



Raportul de cercetare [SPORT IN ROMANIA – The link between brands, companies and sports](#), realizat de Quantix Marketing Consulting, analizeaza perceptiile si comportamentele romanilor legate de sport, precum si perceptiile romanilor despre companiile care se asociaza cu sportul. Studiul este cel de-al 11-lea din seria [SMARK Research](#).

Raportul de cercetare este un instrument dedicat companiilor si brandurilor care sunt interesate de asocierea cu sportul. Legatura intre branduri si sport este una fireasca si des intalnita, atat pe plan mondial, cat si in Romania. Studiul vine cu date actuale despre gradul in care sunt practicate sporturile in Romania, despre perceptii si comportamente ale romanilor legate de sport. Cercetarea ofera o diagnoza a sportului de masa si de performanta, extrem de utila decidentilor de marketing si business in general.

□ □ 72% dintre romanii care practica sau vizioneaza sport sunt inclinati sa aleaga branduri care sustin sportul

Raportul de cercetare [SPORT IN ROMANIA – The link between brands, companies and sports](#), realizat de [Quantix Marketing Consulting](#) [Quantix Marketing Consulting](#)

Quantix Marketing Consulting este o companie de consultanta, cu focus pe cercetarea pietei si pe marketing strategic. Printre serviciile care apar in portofoliul Quantix Marketing Consulting se... [vezi detalii »](#), analizeaza perceptiile si comportamentele romanilor legate de sport, precum si perceptiile romanilor despre companiile care se asociaza cu sportul. Studiul este cel de-al

11-lea din seria SMARK Research.

Cercetarea a fost realizata imbinand metodologii **cantitative si calitative**. Cercetarea cantitativa s-a realizat online, in perioada noiembrie - decembrie 2013, pe un esantion de 882 de respondenti, printr-un chestionar aplicat pe romanii intre 18-70 ani din mediul urban. Culegerea datelor este realizata de Inovaction Market Research, furnizorul panelului pentru acest studiu. Demersul calitativ s-a derulat in perioada octombrie 2013 – martie 2014, prin interviuri in profunzime cu persoane care au o legatura mai stransa cu sportul, fie ca il practica (la nivel de performanta sau amator), organizeaza evenimente sportive sau se asociaza cu el prin intermediul companiei in care lucreaza.

Raportul de cercetare [**SPORT IN ROMANIA – The link between brands, companies and sports**](#) este un instrument dedicat companiilor si brandurilor care sunt interesate de asocierea cu sportul. Legatura intre branduri si sport este una fireasca si des intalnita, atat pe plan mondial, cat si in Romania. Studiul vine cu date actuale despre gradul in care sunt practicate sporturile in Romania, despre perceptii si comportamente ale romanilor legate de sport. Raportul ofera o diagnoza a sportului de masa si de performanta, extrem de utila decidentilor de marketing si business in general. Aceasta cercetare este un prim pas dintr-o initiativa venita sa sprijine dezvoltarea sportului din tara noastra, prin aducerea fata in fata a celor care pot ajuta fenomenul sportiv din Romania si a celor care sunt conectati la acesta.

Dintre datele interesante reiesite din raport aflam ca:

- 50.7% dintre romani practica cel putin o activitate sportiva pe an, iar 61% dintre acestia practica cel putin o data pe luna;
- Barbatii cheltuie mai mult pe articole sportive. Femeile cheltuie mai mult pe servicii legate de sport;
- Peste 90% dintre romani considera ca exista o relatie pozitiva intre practicarea sportului si starea de sanatate;

- **Peste 85% dintre romani urmaresc diferite sporturi**(indiferent de mediu: televizor, online, live);
- 63% dintre romanii conectati la fenomenul sportiv urmaresc fotbal. Dintre acestia, peste 90% urmaresc meciuri ale echipei nationale;
- Peste 90% dintre romani apreciaza ca performantele sportivilor romani pe plan international ajuta la promovarea unei imagini pozitive a Romaniei in lume. In acelasi timp, **83% dintre respondenti considera ca se cheltuie prea putini bani de la bugetul de stat pentru sport** ;
- Gimnastica este sportul despre care cei mai multi romani apreciaza ca Romania a avut performante deosebite pe plan international. De altfel, Nadia Comaneci este cea mai admirata sportiva din Romania din toate timpurile (37% dintre romani au ales-o ca cel mai admirat sportiv);
- 72% dintre romani afirma ca sunt inclinati sa cumpere mai mult branduri pe care le-au vazut implicate in sustinerea, in diverse forme, a sportului;
- **47% dintre romani apreciaza ca implicarea companiilor in sport ar trebui orientata spre sprijinirea competitiei de amatori** .

