



**VALORI E IMMAGINE DELLO SPORT:
le potenzialità delle attività sportive
come strumento comunicativo**

Molte marche traggono dalle **attività sportive** in senso lato (dalle competizioni agonistiche alle semplici attività ricreative) un importante contributo per definire la propria immagine di marca e arricchirne la personalità attraverso sponsorizzazioni di competizioni, eventi, imprese ecc.

La sponsorizzazione delle diverse attività sportive infatti, oltre a costituire un supporto alla **brand awareness**, può arricchire/rafforzare alcuni **tratti della personalità** di marca e rendere più forte la **relazione emotiva** con il consumatore.

Per sfruttare al meglio queste potenzialità è utile avere uno strumento che permetta di delineare in maniera precisa valori e immagine delle attività sportive

Lexis in collaborazione con **Slalom**, ha realizzato una ricerca in grado di fornire un panorama dei **valori**, dell' **immagine** e della **"personalità"** delle diverse attività sportive e delle "sinergie" con le marche.

OBIETTIVI E METODOLOGIA

In sintesi, gli obiettivi principali della ricerca sono stati:

- Individuare il **profilo della marca** in termini di personalità, immagine, emozioni e sensazioni che la caratterizzano
- Fornire **Indici di Affinità** fra i vari **sport** e le **single marche** basati sulla personalità, immagine, emozioni e sensazioni ad essi correlati
- Dare indicazioni sugli **sport più efficaci** da utilizzare in comunicazione **in funzione dei posizionamenti desiderati** dalle singole marche e della penetrazione degli sport
- Valutare il **ricordo** e la **coerenza** di eventuali **sponsorizzazioni sportive pregresse**

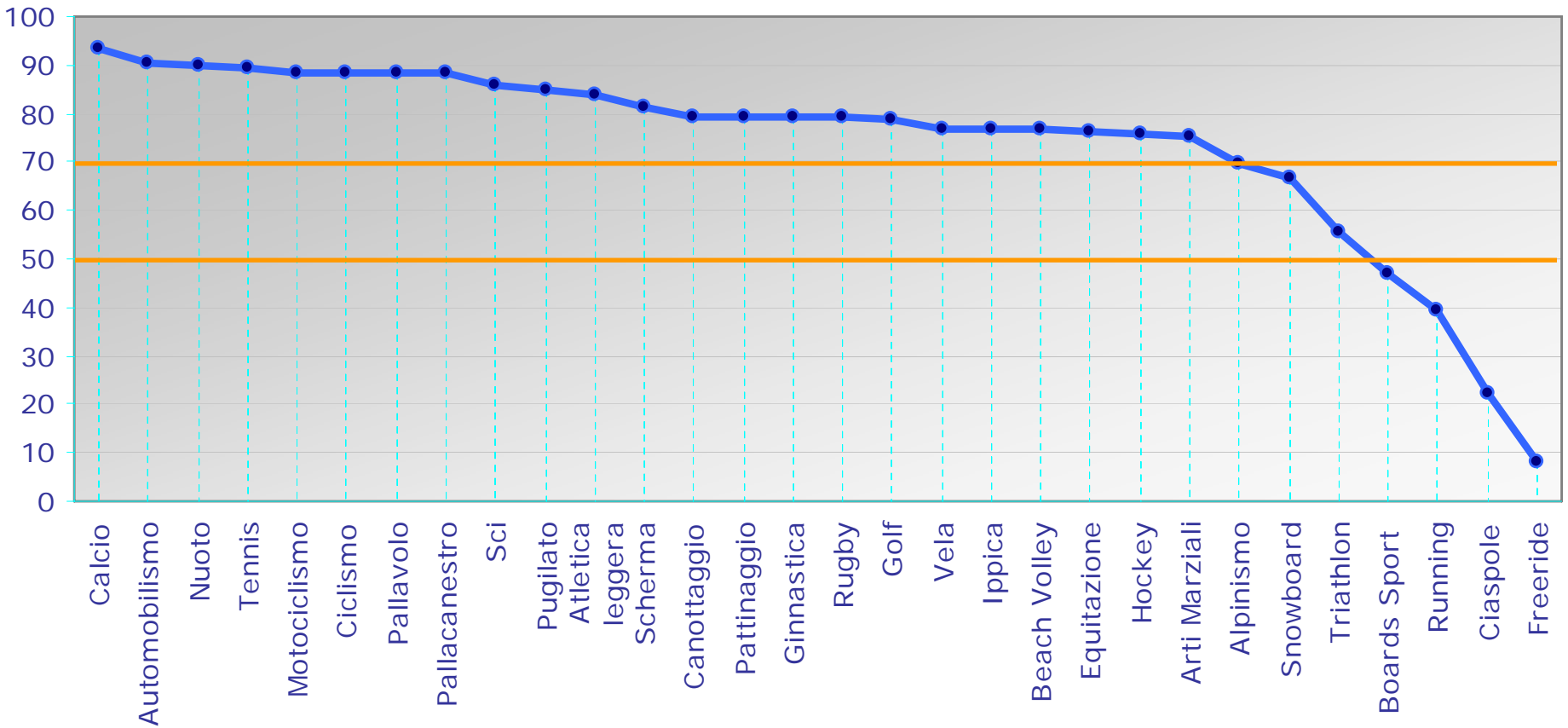
- La metodologia si è basata su **interviste on-line** a un campione rappresentativo della popolazione adulta italiana over 18 anni (sottorappresentazione della fascia over 60).
- Campione totale: **1000 casi**
- **Per ogni attività sportiva** sono state svolte mediamente **150 interviste** e **per ogni marca circa 200 interviste**
- Il field ha avuto luogo nella seconda metà di Giugno 2009
- Strumenti specifici: **Personality Wheel™** e **Affinity Brand Test**



