

COMISIÓN DE MEDIOS Y MARKETING



Director General: MARINESCU Vlad

Miembros: CROWLEY Jo, DI FELICIANTONIO Emanuele, KULUMBEGASHVILI Tamara, MESSNER Nicolas, MURGEANU-SABAU Gabriela, SKOROKHODOVA Inna, TOSHPULATOV Jakhongir

Resumen Ejecutivo

Desde el último Congreso de la FIJ, nuestra estrategia se ha perfeccionado para satisfacer mejor las necesidades de los fans del judo y la prensa internacional. En 2024, logramos hitos clave, incluido el lanzamiento de JudoTV y su aplicación móvil, una identidad visual renovada de la FIJ, el cambio de marca de los eventos del *World Judo Tour* y la bienvenida a Harvest Group como nuestro nuevo patrocinador principal. Estos esfuerzos han modernizado y fortalecido aún más la presencia global del judo.

Actividades de Medios y Marketing (Mayo 2023 – Enero 2025)

IJF.ORG

Estadística	2021-2023	2023-2025	Crecimiento
Usuarios	1.6 millones	4.8 millones	↑ 300 %
Visitas de página	41 millones	106 millones	↑ 258 %
Sesiones / número de eventos	5 millones	258 millones	↑ 5000 %
Duración media de la sesión	8m 57s	4m 49s	↓ 50 %

El departamento de medios continuó publicando artículos a un ritmo muy elevado. El número de publicaciones aumentó un **47% (1.500 artículos frente a 1.020)** en comparación con el período del informe anterior. Esto representa un promedio de **2,5 artículos por día**.

Distribución de artículos

- Entrevistas, historias, videos: **252**
- Info FIJ/NF : **300**
- Veteranos, kata, juniors, cadetes: **176**
- Judo para niños: **53**
- Igualdad de género: **30**
- IBSA, CISM, Policía : **67**
- WJT: **245**
- Juegos Olímpicos: **174**
- Campeonatos del mundo: **240**
- Judo por la paz: **36**
- Academia FIJ: **36**

Artículos especiales en IJF.org

Campeones olímpicos

Se lanza una serie de entrevistas con todos los campeones olímpicos de la historia del judo. Hasta la fecha se han publicado 50 entrevistas.



Comunicados de Prensa

Durante el período del informe, se enviaron 150 comunicados de prensa a la base de datos de contactos global del boletín, un promedio de uno cada cuatro días. Una nueva herramienta de diseño y envío agilizó el proceso, integrando resultados y enlaces a las plataformas de la FIJ.

Redes Sociales

Las redes sociales son un canal de comunicación clave para la FIJ, situándose entre las 10 principales federaciones internacionales en términos de participación y alcance. Durante el período olímpico, el interés se disparó, especialmente en Twitter y YouTube, con **más de 650 millones** de personas alcanzadas durante el período del informe. De cara al futuro, esperamos un **aumento del 25% en suscriptores y un crecimiento del 30% en el alcance global** en el próximo período.

Fans y suscriptores

Suscriptores	2021-2023	2023-2025	Crecimiento
Instagram	1.3 millones	1.4 millones	↑ 107 %
Facebook	1 millones	1.1 millones	↑ 110 %
YouTube	150 491	520 000	↑ 345 %
TikTok	379 767	490 000	↑ 129 %
Twitter	10 793	100 000	↑ 926 %
Telegram	85 381	20 500	↓ -76 %
LinkedIn	6 006	7 000	↑ 116 %
Threads	-	124 000	-
TOTAL	2 921 356	3 555 500	↑ 121 %

JudoTV

El lanzamiento de JudoTV en el último congreso marcó un paso importante al reemplazar a la antigua plataforma live.ijf.org. Durante el período del informe, se introdujo una **aplicación móvil** especializada en Android e iOS, que incorpora funciones como notificaciones push y comentarios multilingües para mejorar la experiencia del espectador.

La plataforma JudoTV también ha allanado el camino para contenido nuevo y emocionante, incluidos **Golden Score** y **Hajime Shows**, que presentan a atletas y expertos interactuando con los fans en tiempo real. Estas iniciativas han ayudado a atraer una audiencia global cada vez mayor.

En el futuro, los perfiles de los atletas se llevarán al siguiente nivel, donde cada atleta podrá reclamar y editar su propia información de perfil, lo que les permitirá ganar exposición en la plataforma, y se lanzará un **nuevo juego comunitario** con características adicionales y optimización, enriqueciendo aún más la plataforma.



Además de los eventos del *World Judo Tour*, JudoTV ahora transmite **todas las competiciones africanas, europeas y panamericanas**, lo que representa un total notable de **183 eventos en vivo** durante el período del informe.

Estadística	2022-2023	2023-2025	Crecimiento
Vistas	18 millones	86 millones	↑ 477 %
Total de horas vistas	722 000	3 millones	↑ 415 %

Transmisión de Televisión

Transmitida en **110 canales** y vista en más de **190 países**, la cobertura televisiva lineal del judo ha mostrado un crecimiento constante en el año previo a los Juegos Olímpicos de París 2024. Esto incluye la incorporación de **cinco nuevos territorios** (Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Portugal y ABU), destacando el creciente alcance del deporte, incluso en medio de desafíos más amplios de la industria y de tendencias a la baja.

Estadística	2022	2023	2024 (estimaciones)
Número de horas	4 685 horas	4 351 horas	4 000+ horas
Audiencia acumulada	105,82 M	164,28 M	180 M
Impresiones de eventos	4 326 M	6 187 M	10 000 M
Visibilidad de marca	1 686 horas	5 351 horas	5 000 horas
100% valor mediático	21 M €	62 M €	80 M €

Actividades de Marketing

En 2024, presentamos con orgullo la **nueva identidad visual de la FIJ**, comenzando con una actualización de nuestras plataformas de redes sociales. Esta imagen revitalizada se extenderá al World Judo Tour, a partir de 2025, lo que refleja nuestro compromiso de **modernizar y fortalecer nuestra presencia**.

Además, le dimos **la bienvenida a Harvest Group como nuevo patrocinador principal**, uniéndose a la familia del judo y aumentando nuestra lista de patrocinadores principales a un total de siete, fortaleciendo aún más el apoyo a nuestras iniciativas y el alcance global de las mismas.