

PRAHA, 24. 7. 2024

## Paříž 2024: O hry se zajímá polovina Čechů, láká atletika a tenis. Sportovní kolekce se líbí zejména mladým

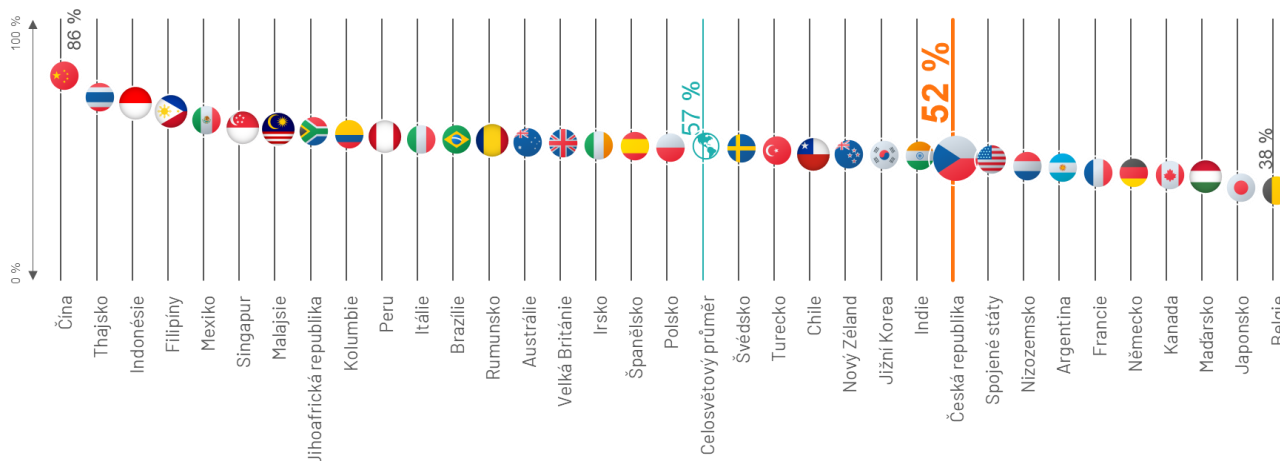
- Sportovní událost roku startuje již tento pátek v Paříži. Zájem se liší napříč zeměmi, největší je v Asii. V hostitelské Francii má o hry zájem méně než polovina populace
- V České republice se o hry zajímá 52 %. Ze sportů láká nejvíce atletika a tenis
- Kolekci sportovního oblečení českého týmu zaznamenalo 71 % Čechů, líbí se zejména mladým lidem
- Výsledky vyplývají z mezinárodního výzkumu Ipsos realizovaného ve 34 zemích

### Zájem má polovina Čechů, v hostitelské zemi je zájem vlažný

Sportovní událost roku startuje v Paříži již tento pátek. Výzkum Ipsos ve 34 zemích světa ukázal významné rozdíly v míře zájmu o hry. Nejvíce se o hry zajímají lidé v Asii (Čína 86 %, Thajsko 77 %, Indonésie 75 %), naopak nejméně v Belgii (38 %), Japonsku (40 %) či Maďarsku (44 %). V hostitelské zemi Francii je zájem obyvatel spíše vlažný, o hry se zajímá necelá polovina populace. Ve všech zemích s výjimkou Turecka je však míra zájmu o letošní hry vyšší než u minulých her v Tokiu.

V České republice je zájem spíše průměrný, o hry se zajímá polovina populace (52 %). Větší zájem mají muži, míra zájmu také roste s věkem a vzděláním.

### Míra zájmu ve vybraných zemích



Zdroj: Ipsos

## Nejvíce láká atletika a tenis

Z konkrétních sportovních událostí se **Češi nejvíce těší** na sledování **atletiky** (34 %) a **tenisu** (29 %), dále pak na gymnastiku, fotbal, vodní sporty či cyklistiku. Výrazně větší zájem mají Češi o sledování **sportovního lezení** (13 % ČR, vs. 3 % globálně).

**Muži se více zajímají o fotbal, ženy** plánují častěji sledovat **gymnastiku a vodní sporty**.

Na globální úrovni je nejočekávanější sportovní událostí fotbal (28 %) následovaný atletikou (26 %) a gymnastikou (20 %).

