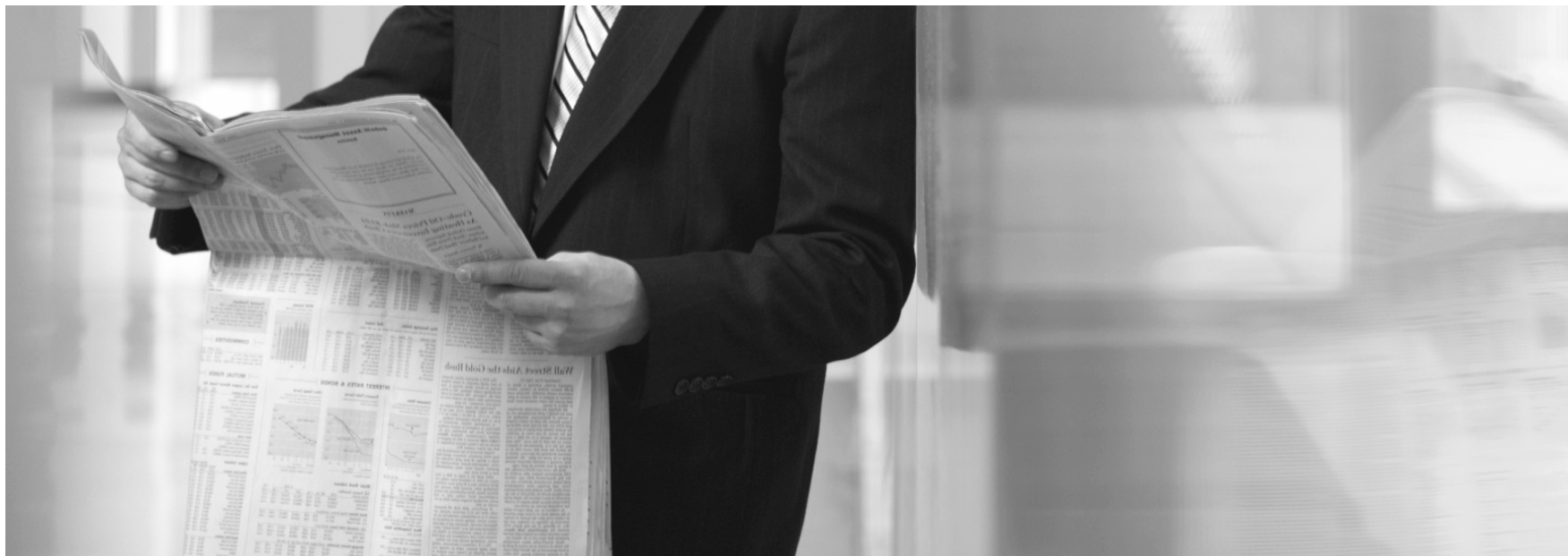




Nota de Prensa

Tema: Marcas "Top 20" en el fútbol europeo

Fuente: SPORT+MARKT

Fecha: 20 de Enero 2010

Marcas de fútbol en Europa: Patrocinadores más populares en 5 mercados - 2009/10

SPORT+MARKT

EUROPA

Top 20

			Notoriedad espontánea				
			 G.B.	 Francia	 España	 Italia	 Alemania
		Tendencia vs. 2004/05					
1	adidas	↑	✓	✓	✓	✓	✓
2	Nike	→	✓	✓	✓	✓	✓
3	Puma	→	✓	✓	✓	✓	✓
4	Coca-Cola	↗	✓	✓	✓	✓	✓
5	Emirates*	↗	✓	✓	✗	✗	✓
6	AIG	↑	✓	✓	✗	✓	✓
7	Carlsberg	↑	✓	✓	✓	✗	✓
8	Audi	↑	✓	✗	✓	✓	✓
9	bwin	↑	✗	✓	✓	✓	✓
10	Samsung	↑	✓	✓	✓	✗	✓
11	Reebok	→	✓	✓	✓	✓	✓
12	Opel	↓	✗	✓	✗	✓	✓
13	Vodafone	↓	✓	✓	✓	✓	✓
14	Ford	↘	✓	✓	✓	✓	✓
15	Unicef	↑	✓	✓	✓	✗	✓
16	Umbro	↘	✓	✓	✓	✗	✓
17	MasterCard	→	✓	✓	✓	✓	✓
18	Orange	↗	✓	✓	✗	✗	✗
19	Sony	↗	✓	✓	✓	✓	✓
20	Heineken	↑	✓	✓	✓	✓	✗

* Suma neta: Emirates, Fly Emirates

✓ = Con notoriedad espontánea
✗ = Sin notoriedad espontánea

SPORT+MARKT European Football Brands Top 20 2009/10 Base: 3013 Europeos entre 16 y 69 años de edad, con interés en fútbol

La clasificación está basada en el número de "fans" de fútbol en los cinco mercados europeos más importantes con notoriedad espontánea de la empresa/marca como patrocinador en fútbol. Sólo se tienen en cuenta los patrocinadores con notoriedad en más de un mercado.

