



IPSOS s. r. o.  
Na Příkopě 22, 110 00 Praha 1  
Česká republika  
IČO: 267 38 902, DIČ: CZ267 38 902  
Tel: +420 226 513 111  
CZrecepce@ipsos.com  
www.ipsos.cz

## TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha, 26. 10. 2018

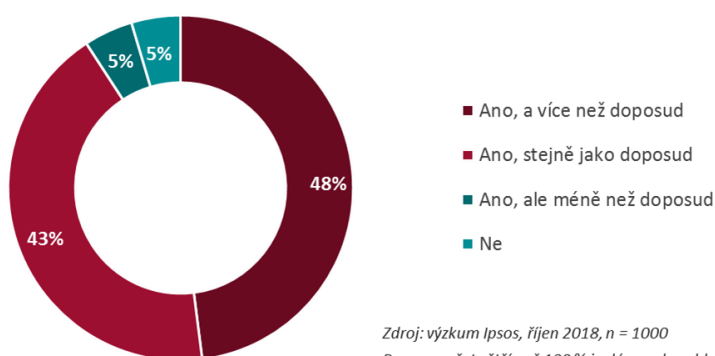
### Češi sponzoring firem vítají, nejvíce by ocenili podporu vzdělávání

Veřejnost je jednoznačně přesvědčena, že by se firmy sponzoringu měly dále věnovat. Podpora firem by se ale neměla omezovat pouze na aktivity přímo související s předmětem jejich podnikání. Z vybraných oblastí by měly firmy v rámci sponzoringu podporovat zejména vzdělávání, sport na amatérské úrovni a také vědu a výzkum.

Vyplývá to z říjnového výzkumu agentury Ipsos ve spolupráci s Marketingovým institutem.

Téměř polovina populace je přesvědčena, že by se české firmy měly věnovat sponzoringu více než dosud, podle 43 % stejně jako doposud. Pouze každý desátý Čech si myslí, že by se firmy měly sponzoringu věnovat méně nebo vůbec.

#### MĚLY BY SE FIRMY VĚNOVAT SPONZORINGU?

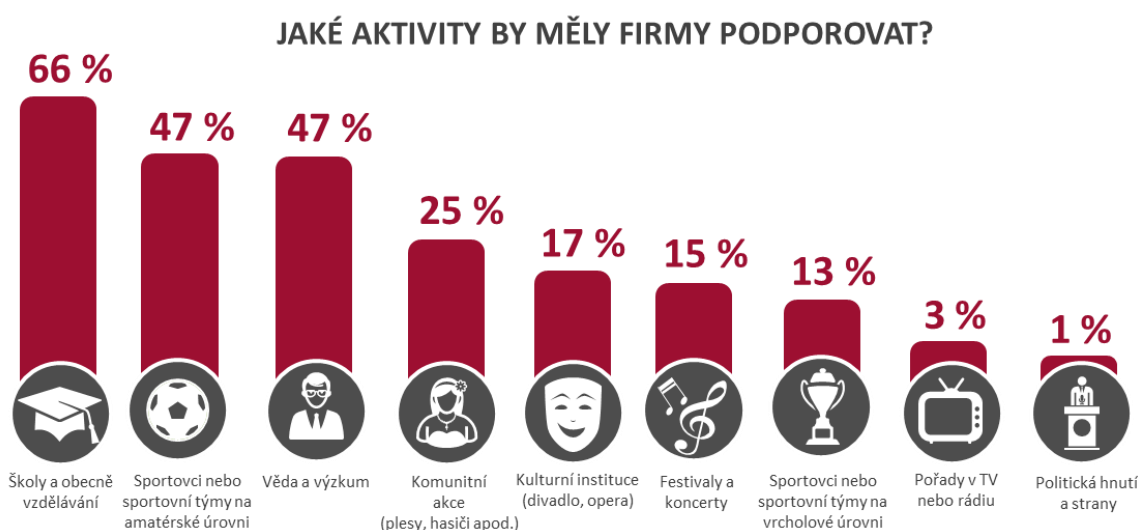


Veřejnost vnímá sponzoring zejména jako reklamu firem. Důvodem, proč se firmy věnují sponzoringu, je podle lidí zejména zviditelnění značky (76 %) a zlepšení image (48 %). Pouze čtvrtina uvádí jako důvod sponzoringu zájem firmy podpořit danou akci. Pětina se pak domnívá, že sponzorské aktivity souvisí s osobními zájmy manažerů firmy. Přesto však dvě třetiny populace přiznávají, že pokud by firma podpořila jejich oblíbenou akci, mělo by to na jejich vnímání dané firmy pozitivní vliv. Pozitivní

ovlivnění sponzoringem přiznávají zejména mladí lidé do 24 let, ti starší nad 55 let naopak častěji říkají, že by to na ně nemělo žádný vliv.

„Svou podporu firmy nemusí zaměřovat pouze na aktivity přímo související s předmětem jejich podnikání, uvádí to dvě třetiny populace. Sponzoring tedy nabízí prostor pro širší rozsah podpory na rozdíl od CSR aktivit, které, jak víme z našich výzkumů, by měly být více spjaté s předmětem podnikání dané firmy,“ říká k výsledkům Tomáš Macků, ředitel komunikace Ipsos.

Z navržených oblastí, které by české firmy měly skrze sponzoring podporovat, lidé nejčastěji uváděli vzdělávání (66 %). Podporu vzdělávání vyjadřovaly častěji ženy (75 %). Další oblastí je sport na amatérské úrovni a věda a výzkum, jejichž podporu by uvítala polovina populace. Podporu komunitních akcí a kulturních institucí vítají zejména mladí lidé do 24 let.



Zdroj: výzkum Ipsos, říjen 2018, n = 954 (ti, kteří uvedli, že by se firmy měly věnovat sponzoringu). Výběr max. 3 z předdefinovaných oblastí.

„V dnešní době je sponzoring veřejností stále vnímán zejména jako snaha o zviditelnění značky. Přitom bychom s ním měli pracovat tak, abychom zlepšovali svět kolem sebe a vraceli společnosti něco z toho, co jako firma vyděláme. Proto bychom měli pečlivě rozmýšlet, koho a jak budeme sponzorovat,“ dodává k tématu Tomáš Poucha, ředitel Marketingového institutu. „Při sponzoringu je důležitá také regionalita, práce s komunitami, hluboké lidské příběhy a adresnost podporovaných projektů. Na základě tohoto výzkumu věříme, že stále více firem bude do budoucna ke sponzoringu přistupovat více strategicky, aby byl efektivní a dával smysl oběma stranám,“ uzavírá Poucha.

**Informace o výzkumu:**

Výzkum byl realizován v říjnu 2018 na reprezentativním vzorku internetové populace ČR ve věku 18-65 let. Celkem se ho zúčastnilo 1000 respondentů. Výzkum byl realizován pomocí Ipsos online panelu Populace.cz.

**Informace o Ipsos**

Ipsos poskytuje komplexní služby v oblasti průzkumu trhu a veřejného mínění, včetně konzultační činnosti. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 89 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě, sídlí zde Ipsos Mystery Shopping Global Support Centre a vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko). Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a management, kvalitativní výzkum a výzkum veřejného mínění. Je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Více na [www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz)

**Kontakty:**

Tomáš Macků  
Research & Communication Director Ipsos  
GSM: +420 774 646 799  
[tomas.macku@ipsos.com](mailto:tomas.macku@ipsos.com)