

**ВОВЛЕЧЕННОСТЬ**

**В СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ**

**И ОТНОШЕНИЕ К СПОНСОРСТВУ**

**ИССЛЕДОВАНИЕ  
В СИНДИКАТИВНОМ  
СООБЩЕСТВЕ IPSOS в России**

**ЯНВАРЬ, 2021**

**GAME CHANGERS**





# МИР СПОРТА В ЭПОХУ COVID-19

Пандемия коронавируса оказала огромное влияние на спортивную индустрию, но любовь к спорту и зрелищным мероприятиям не стала меньше. В этом исследовании раскроем, что ценят зрители в спортивных соревнованиях и как относятся к тем, благодаря кому они проводятся.



- 1** Как выбирают зрители «свой» спорт? Что формирует вовлеченность?
- 2** Зачем идут на матч и смотрят трансляции?
- 3** Как относятся к спонсорству?
- 4** Что изменил Covid-19?



**В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА – КАКИЕ СПОНСОРЫ ВЫЗЫВАЮТ У ЗРИТЕЛЕЙ НАИБОЛЬШЕЕ УВАЖЕНИЕ?**

## 1 ЗРИТЕЛИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

- Типология зрителей спортивных мероприятий: фанаты, болельщики, сочувствующие и зрители
- Их потребности

## 2 СМОТРЕНИЕ И ПОСЕЩЕНИЕ

- Критерии выбора спортивных мероприятий
- Драйверы просмотра трансляций и посещения спортивных событий

## 3 ВОСПРИЯТИЕ СПОНСОРСТВА

- Релевантность бизнеса спорту (какие бренды приветствуются?)
- Влияние спонсорства на имидж бренда

## 4 НОВЫЕ РЕАЛИИ

- Посещение спортивных событий во времена Covid-19: опыт зрителей
- Планы на просмотр международных соревнований в 2021



**ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЁТА 210 ТЫС РУБ БЕЗ НДС**



# КАК ЗРИТЕЛИ ОТНОСЯТСЯ К СПОНСОРАМ?



*Когда я вижу, что какая-то компания является спонсором определенного спортивного мероприятия или спортивной команды, это говорит, что компания солидная, думает не только о своей прибыли, но и поддержке спорта (ж, Москва, 51)*



## ПОЛОЖИТЕЛЬНО

- Компании-спонсоры способствуют развитию, а следовательно, и достижениям команды / спортсменов
- Воспринимаются как думающие не только о прибыли, но и о вкладе в социальную жизнь, заботящиеся об обществе в целом
- Многие отмечают, что при прочих равных могут отдавать предпочтение товарам компаний-спонсоров (особенно для FMCG)

## ИЛИ НЕЙТРАЛЬНО

- Компания принимает решение о спонсорстве исключительно из маркетинговых целей, четко понимая собственные выгоды
- Поэтому, хотя вложение денег в команду, спортсмена, мероприятие рассматривается положительно, сам факт спонсорства в меньшей степени влияет на выбор покупателя.
- Спонсорство способствует поддержанию имиджа «компания на слуху», подчеркивает финансовую состоятельность бизнеса, однако это далеко не всегда делает марку ближе к потребителю



*Я люблю спорт и обращаю внимание именно на него, люблю спортсменов и радуюсь их успехам. Я не особо задаюсь таким вопросом, как кто и кого спонсирует. Приходя на матч, я слежу за игрой, а не за рекламными баннерами. Я совершенно нейтрально отношусь к спонсорству. (ж, Москва, 19)*



## О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных городов России.



**МЕТОДОЛОГИЯ:** качественное исследование  
**КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:** 30-40 респондентов

## ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2020 ГОДУ

- ▣ Геймификация в ритейле
- ▣ Китайские автомобили
- ▣ Суперфуды и модные ингредиенты глазами массового потребителя
- ▣ Экосистемы, умный дом и интернет вещей
- ▣ Восприятие электромобилей
- ▣ Киберспорт
- ▣ Красота, женственность, сексуальность
- ▣ Отношение к стрессу
- ▣ Новый год и новогодние подарки
- ▣ Вовлеченность в спортивные события и отношение к спонсорству в спорте

## ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

## ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 6 отчетов	Опция 3 12 отчетов
210 000 руб.	980 000 руб.	1 890 000 руб.

- ▣ 1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2020
- ▣ В конце каждой 3 недели предоставляется отчёт (summary в формате объемом до 15-20 слайдов)

## Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

### Области применения:

**Тема по запросу**  
от 240 000 руб.

**Сроки**  
1 неделя от брифа до отчета

- ▣ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▣ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▣ Предварительный этап для другого исследования



## СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

[Ekaterina.Kotova@ipsos.com](mailto:Ekaterina.Kotova@ipsos.com)

Цены указаны без учёта НДС (20%)