревнованиям.

К сожалению, на фоне последних допинг-скандалов только треть болельщиков считает, что борьба ведется честно.

Интерес к международным соревнованиям



Чемпионат мира по футболу 2018 – 87%

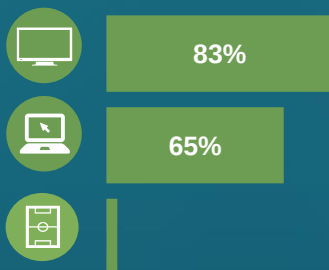


Олимпиада 2016 в Рио – 86%



Евро 2016 – 76%

Болельщики собираются смотреть Евро 2016 прежде всего по ТВ, второй канал просмотра трансляций и новостей чемпионата – интернет.



Просмотр трансляций и новостей о Евро 2016 по ТВ лидирует по сравнению с интернетом 82% vs 65%, мобильным интернетом собираются пользоваться 34%, лишь 14 счастливчиков среди респондентов (< 5%) собираются смотреть матчи на стадионе во Франции.

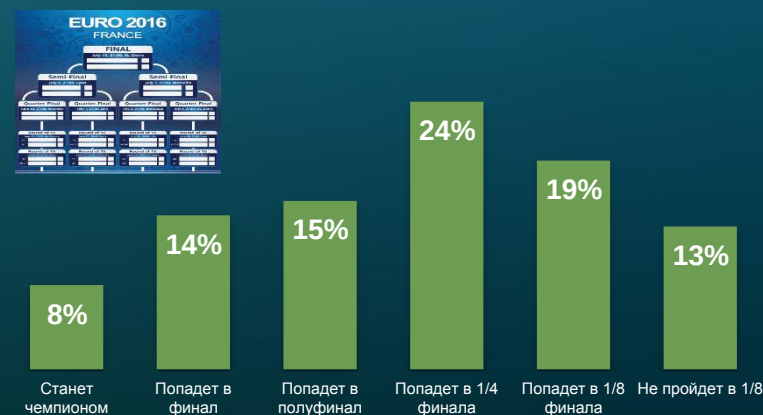
Футбол это азартный и зрелищный спорт, а эмоции от просмотра приятно с кем-то разделить.

Большинство болельщиков собираются смотреть матчи вместе с членами семьи – 53% или в небольшой компании друзей – 39%, реже в одиночестве, с коллегами или в большой компании. Социальное общение важный фактор для футбольных болельщиков – 26% собираются следить за Евро 2016, в частности для того, чтобы провести время с друзьями и обсудить с ними матчи.



Большинство болельщиков - 52% собираются смотреть как можно больше матчей Евро 2016, 20% намерены смотреть только матчи с участием российской сборной, при этом 12% прекратят следить за чемпионатом, если российская команда не пройдет в очередной тур. Шансы на победу нашей сборной болельщики оценивают не очень высоко, однако 8% на это все-таки надеется, 13% считают, что сборная не пройдет даже в 1/8 финала, наиболее вероятный сценарий по мнению 24% - выход в 1/4 финала.

Какое место займет сборная России

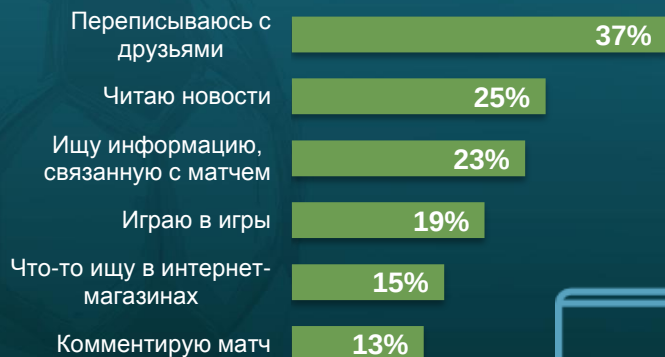


Несмотря на лидерство ТВ, внимание к нему во время трансляций футбола обычно приковано не полностью

Одновременно с просмотром матчей 85% болельщиков используют время от времени второй экран, прежде всего смартфон – 68%. Чаще это занятия не относящиеся к футболу – переписка с друзьями и чтение новостей.

