

CUP-O-NOMICS

Międzynarodowe badanie ING na temat postrzegania piłki nożnej przez konsumentów w Polsce i Europie

Wyniki badania przeprowadzonego dla Grupy ING przez IPSOS

czerwiec 2016

Kibicuj sercem, inwestuj głową

Z badania ING wynika, że blisko dwie trzecie respondentów (64%) kibicuje własnej drużynie narodowej. Jeśli z tej grupy wyłączymy osoby, które nie kibicują żadnemu zespołowi, odsetek ten wzrośnie do 79%.

Polacy wyróżniają się na tle innych krajów bardzo wysokim poparciem dla własnej reprezentacji (72%), przy dosyć niskiej wierze w jej zwycięstwo (18%). Polska zajęła pod względem poparcia własnej drużyny czwarte miejsce na 13 badanych krajów.

W zwycięstwo własnej drużyny najbardziej wierzą Niemcy (55%) oraz Hiszpanie (54%). Stosunkowo wysoką wiarę w zwycięstwo reprezentacji własnego kraju odnotowano także we Włoszech (28%) i Turcji (27%).

Można to wiązać ze zjawiskiem *home bias*, czyli skłonnością do faworyzowania lokalnych aktywów. W finansach, pojęcie to oznacza sytuację, gdy inwestorzy nadmiernie inwestują we własnym kraju.

Poparcie i wiara we własną reprezentację

	Kibicuję swojej reprezentacji	Wierzę w zwycięstwo swojej reprezentacji
Włochy	80%	28%
Turkey	80%	27%
Hiszpania	73%	54%
Polska	72%	18%
Rumunia	65%	10%
Niemcy	59%	55%
Wielka Brytania	58%	12%
Czechy	58%	11%
Belgia	56%	26%
Austria	50%	10%
Francja	49%	23%

Jak football wycenia talent

Na podstawie szacunku wartości transferowych piłkarzy reprezentacji narodowych, wyliczanych przez serwis Transfermarkt, stworzyliśmy ranking najwyższej wycenianych drużyn Euro 2016.

Najdroższą reprezentacją jest zespół Hiszpanii – wyceniany na 658 mln € - tyle wynosi wartość transferowa 23 graczy typowanych do udziału w turnieju. Najdroższym piłkarzem „La Roja” jest pomocnik Sergio Busquets (47 mln). Jego wycena jest jednak o połowę niższa niż Cristiano Ronaldo (103 mln). Wartość Portugalczyka przewyższa wycenę 9 innych reprezentacji biorących udział w mistrzostwach. Drugim najdroższym piłkarzem turnieju jest Walijszyk Gareth Bale. Jego wartość (80 mln) to prawie połowa wyceny całej walijskiej reprezentacji.

Jednym z najbardziej wartościowych graczy Euro 2016, a za razem najdroższym polskim piłkarzem jest Robert Lewandowski, wyceniany na 75 mln euro. To w dużej mierze dzięki niemu Polska zajęła 9 miejsce pod względem wyceny wartości reprezentacji zakwalifikowanych Mistrzostw Europy we Francji (174 mln).

Czy pieniądze mogą kupić zwycięstwo?

Wartość reprezentacji narodowych w mln

1	Hiszpania	658 €	13	Rosja	135 €
2	Niemcy	566 €	14	Ukraina	120 €
3	Francja	493 €	15	Austria	119 €
4	Belgia	452 €	16	Słowacja	85 €
5	Anglia	447 €	17	Irlandia	83 €
6	Włochy	314 €	18	Szwecja	81 €
7	Portugalia	305 €	19	Czechy	65 €
8	Chorwacja	260 €	20	Rumunia	59 €
9	Polska	174 €	21	Islandia	40 €
10	Turcja	171 €	22	Albania	38 €
11	Szwajcaria	170 €	23	Irlandia Płn.	35 €
12	Walia	160 €	24	Węgry	28 €

Wartość oparta na przewidywanym składzie reprezentacji narodowych na podstawie danych Transfermarkt z kwietnia 2016

Polacy wśród „superkibiców” Euro 2016

Z badania ING wynika, że najbardziej entuzjastycznymi kibicami Euro 2016 są Turcy, a tuż za nimi Polacy. W obu krajach zanotowano jeden z najwyższych wskaźników poparcia dla własnych drużyn. Mieszkańcy obu krajów byli najczęściej skłonni - w zamian za zwycięstwo ich reprezentacji w turniej - poświęcić 1% rocznych dochodów lub zrezygnować na miesiąc z telefonu. Kibice z Polski i Turcji byli także najbardziej skłonni zapłacić za możliwość zobaczenia na żywo finału z udziałem reprezentacji ich kraju. Włosi, Anglicy i Niemcy - znani z zaangażowanych kibiców - znaleźli się dopiero na kolejnych miejscach rankingu „superkibiców”.

