
Jak wynika z raportu Analytics and Insight, działu badawczego MEC dla 71 proc. Polaków organizacja EURO 2012 w Polsce jest ważnym wydarzeniem. Polacy wierzą, że przyniesie to Polsce korzyści. Pozytywnie oceniają aktywność sponsorów, choć spontanicznie trudno jest im ich wymienić.

Pod koniec czerwca 2011 roku Analytics and Insight, dział badawczy domu mediowego MEC, przeprowadził badania na grupie 1621 respondentów metodą CAWI. Celem było poznanie opinii Polaków na temat EURO 2012, na rok przed organizacją tej prestiżowej imprezy sportowej. Dla 71 proc. respondentów EURO 2012 jest ważnym wydarzeniem. Respondenci wskazywali przede wszystkim, że organizacja imprezy piłkarskiej przyczyni się do rozwoju turystyki i infrastruktury lokalnej. Ponadto przyspieszy rozwój gospodarczy kraju i przyciągnie nowe inwestycje zagraniczne.

Aż 67 proc. Polaków czuje się osobiście gospodarzem EURO 2012. Blisko 70 proc. Polaków uważa, że organizacja EURO 2012 wpłynie pozytywnie na samoocenę Polaków po mistrzostwach. Połowa rodaków jest pewna, że będziemy umieli stworzyć dobrą atmosferę dla kibiców. EURO 2012 wzbudza w nas głównie pozytywne emocje, przeważają zadowolenie (65 proc.), radość (57 proc.), duma (51 proc.) i podekscytowanie (48 proc.), choć mamy również obawy związane z organizacją imprezy (56 proc.).

Dla 70 proc. Polaków najatrakcyjniejszą formą kibicowania jest oglądanie meczów – w pubach, w domu i na żywo na stadionach. 69 proc. deklaruje, że będzie oglądać mecze w domu, 34 proc. wybierze się do pubów i klubów, a 16 proc. kupi akcesoria kibica.

Polacy doceniają działania sponsorów – 55 proc. twierdzi, że to dobrze, że firmy angażują się w sponsorowanie sportu. Nieco gorzej Polacy rozpoznają sponsorów mistrzostw – na poziomie znajomości spontanicznej najczęściej wskazywani są: Carlsberg (19 proc.), Coca-Cola (18 proc.), McDonald's (14 proc.), Orange (11 proc.).

Ciekawostką jest, że prawie 30 proc. ankietowanych twierdzi, że sponsorzy powinni mieć możliwość wpływu na decyzje personalne np. wybór trenera.

Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) na próbie 1621 respondentów powyżej 15 lat w czerwcu 2011

MEC