Контент, связанный с матчем, ищут 23%, активно взаимодействуют на эту тему, комментируют и обсуждают матч в сети – 13%.

Что делают одновременно с просмотром футбола по ТВ



Развитие цифровых технологий закономерно приводит к тому, что болельщики чаще по сравнению с прошлым годом смотрят трансляции на смартфоне, планшете и ноутбуке, чаще используют социальные сети для получения и обмена информацией на тему спорта, набирает популярность просмотры коротких видео на спортивную тематику.

Что, если говорить о спорте, по сравнению с прошлым годом делают чаще

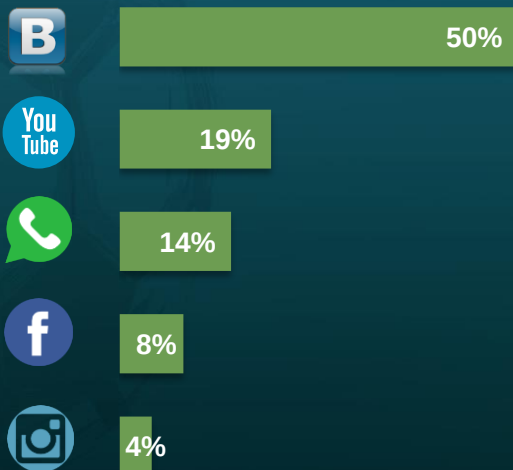


Во время чемпионата Евро 2016 болельщики намерены активно использовать социальные сети, чтобы делиться впечатлениями и информацией

Болельщики Евро 2016 собираются использовать социальные сети прежде всего чтобы комментировать события, делиться ссылками, фото, видео и следить за спортсменами в социальных сетях.

Хорошая новость для брендов и партнеров Евро 2016 – их активность в социальных сетях не остается без внимания - интерес к их постам, фото и видео в наиболее популярной социальной сети Вконтакте проявляет около 30%, взаимодействовать со спонсорами намерены – 15%.

Какими мобильными приложениями пользуются чаще всего



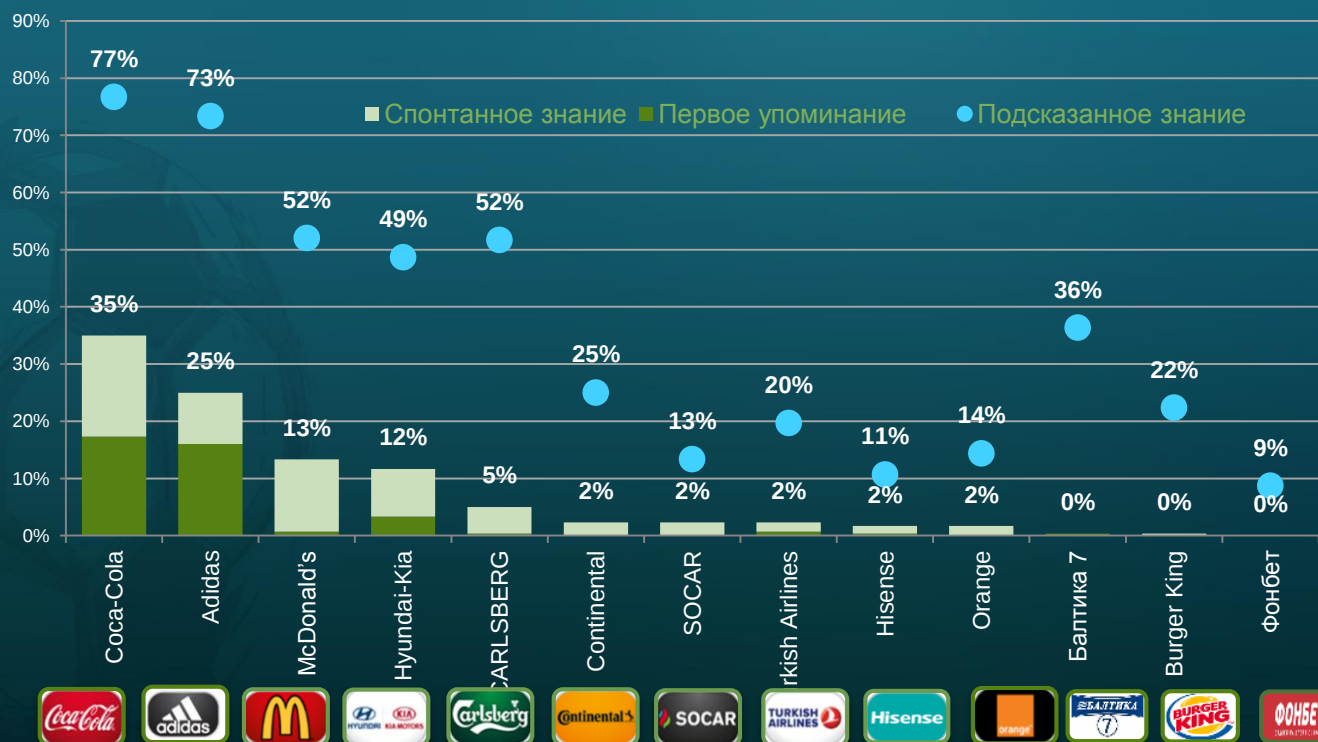
Как намерены использовать соц сеть ВК во время Евро 2016