Tak wysoka skłonność do wspierania własnej reprezentacji wiąże się zapewne z głodem sukcesu polskich kibiców. Piłkarskie potęgi - takie jak Hiszpania (8 miejsce) czy Niemcy (6 miejsce) - są już przyzwyczajone do zwycięstw na międzynarodowych turniejach, w związku z tym także mniej skłonne do płacenia za nie.

Ranking „superfanów”

1	Turcja
2	Polska
3	Rumunia
4	Włochy
5	Wielka Brytania
6	Niemcy
7	Austria
8	Hiszpania
9	Czechy
10	Francja
11	Belgia
12	Luksemburg
13	Holandia

O kolejności w rankingu decydowała suma czterech kryteriów:

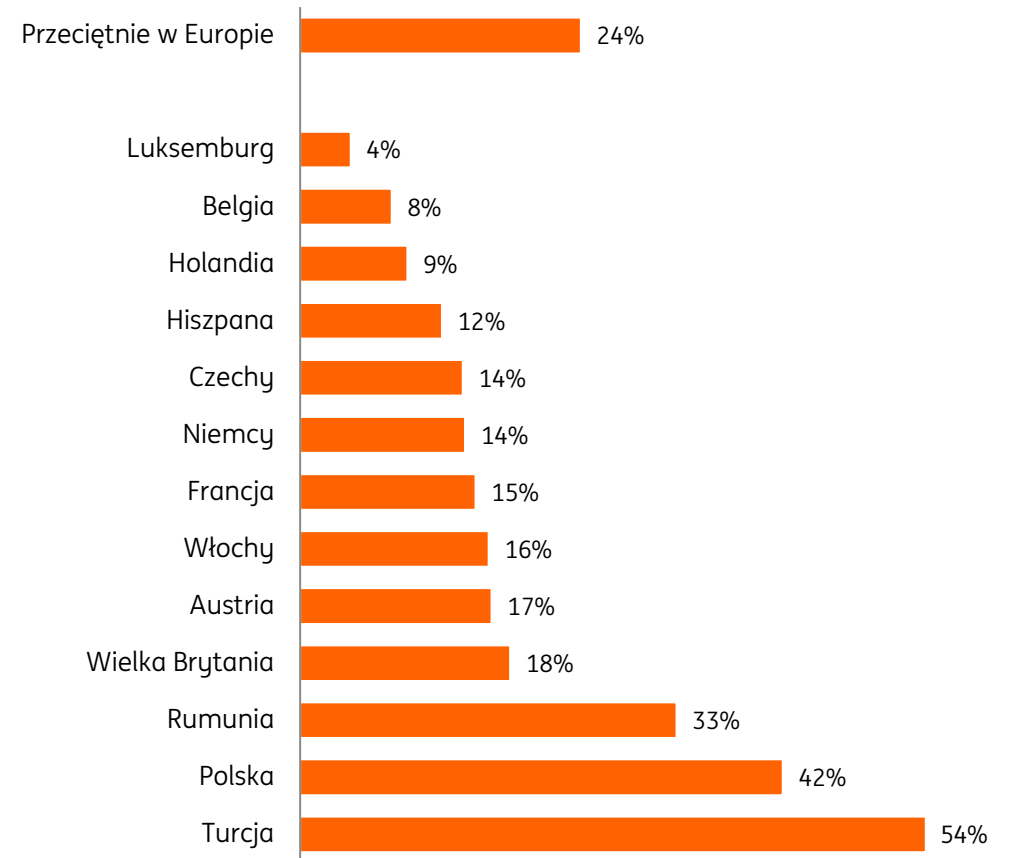
1. Odsetek osób kibicujących reprezentacji
2. Odsetek osób gotowych poświęcić 1% swojego rocznego dochodu za zwycięstwo
3. Odsetek osób gotowych zrezygnować na miesiąc z korzystania z telefonu komórkowego za zwycięstwo
4. Odsetek osób która kupiłaby bilet na finał