Marcas de fútbol en Europa: Patrocinadores más populares en 5 mercados - 2004/05

SPORT ↔ MARKT

EUROPA

Top 20

		Notoriedad espontánea				
		 G.B.	 Francia	 España	 Italia	 Alemania
1	Adidas	✓	✓	✓	✓	✓
2	Nike	✓	✓	✓	✓	✓
3	Opel	✗	✓	✓	✓	✓
4	Vodafone	✓	✓	✓	✓	✓
5	o2	✓	✓	✓	✗	✓
6	Siemens mobile*	✓	✓	✓	✓	✓
7	Deutsche Telekom**	✓	✗	✗	✗	✓
8	Puma	✓	✓	✓	✓	✓
9	Coca-Cola	✓	✓	✓	✓	✓
10	Carlsberg	✓	✗	✓	✗	✗
11	Reebok	✓	✓	✓	✓	✓
12	Pirelli	✗	✗	✓	✓	✗
13	Bayer	✗	✗	✓	✗	✓
14	Ford	✓	✓	✓	✓	✓
15	Sky Italia/Sky Sport	✓	✗	✗	✓	✗
16	Umbro	✓	✓	✓	✗	✓
17	Parmalat	✗	✗	✓	✓	✗
18	Toyota	✗	✗	✓	✓	✗
19	Kappa	✓	✓	✓	✓	✓
20	PlayStation (Sony)	✓	✓	✓	✗	✓

* Suma neta: Siemens 6% + Siemens Mobile 2%

** Suma neta: Deutsche Telekom, T-Mobile, T-Com, T-Online

✓ = Con notoriedad espontánea

✗ = Sin notoriedad espontánea

SPORT+MARKT European Football Brands Top 20 2004/05 Base: 3000 Europeos entre 16 y 69 años de edad, con interés en fútbol

La clasificación está basada en el número de "fans" de fútbol en los cinco mercados europeos más importantes con notoriedad espontánea de la empresa/marca como patrocinador en fútbol. Sólo se tienen en cuenta los patrocinadores con notoriedad en más de un mercado.

- "Esta lista muestra las veinte marcas más conocidas en el fútbol europeo. Para lograr un impacto entre los aficionados de varios mercados es necesario una gran inversión y una activación constante. En resumen, todos aquellos que aparecen en esta lista son los triunfadores en el deporte favorito del continente."
- "Los patrocinadores de camisetas y los proveedores técnicos dominan la comunicación en el fútbol europeo."
- "La tendencia en estos cinco últimos años muestra que las grandes inversiones y la continuidad son esenciales para perdurar en los principales mercados de fútbol a largo plazo. Empresas como Siemens Mobile y O2 han abandonado el ranking, ya que han finalizado sus acuerdos como patrocinadores de camisetas. Sin embargo, Opel es un buen ejemplo de cómo una colaboración a largo plazo en el fútbol todavía puede despertar un gran interés, incluso después de abandonar el patrocinio. Opel fue patrocinador de camisetas de varios clubes europeos y ha seguido una estrategia descentralizada en toda Europa de patrocinio en fútbol."
- "La tendencia en estos últimos cinco años, también muestra que el sector de las telecomunicaciones ha alcanzado una consolidación en el mercado. Las empresas de telecomunicaciones se habían situado en 2004/05 en el Top 10 de los patrocinadores en los principales mercados futbolísticos europeos."
- "Este ranking refleja la relevancia como plataforma de comunicación del patrocinio de camisetas de los principales clubes de la Premier League. De hecho, el Reino Unido es el único mercado donde los patrocinadores de camisetas, principalmente AIG y Carlsberg, obtienen una puntuación más alta que los proveedores técnicos, y sólo Barclays como patrocinador principal de la liga inglesa es capaz de competir a un nivel tan alto. Internacionalmente, la inmensa popularidad de la Premier League y el éxito que han tenido sus clubes en la Liga de Campeones de la UEFA durante las últimas temporadas han permitido también a estos patrocinadores llegar a un gran número de aficionados extranjeros."