Alte subiecte abordate in raport sunt sursele de informare despre sport, calatoriile legate de sport, sportul in cadrul companiilor si directiile principale de investitii in sport ale companiilor, precum si legatura dintre sport si nutritie.

Raportul de cercetare [**SPORT IN ROMANIA – The link between brands, companies and sports**](#) este un instrument extrem de util tuturor decidentilor care vad oportunitati in asocierea companiilor sau brandurilor cu sportul, celor care observa trendurile in

materie de miscare, sport, viata activa si sanatoasa si care urmaresc:

- sustinerea si optimizarea deciziilor de asociere a **companiilor sau brandurilor** in zona **sportului de performanta**

. Fie ca este vorba despre cluburi, echipe nationale, federatii sau sportivi de performanta, sustinerea lor sub diverse forme poate aduce beneficii atat actorilor implicati, cat si numerosilor suporterii;

- implicarea organizatiilor in sustinerea si dezvoltarea **sportului de masa**. Este un trend in ascensiune rapida in Romania, cu multiple beneficii la nivel economic si social.

- dezvoltarea unei **culturi a sportului in interiorul organizatiilor**. In aria **resurselor umane**, sporturile si initiativele legate de miscare sunt tot mai utilizate, cu efecte remarcabile in plan motivational, atat la nivel personal, cat si de echipa;

- ghidarea actiunilor din sfera **Responsabilitatii Sociale Corporative (CSR)**. Sportul ofera o platforma excelenta de actiune si multe organizatii au initiative laudabile in aceasta directie.

Orientarea oamenilor spre sport si viata activa are implicatii asupra starii de sanatate si *wellbeing*

, are rol educativ pentru generatiile de copii;

- datele din raport ajuta in sustinerea unor **eforturi de comunicare si** pozitionare, ajuta in directionarea unor **investitii** in

domeniul sportului de masa sau performanta, precum sprijinirea constructiei de terenuri de sport, bazine, patinoare, dotarea de sali de sport etc;

- ghideaza retailerii care vand produse sportive si furnizorii de servicii din zona sportului in optimizarea deciziilor de business;

- este un reper in dezvoltarea politicilor legate de sport la nivelul administratiei si al autoritatilor responsabile.

Companiile implicate in realizarea raportului sunt:

[Quantix Marketing Consulting](#) este o companie specializata in cercetare de marketing si consultanta strategica. Quantix este partenerul tehnic al proiectelor SMARK Research si dezvoltatorul unor servicii particularizate in domeniul cercetarii si consultantei, create pentru a maximiza impactul de business al insight-urilor. O companie locala de tip antreprenorial, Quantix este initiativa platformei Sport Insights, care ofera informatii relevante si consultanta brandurilor si companiilor implicate in lumea sportului.

Inovaction Market Research este o companie care opereaza in industria in rapida dezvoltare

de cercetare de marketing online din Romania. Fondata in 2006, Inovaction Market Research este specializata in oferirea de servicii de colectare de date si procesare de date pentru diferite tipuri de clienti. Agentia are acoperire nationala si este furnizorul raspunsurilor panelului pentru acest studiu.

SMARK Research este un serviciu asociat comunitatii de marketing SMARK, prin care sunt identificate trenduri relevante ale pietei si sunt oferite solutii sub forma rapoartelor de cercetare, dezvoltate in colaborare cu cele mai importante firme de research din Romania.

** sursa : <http://www.smark.ro/articol/29120/72-dintre-romanii-care-practica-sau-vizioneaza-sport-sunt-inclinati-sa-aleaga>