Polacy chętnie „dołożą się” do zwycięstwa

Polacy zajęli drugie miejsce pod względem gotowości do poświęcenia swoich zarobków w zamian za zwycięstwo ich drużyny narodowej w Euro 2016. 42% polskich kibiców oddałoby 1% swoich rocznych dochodów za zdobycie tytułu Mistrzów Europy przez „biało-czerwonych”. Dla porównania, taką skłonność do poświęcenia dla własnych reprezentacji wykazało tylko 14% Niemców i 12% Hiszpanów.

Choć przeciętnie Europejczycy są podobnie entuzjastycznie nastawieni do kibicowania swoim reprezentacjom, jednak – poza Turkami – nie są skłonni do takich poświęceń jak Polacy.

Osoby gotowe poświęcić 1% swojego rocznego dochodu w 2016 roku, aby Euro 2016 wygrała drużyna, której najbardziej kibicują



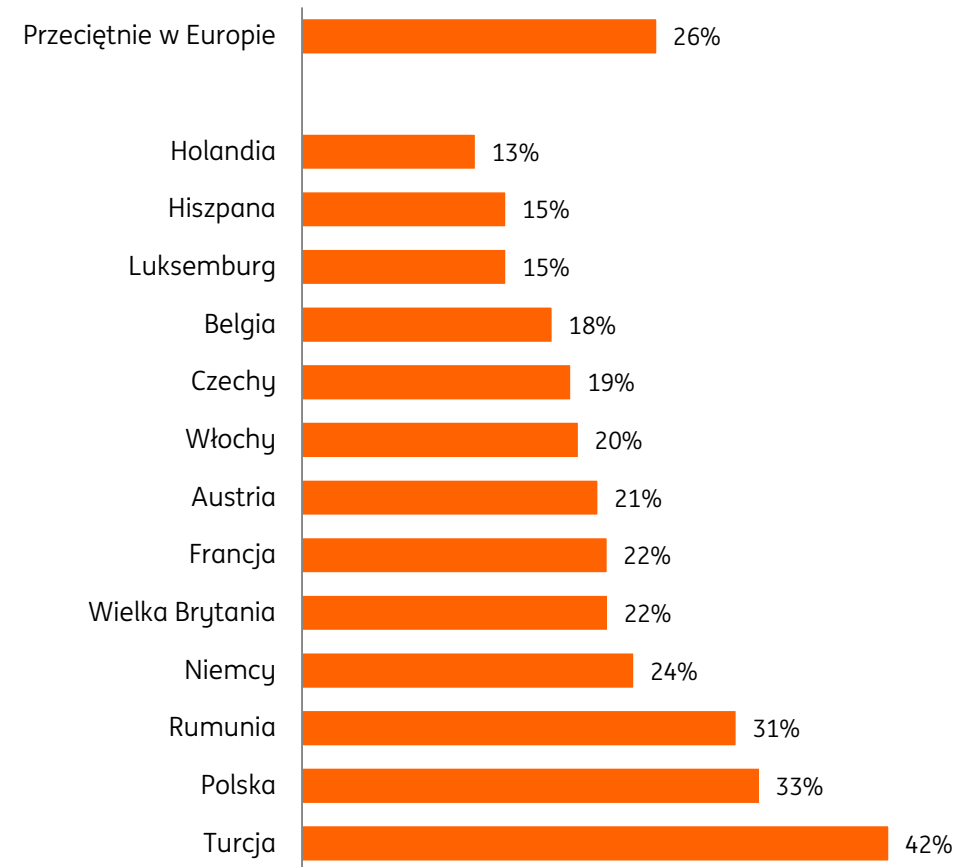
Liczba respondentów: 9 478

Ale prędyzej poświęć pieniądze, niż telefon

Mieszkańcy Polski, obok Turków, przodują także w gotowości do rezygnacji na miesiąc z telefonu, w zamian za zwycięstwo ich drużyny narodowej w Euro 2016. Do takiego poświęcenia skłonny byłby co trzeci polski kibic (33%). Co ciekawe, to o blisko 10% mniej niż w przypadku osób gotowych poświęcić 1% dochodów w zamian za zwycięstwo reprezentacji Polski. Może to świadczyć o dużym przywiązaniu Polaków do swoich smartfonów.

