

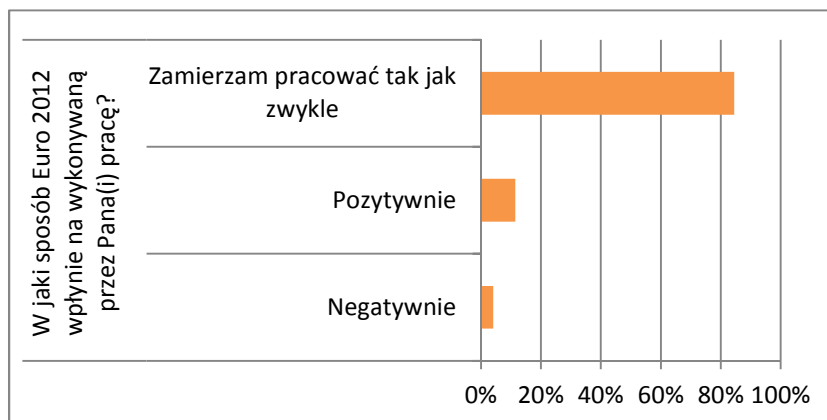
INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 11.06.2012 r.

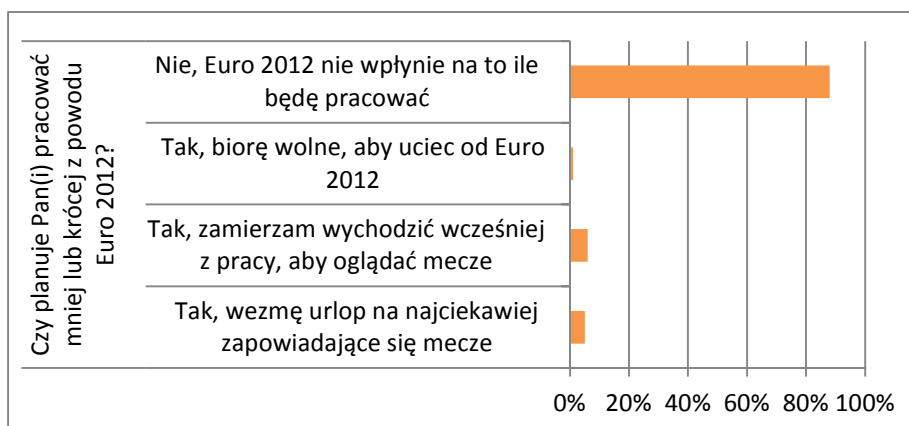
Podczas mistrzostw polscy kibice będą pracować jak co dzień

Aż 87% Polaków deklaruje, że jest fanami piłki nożnej, ale zainteresowanie mistrzostwami nie powinno odbić się negatywnie na wydajności naszej pracy – wynika z badania ING Cup-o-nomics.

85% respondentów deklaruje, że podczas mistrzostw będzie pracować tak jak zwykle, a 11 proc. przebadanych mówi, że rozgrywki mogą mieć wręcz pozytywny wpływ na ich pracę, ponieważ będą pracować wydajniej, żeby mieć więcej czasu na oglądanie meczów. Tylko 4 % respondentów deklaruje, że mistrzostwa będą miały niekorzystny wpływ na wykonywaną przez nich pracę, gdyż planują oni odłożyć niektóre sprawy albo nawet zaniedbać swoje obowiązki – wynika z badania „Cup-o-nomics” zrealizowanego na zlecenie ING.



W przypadku 88% respondentów mistrzostwa nie wpłyną na to ile będą pracować. Z tego powodu tylko 5% osób chce wziąć urlop, a zaledwie 6% planuje wcześniej wychodzić z pracy. Jeśli jednak pod uwagę weźmiemy płeć uczestników badania, to okazuje się, że ze względu na mecze swój czas pracy skróci 16% mężczyzn i tylko 7% kobiet. Jeden na stu respondentów weźmie urlop, żeby uciec przed zamieszaniem związanym z rozgrywkami.