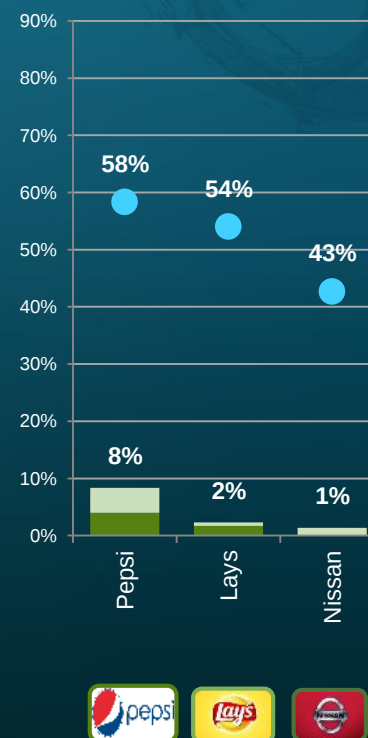
Самый известный спонсор Евро 2016 до начала чемпионата – Coca-Cola.

Официальные спонсоры, которых любители футбола хорошо знали еще до начала чемпионата – Coca-Cola, Adidas и McDonalds. Nissan, Pepsi и Lays также называют среди спонсоров Евро-2016, хотя они ими не являются. В сознании болельщиков эти бренды прочно связаны с территорией футбола, так как являются спонсорами другого футбольного чемпионата – Лиги чемпионов УЕФА, а так же в связи с промо-акциями и спец проектами на футбольную тему, которые проводились до начала чемпионата, например, Lays – стадион призов.

Официальные спонсоры и партнеры Евро 2016



Не спонсоры Евро 2016



Спонсорство Евро 2016 улучшает имидж брендов

Самыми подходящими спонсорами Евро 2016 респонденты считают спортивный бренд Adidas – 82%, автомобильные бренды и безалкогольные напитки, позитивно, но с меньшей благосклонностью воспринимают спонсорство пивных брендов и фаст-фуда.

Подходит ли бренд для того, чтобы быть спонсором Евро 2016?



Спонсорство футбольного чемпионата благоприятно сказывается на имидже бренда-спонсора, улучшая мнение о компании в среднем у половины болельщиков, знающих о спонсорской активности бренда.

Среди спонсорских активностей больше всего зрители обращают внимание на рекламу по ТВ, рекламу во время матча и рекламу в интернете. Активности в социальных сетях помнят 10-15% респондентов.

Спонсорская активность бренда не только привлекает внимание, но и создает информационные повод для обсуждения среди 30-40% болельщиков, знающих о спонсорстве бренда, и, как правило, спонсорство обсуждается в позитивной тональности.