Z badania ING wynika, że w średnio w Europie skłonność do rezygnacji z telefonu w zamian za zwycięstwo drużyny narodowej jest zbliżona do gotowości poświęcenia w tym celu 1% własnego dochodu.

Osoby gotowe zrezygnować na miesiąc z z telefonu komórkowego, aby Euro 2016 wygrała drużyna, której najbardziej kibicują



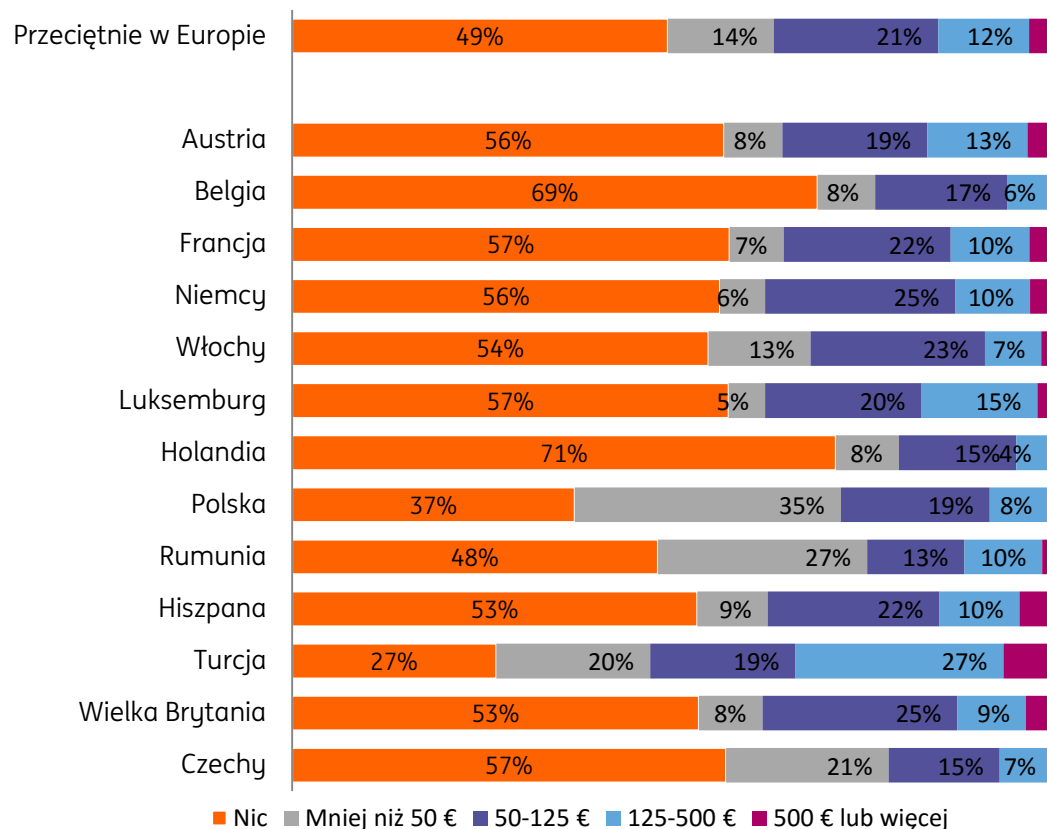
Liczba respondentów: 9 478

Polacy chętnie zapłacą za bilet na finał z udziałem biało-czerwonych

W badaniu ING zapytaliśmy, ile Europejczycy byliby skłonni zapłacić za możliwość oglądania na żywo meczu reprezentacji narodowej w finale Euro 2016. Połowa respondentów w odpowiedzią, że nic. Na tym tle wyróżnia się Polska – blisko dwie trzecie (63%) biało-czerwonych kibiców byłoby gotowa zapłacić za udział w takim wydarzeniu

W badaniu zapytaliśmy także respondentów, ile byliby skłonni zapłacić za możliwość godzinnej rozmowy w cztery oczy z ich ulubionym piłkarzem. Aż 78% osób nie wydałoby na to żadnej sumy.