Biuro Prasowe ING Banku Śląskiego

Miłosz Gromski

T 22 820 4093

M 663 151 649

E milosz.gromski@ingbank.pl

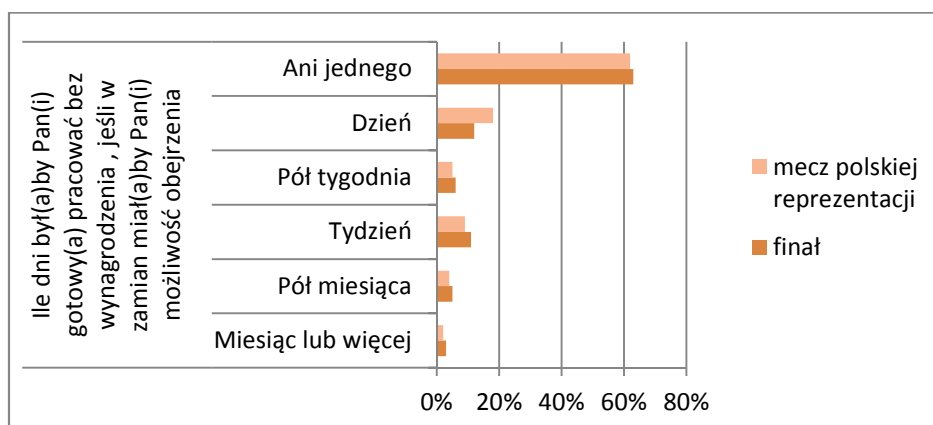
ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce, który obsługuje zarówno klientów indywidualnych, jak i podmioty gospodarcze. Rozbudowana sieć 440 placówek, ponad 770 bankomatów i 600 wpłatomatów, szeroka oferta kart płatniczych oraz internetowy dostęp do kont osobistych i firmowych stanowi nowoczesną ofertę i platformę współpracy z pozostałymi podmiotami Grupy ING. Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 40 krajach. Zatrudnia ponad 100 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.

Z badania ING Cup-o-nomics wynika, że wiara w pozytywny wpływ mistrzostw na pracę jest szczególnie silna u osób, które czuły się komfortowo lub bardzo komfortowo ze swoim poziomem oszczędności (25% wskazań na pozytywny wpływ). Te osoby częściej deklarowały chęć obejrzenia prawie wszystkich meczów i były skłonne więcej poświęcić za możliwość oglądania na żywo meczu Polski i finału mistrzostw – powiedział Grzegorz Ogonek, ekonomista ING Banku Śląskiego.

Mistrzostwa nie powinny uszczuplić też naszych oszczędności, Polacy na strój i gadżety niezbędne do kibicowania naszej reprezentacji są w stanie wydać przeciętnie 19 euro. Wynika z tego, że przy średniej europejskiej na poziomie 14 euro jesteśmy dość rozrzutni, ale brakuje nam do hojności Rosjan (30 euro) i Irlandczyków (28 euro). Wśród najmniej wydających kibiców są Szwedzi (7%), Duńczycy (7%) i Holendrzy (4 euro).

Respondenci zostali również zapytani czy byliby w stanie oddać 1% swoich rocznych dochodów w zamian za mistrzowski tytuł dla Polskiej reprezentacji. Okazuje się, że aż 49% Polaków byłoby skłonne do takiego poświęcenia. W tej kategorii jesteśmy bezwzględnymi liderami w Europie, a w ścisłej czołówce plasują się jeszcze Ukraińcy (42%) i Rosjanie (33%). Dół rankingu zamykają natomiast Niemcy i Francuzi (po 4%) oraz Holendrzy (2%).

Autorzy badania postanowili również sprawdzić, ile dni Polscy kibice są w stanie pracować bez wynagrodzenia, jeśli w zamian mogliby zobaczyć na żywo mecz polskiej reprezentacji oraz finał. W obu przypadkach ponad 60% respondentów nie przepracowałoby za darmo nawet jednego dnia, aby zobaczyć mecz na żywo. Jednodniowy zarobek w zamian za mecz naszej reprezentacji byłoby skłonne poświęcić 18% respondentów, a w zamian za finał tylko 12%.