LA RELAZIONE CON GLI SPORT

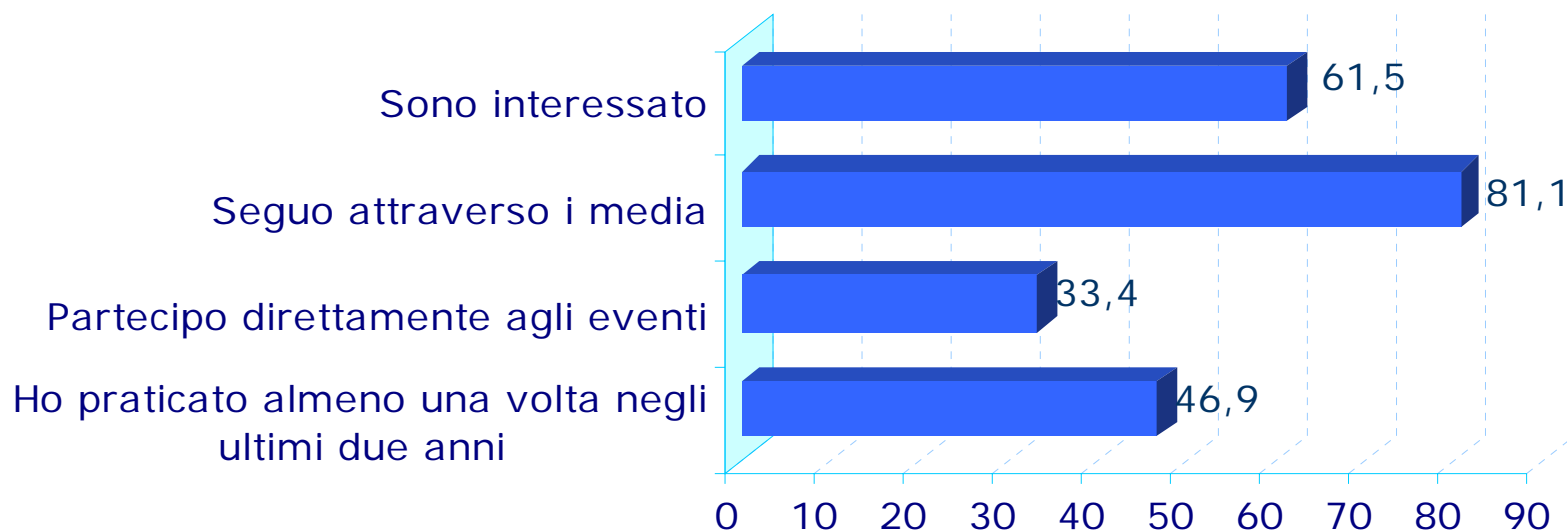
(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