Gdyby drużyna, której najbardziej kibicujesz, doszła do finałów Euro 2016 i można by było kupić bilet na mecz, ile byłbyś gotowy zapłacić za bilet?



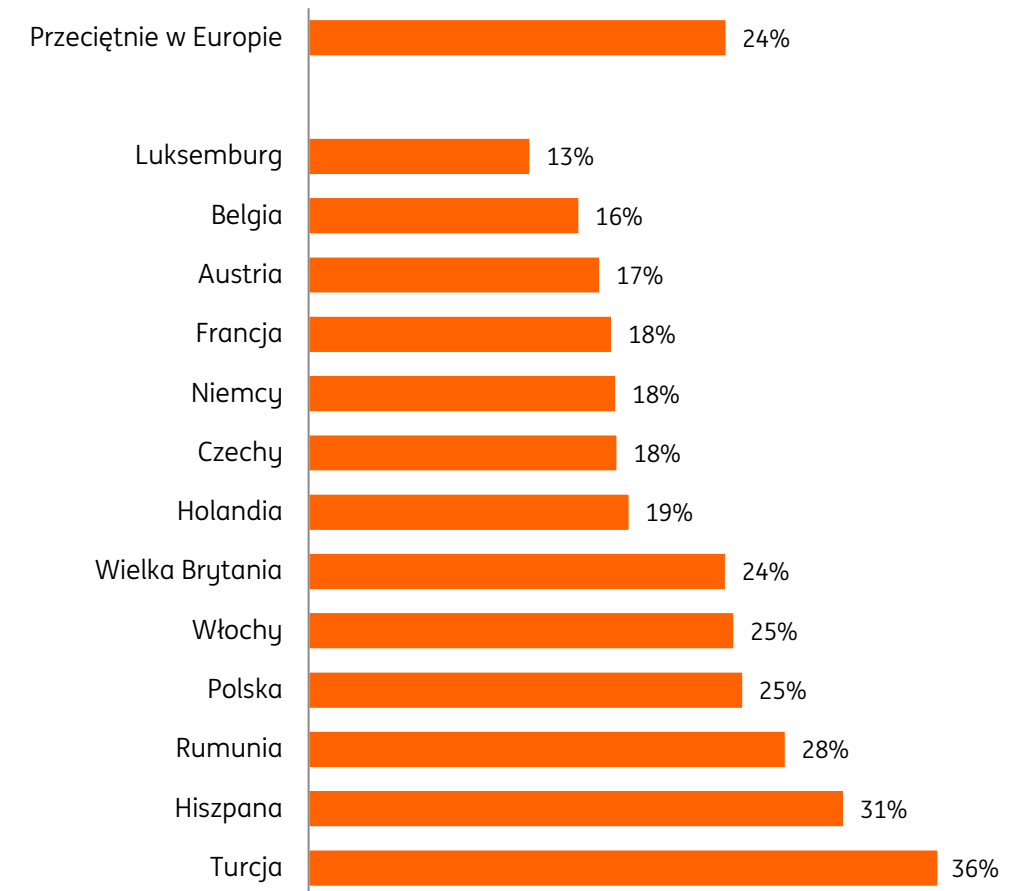
Liczba respondentów: 9 478

Przyjacielskie zakłady stosunkowo popularne

Średnio w Europie 24% osób planuje wziąć udział w przyjacielskich zakładach dotyczących wyników meczy Euro 2016. Najwięcej takich osób mieszka w Turcji (36%). Polacy znaleźli się pod tym względem na czwartym miejscu (25%).

Przyjacielskie zakłady w miejscu pracy zwykle dotyczą niewysokich sum, ryzyko przegranej nie wiąże się z dużą stratą, liczy się natomiast dobra zabawa. Stąd ich stosunkowo wysoka popularność w czasie Mistrzostw.

Czy planujesz uczestniczyć w zakładach dotyczących Euro 2016?



Liczba respondentów: 12,561

O badaniu

Badanie Cup-o-nomics zostało przeprowadzona w 13 krajach:

- Polska, Austria, Belgia, Czechy, Francja, Hiszpania, Holandia, Luksemburg, Niemcy, Rumunia, Turcja, Wielka Brytania, Włochy
- Metodologia: CAWI
- 12 561 respondentów, 1000 z Polski
- Czas realizacji: marzec-kwiecień 2016 r.