Acerca de las marcas

- "Adidas es el patrocinador líder de fútbol en Europa. En Francia y Alemania ha sido capaz de llegar a muchos más aficionados que hace 5 años. Especialmente en Francia, Adidas ha mejorado enormemente su nivel de notoriedad como patrocinador en fútbol."
- "Nike ha repetido los buenos resultados de 2004/05, pero a diferencia de Adidas, ha sido incapaz de aumentar su nivel de notoriedad."
- "Audi impulsa su estrategia de comunicación en fútbol a través de la descentralización de los acuerdos con los clubes europeos. La compañía ha sido capaz de alcanzar el nivel más alto de notoriedad en el sector del automóvil, incluso superando a Ford. Audi también ha llegado al Top 10, debido entre otros factores, a la repercusión mediática por la compra de acciones del FC Bayern de Munich."
- "Bwin ha triunfado con su estrategia descentralizada de patrocinio de camisetas de clubes "top" como el AC Milan y Real Madrid CF. Su estrategia ha sido tan brillante que ha sido capaz de conseguir buenos resultados en términos de notoriedad incluso en Francia y Alemania, donde están prohibidas las campañas de comunicación de empresas de apuestas."
- "Coca-Cola es omnipresente en el fútbol a todos los niveles. La marca es automáticamente reconocida como patrocinador del deporte en general, especialmente en fútbol."
- "Emirates ha seguido una estrategia de comunicación innovadora en el fútbol europeo con un acuerdo con el Arsenal para convertirse tanto en el patrocinador de la camiseta como del "Naming Right" del estadio. Es muy probable que el próximo verano, Emirates y Coca-Cola aumenten sus niveles de notoriedad ya que también son patrocinadores de la Copa del Mundo FIFA 2010."
- "Carlsberg es la marca de cerveza predominante en Europa y se ha colocado por delante de Heineken. La cerveza danesa se beneficia de su acuerdo a largo plazo como patrocinador de camiseta del Liverpool FC así como del patrocinio de la Liga de Campeones de la UEFA, y hasta el año pasado de la Copa de la UEFA."

Países :



Técnica de investigación :

Entrevistas telefónicas (CATI)

Procedimiento de selección:

Muestra aleatoria, estratificada y representativa de la población a nivel nacional, de acuerdo a región, edad y género

Muestra:

3013 personas interesadas en fútbol (Top-2-Box) entre 16 y 69 años de edad

Muestra por país:



Trabajo de campo:

Noviembre 2009

Su contacto en España:

Fernando Arrizabalaga
Marketing and Sales Manager

Tel: (+34) 91 640 8846

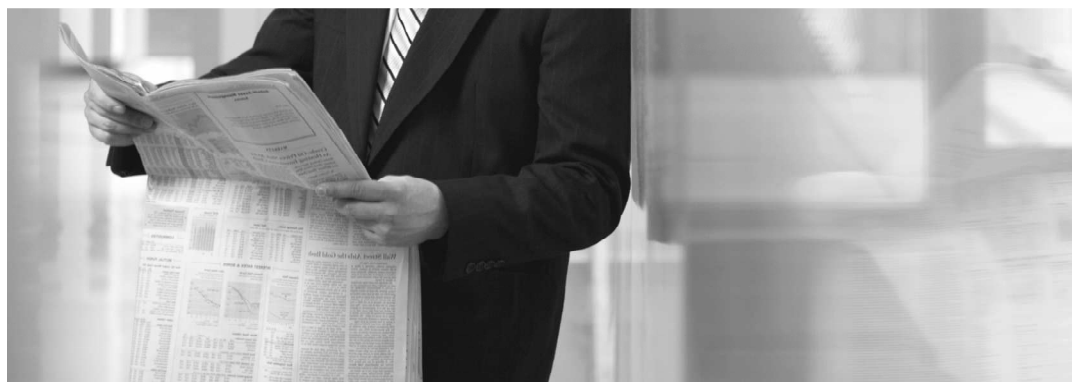
Fax: (+34) 91 640 8855

fernando.arrizabalaga@sportundmarkt.com

www.sportundmarkt.com

Nuestra compañía

SPORT+MARKT es la empresa líder en Europa en el campo de la investigación y de la consultoría para comunicación en deporte. Es una empresa independiente y neutral. Fue creada hace 24 años en Colonia-Alemania, donde se encuentra su sede central, y cuenta con filiales en el Reino Unido, Holanda, Italia, España y Singapur, siendo global el alcance de las investigaciones.



Gracias