Totale Intervistati



.... ALMENO UNO SPORT

(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

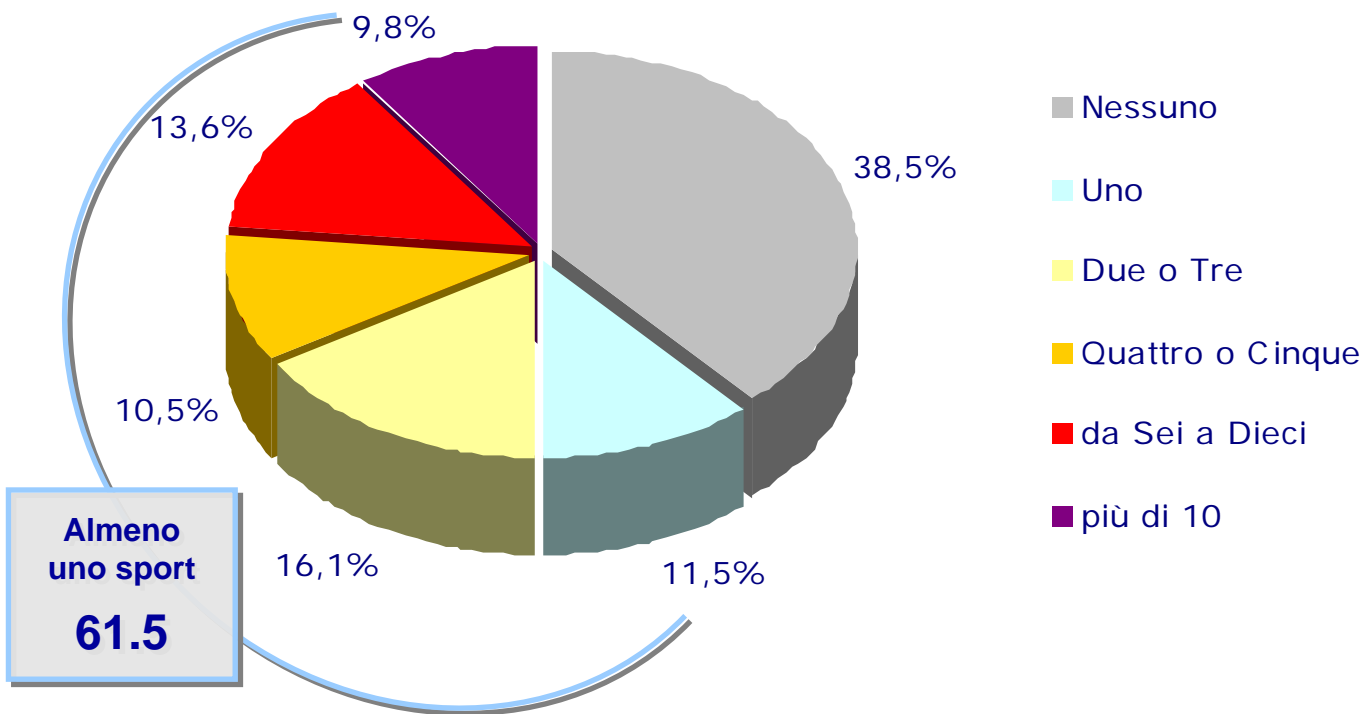


INTERESSE

.... Sono interessato a... (numero sport)