Mistrzostwa Europy w piłce nożnej mają inne znaczenie dla mężczyzn i kobiet. Brak zainteresowania rozgrywkami deklaruje tylko 15% mężczyzn i aż 29% kobiet. Dla pierwszych to okazja do futbolowej uczty - 40% mężczyzn zamierza obejrzeć prawie wszystkie mecze, ale to samo deklaruje tylko 17% kobiet. Dla pań zdecydowanie ważniejsze jest zobaczyć i wspierać naszych piłkarzy - 21% z nich zamierza obejrzeć przynajmniej mecze polskiej reprezentacji – dodał Grzegorz Ogonek.

Wśród 77% respondentów deklarujących, że będą oglądać mistrzostwa w telewizji znalazły się zarówno osoby, które chcą zobaczyć tylko finał (10%), najciekawsze mecze (22%) oraz rozgrywki z udziałem reprezentacji narodowej (17%). Ponad jedna czwarta Polaków (28%) deklaruje chęć oglądania większości meczów, a brak zainteresowania transmisjami mistrzostw podkreśla prawie jedna czwarta (23%) respondentów.

Biuro Prasowe ING Banku Śląskiego

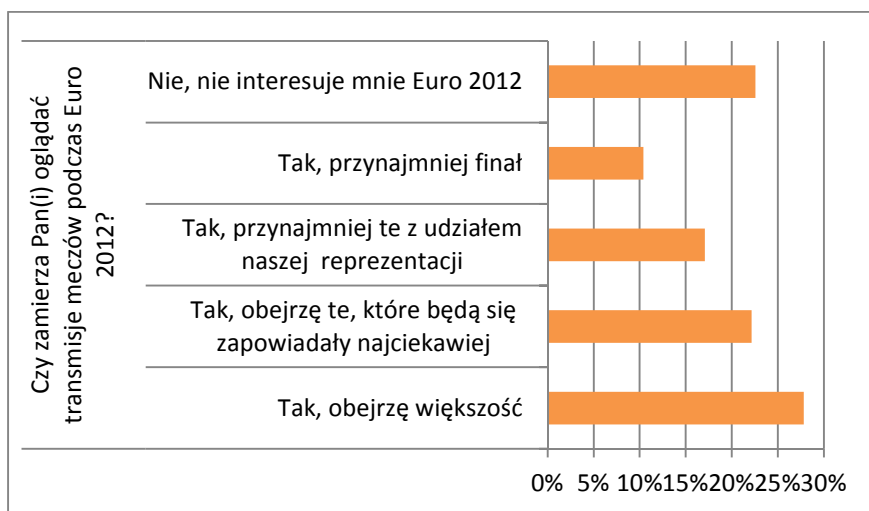
Młosz Gromski

T 22 820 4093

M 663 151 649

E milosz.gromski@ingbank.pl

ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce, który obsługuje zarówno klientów indywidualnych, jak i podmioty gospodarcze. Rozbudowana sieć 440 placówek, ponad 770 bankomatów i 600 wpłatomatów, szeroka oferta kart płatniczych oraz internetowy dostęp do kont osobistych i firmowych stanowi nowoczesną ofertę i platformę współpracy z pozostałymi podmiotami Grupy ING. Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 40 krajach. Zatrudnia ponad 100 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.



Badanie zostało przeprowadzone przez TNS Nipo na zlecenie ING. W badaniu udział wzięło 1 002 Polaków oraz co najmniej 1 000 mieszkańców każdego kraju, biorącego udział w tegorocznych finałach Mistrzostw Europy w piłce nożnej. Respondenci stanowili reprezentatywną grupę społeczeństwa pod względem wieku, płci i dochodów.

Biuro Prasowe ING Banku Śląskiego

Miłosz Gromski

T 22 820 4093

M 663 151 649

E miłosz.gromski@ingbank.pl

ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce, który obsługuje zarówno klientów indywidualnych, jak i podmioty gospodarcze. Rozbudowana sieć 440 placówek, ponad 770 bankomatów i 600 wpłatomatów, szeroka oferta kart płatniczych oraz internetowy dostęp do kont osobistych i firmowych stanowi nowoczesną ofertę i platformę współpracy z pozostałymi podmiotami Grupy ING. Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 40 krajach. Zatrudnia ponad 100 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.