



INFORME DE LA COMISIÓN MEDIOS Y MARKETING

COMISIÓN MEDIOS Y MARKETING



Director General: MARINESCU Vlad

Director Medios & Comunicación: MESSNER Nicolas

Miembros: CROWLEY Joanne, GOULDING Grace, TOSHPULATOV Jakhongir, SABAU Gabriela, DI FELICIANTONIO Emanuele, KULUMBEGASHVILI Tamara

Desde el último Congreso de la FIJ, el plan de medios de la FIJ se ha perfeccionado y continúa desarrollándose para responder eficazmente a la demanda tanto de los aficionados al judo como de los medios de comunicación. Incluye una estrategia televisiva eficaz, el desarrollo continuo de contenidos para el sitio web y la implementación de campañas enérgicas en las redes sociales. El año 2021 estuvo marcado por los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, mientras que unos meses después ya estábamos embarcados en los preparativos para los Juegos de París 2024. El departamento es activo tanto en la dimensión deportiva del judo (World Judo Tour) como en la dimensión educativa (Judo for Peace, Judo for Children, IJF Academy, Clima, Igualdad de Género, etc.).

TV y OTT durante el Campeonato Mundial 2022 (Nielsen Sports)

- 881 horas de cobertura televisiva (en directo, en diferido, mejores momentos, Revistas, Reportajes, Noticias)
- Audiencia acumulada: 93.6M
- 760 horas de visibilidad de la marca
- 1.424M de impresiones de eventos: Japón, Francia y Brasil son los países con más impresiones de eventos
- Principales mercados por audiencia acumulada: Brasil, Francia, Alemania, Países Bajos, Japón
- Principales mercados por tiempo de transmisión: Croacia, Eslovenia, Países de los Balcanes, Israel, Francia

SITIO WEB: www.ijf.org

Tras el rediseño del sitio web, que se llevó a cabo durante el período anterior, el departamento aumentó significativamente el número de artículos publicados. Durante este último período, se produjo un incremento de casi el 300% (1020 artículos vs. 350). Últimamente, para aumentar aún más la visibilidad de cada categoría de peso durante los eventos del circuito mundial, se publican artículos por categorías.

Desglose de artículos (1020)

- Entrevistas, crónicas, vídeos: **172**
- Noticias FIJ/NF: **150**
- Veteranos, kata, juniors, cadetes: **85**
- Judo para Niños: **69**
- Igualdad de género: **46**
- IBSA, CISM, World Deaf, Juegos Mediterráneos, EYOF, Policía, Commonwealth, Juegos Islámicos: **39**
- Academia IJF: **19**
- WJT: **167**
- Juegos Olímpicos: **116**
- Campeonatos del mundo: **73**
- Judo por la Paz: **63**
- Forever Everest: **21**

INFORME DE LA COMISIÓN MEDIOS Y MARKETING



REDES SOCIALES: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok...

Las redes sociales son ahora uno de los principales canales de comunicación de la FIJ. La organización está en el top 10 de las federaciones internacionales en términos de alcance y frecuencia en las redes sociales (número de seguidores, crecimiento, alcance, publicaciones por día, vistas por día, me gusta, comentarios, acciones / retweet y interacción).

La FIJ sigue muy activa en su canal de Youtube y recientemente ha desarrollado <https://live.ijf.org>, ofreciendo la posibilidad de seguir el WJT exclusivamente con una suscripción premium.

Aficionados y seguidores

Total: **2 907 887**

Instagram @judogallery + @judoogallerykids: **1 294 265**

Facebook: **991 241**

Youtube : **377 773**

TikTok: **143 288**

Twitter: **84 888**

Telegram: **10 523**

LinkedIn: **5 909**

Países más activos

Brasil, Rusia, India, EE. UU, Kazajstán, Francia, Argelia, Mongolia, Filipinas.

En total, esto representa 2.907.887 personas, lo que corresponde a un aumento de más del 30% con respecto al período anterior.

Durante el Campeonato Mundial de Tashkent 2022, más de 10 millones de personas se interesaron por nuestra plataforma de redes sociales.

La nueva plataforma @judogallerykids en Instagram ya cuenta con 10,5k seguidores y muestra un interés exponencial.

COMUNICADOS DE PRENSA

Desde el último congreso se han enviado 133 notas de prensa a casi 4.000 contactos a nivel mundial, lo que representa un incremento del 80% respecto al ciclo anterior. Se ha puesto en marcha una nueva herramienta de diseño y envío de notas de prensa para mejorar la comunicación de la FIJ.

ACREDITACIÓN DE MEDIOS

En 2022, 756 medios se acreditaron para seguir los eventos del circuito mundial de judo. Los eventos más seguidos fueron el Campeonato del Mundo de Tashkent (177 medios), el Grand Slam de Tokio (134 medias) y el Grand Slam de París (71 medias). La media de periodistas acreditados para cada evento fue 42.

CONTENIDO DE VÍDEO

Además de los artículos de prensa habituales publicados en todas nuestras plataformas (web + social), la FIJ continúa desarrollando formatos existentes, así como nuevos formatos de vídeo para promover el judo y sus valores.

JUDOFEST

A finales de 2021 se implementó un nuevo formato para la segunda edición de JudoFest con la distribución de los Premios IJF.



INFORME DE LA COMISIÓN MEDIOS Y MARKETING

Funciones especiales en IJF.org:

FOREVER EVEREST

En 2022, los medios de comunicación de la FIJ produjeron un documental completo sobre Sabrina Filzmoser y su ascenso exitoso del Everest, comenzando desde el nivel del mar. El documental se estrenó en Austria, Gran Bretaña y Japón durante el Grand Slam de Tokio y será publicado en abierto en 2023.

JULIEN DA LA VUELTA AL MUNDO

Desde 2022, seguimos a Julien Brulard, judoka francés, que viaja alrededor del mundo.

THROW TO TASHKENT

Este año organizamos el desafío Throw to Tashkent. Más de 1.000 judoka se inscribieron para ganar un viaje gratis al Campeonato Mundial. De estas 1000 entradas, 4 ganadores vinieron a Tashkent con sus invitados. La FIJ cubrió todo el viaje de los ganadores de Canadá, Francia, Polonia y Nigeria.