(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

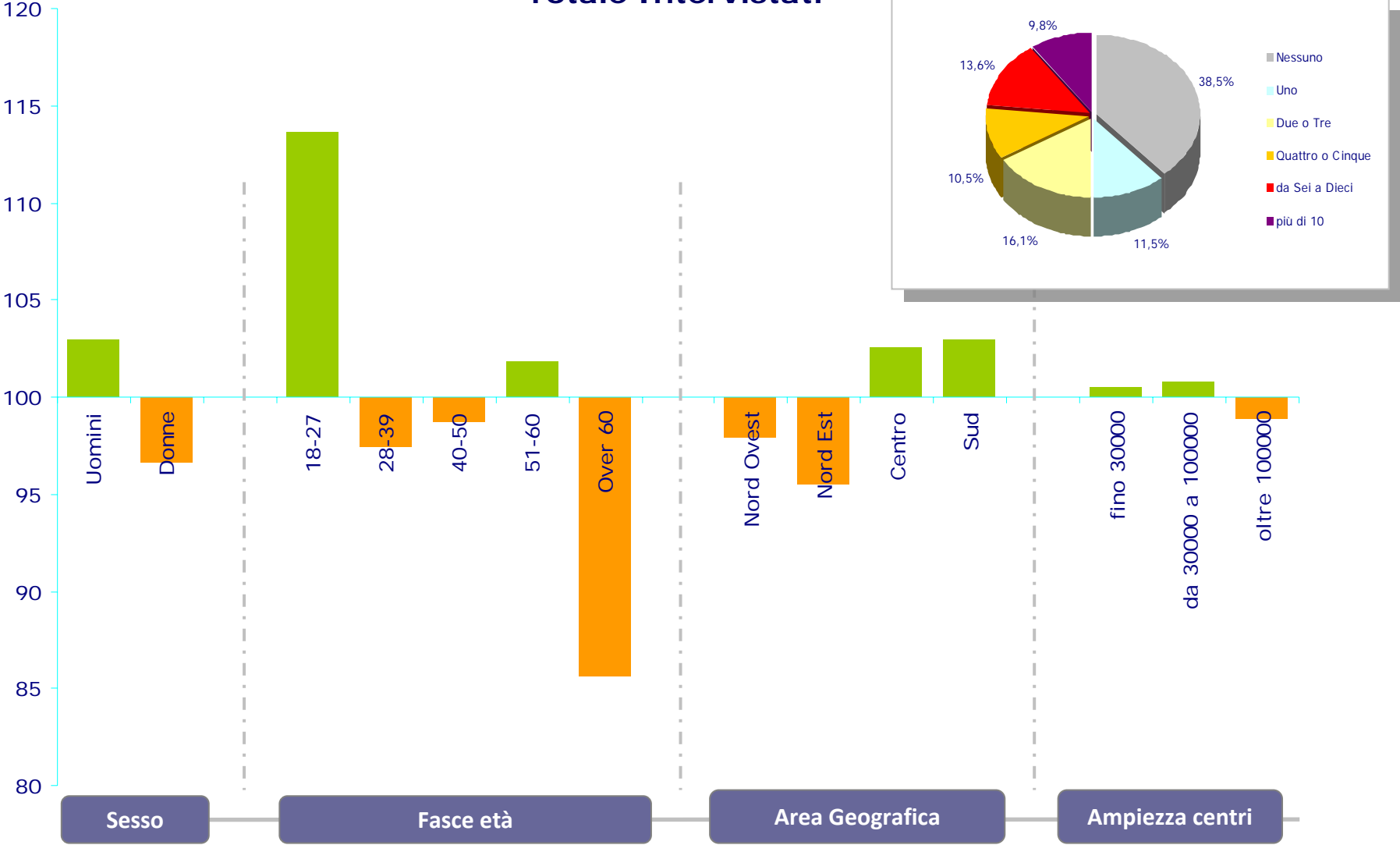
Totale Intervistati



INTERESSE: Sono interessato a... (numero sport)