## Sportovní kolekce se líbí hlavně mladým

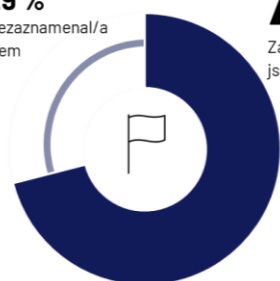
Letošní sportovní kolekci oblečení českého týmu **zaznamenalo 71 % české populace**. Častěji se jednalo o muže, starší generaci a také lidi s vyšším vzděláním. 37 % z nich uvedlo, že se jim kolekce líbí, více než polovině (59 %) se nelíbí.

„Sportovní kolekce se líbí zejména mladé generaci, která je otevřenější moderním trendům. Ve věkové skupině 18–26 let uvedla skoro polovina, že se jim kolekce líbí. Mezi muži a ženami není v hodnocení významný rozdíl,“ říká k výsledkům Jakub Malý, ředitel Ipsos.

## Kolekce sportovního oblečení

Zaznamenal/a jste letošní kolekci oblečení českého týmu?

29 %  
Nezaznamenal/a jsem

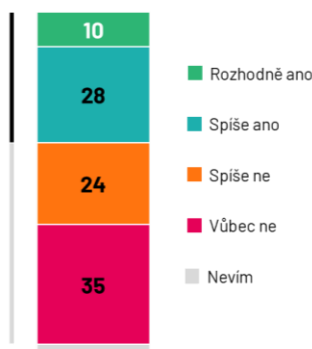


71 %  
Zaznamenal/a jsem

Z těch, co zaznamenali:  
Do jaké míry se Vám líbí?

38 %  
Líbí se mi

59 %  
Nelíbí se mi



Zdroj: Ipsos

## Hry pomáhají sblížovat lidi i národy

Téměř **8 z 10 lidí** napříč světem se shoduje, že hry v Paříži jsou pro celý svět **příležitostí ke bližení a spolupráci** (souhlas 72 % v ČR, 75 % globálně), **sblíží nás jako jeden národ** (75 % ČR, 72 % globálně) a že jsou lidé díky sportovnímu týmu **hrdí na svoji zemi** (79 % v ČR, 78 % globálně).

Většina dotázaných se také shoduje, že by probíhající válečné konflikty či ekonomická situace, ale ani klimatická krize (dopady cestování, výstavby) neměly zabránit konání akce.

Hry jsou vnímány jako inspirace pro budoucí generaci. 7 z 10 Čechů (vs. 80 % globálně) říká, že **hry motivují mladé lidi k aktivnímu sportování**. Avšak pouze 34 % Čechů (vs. 55 % globálně) říká, že k aktivnímu sportování motivují je osobně.

## INFORMACE O VÝZKUMU:

Výzkum v ČR byl realizován v červenci 2024 na reprezentativním vzorku internetové populace ČR ve věku 18-65 let. Celkem se ho zúčastnilo 1 019 respondentů. Výzkum byl realizován pomocí Ipsos online panelu Populace.cz.

Globální výzkum byl realizován ve 33 zemích světa\*, celkem bylo dotázáno 24 531 respondentů, vždy reprezentativní vzorek pro danou zemi. Výzkum probíhal v květnu a červnu 2024. Detaily ke globálnímu výzkumu jsou zde: <https://www.ipsos.com/en/excitement-2024-paris-games-greater-tokyo-french-enthusiasm-lukewarm>

\* Argentina, Austrálie, Belgie, Brazílie, Čile, Čína, Francie, Filipíny, Holandsko, Itálie, Indie, Indonésie, Irsko, Japonsko, Jihoafrická republika, Jižní Korea, Kanada, Kolumbie, Maďarsko, Malajsie, Mexiko, Německo, Nový Zéland, Peru, Polsko, Rumunsko, Singapur, Španělsko, Švédsko, Thajsko, Turecko, USA, Velká Británie.

## INFORMACE O IPSOS:

Ipsos je výzkumnou, technologickou a konzultační společností. Výzkumu trhu se Ipsos věnuje 30 let a je největší agenturou na českém trhu. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě a sídlí zde i 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 kvalitativní výzkum. Ipsos je členem organizací SIMAR, ESOMAR, MSPA a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.

Více na [www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz).

## KONTAKTY:

**Markéta Kneblíková**  
Communications & PR Manager  
GSM: +420 724 601 242  
[marketa.kneblikova@ipsos.com](mailto:marketa.kneblikova@ipsos.com)