(Indici di concentrazione) – (N=1000 totale intervistati)

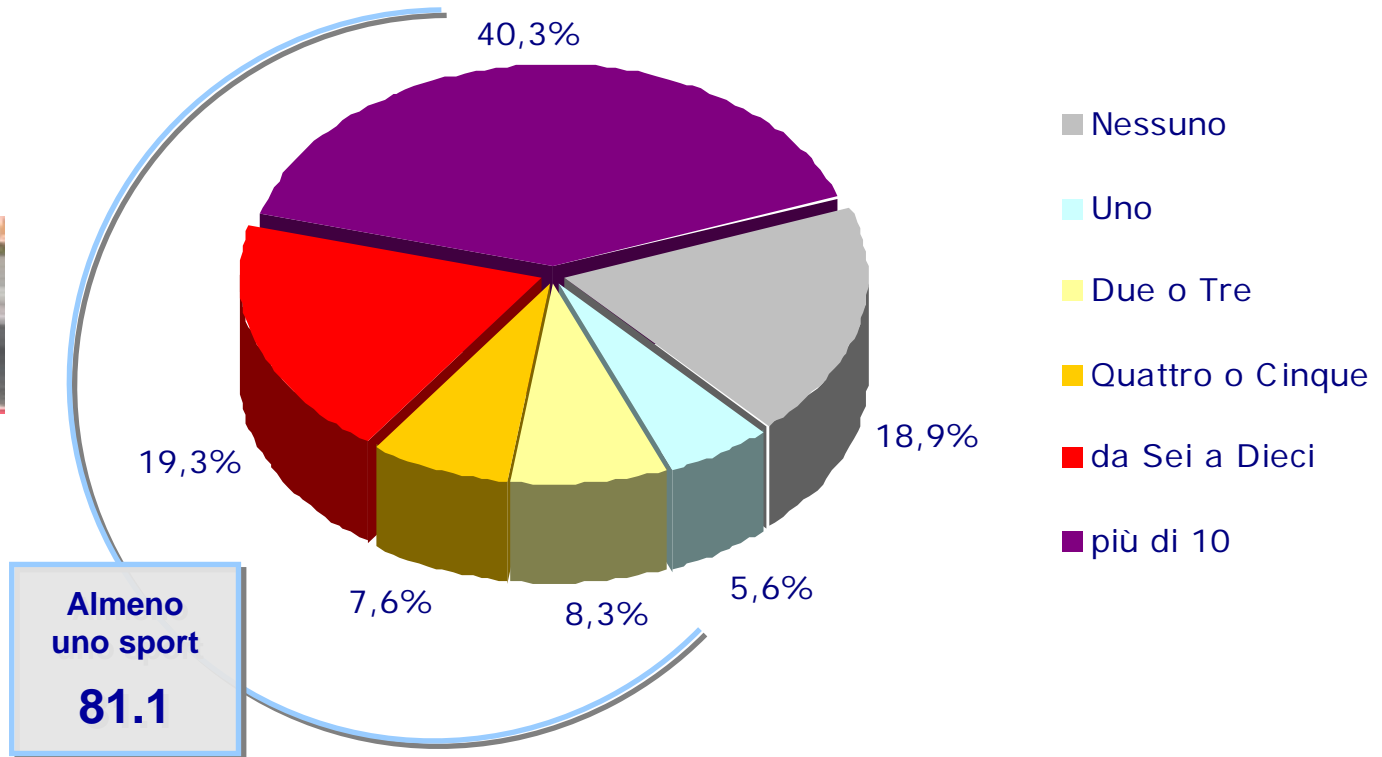
Totale Intervistati



ESPOSIZIONE MEDIA: Seguo attraverso i media... (numero sport)

(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

Totale Intervistati

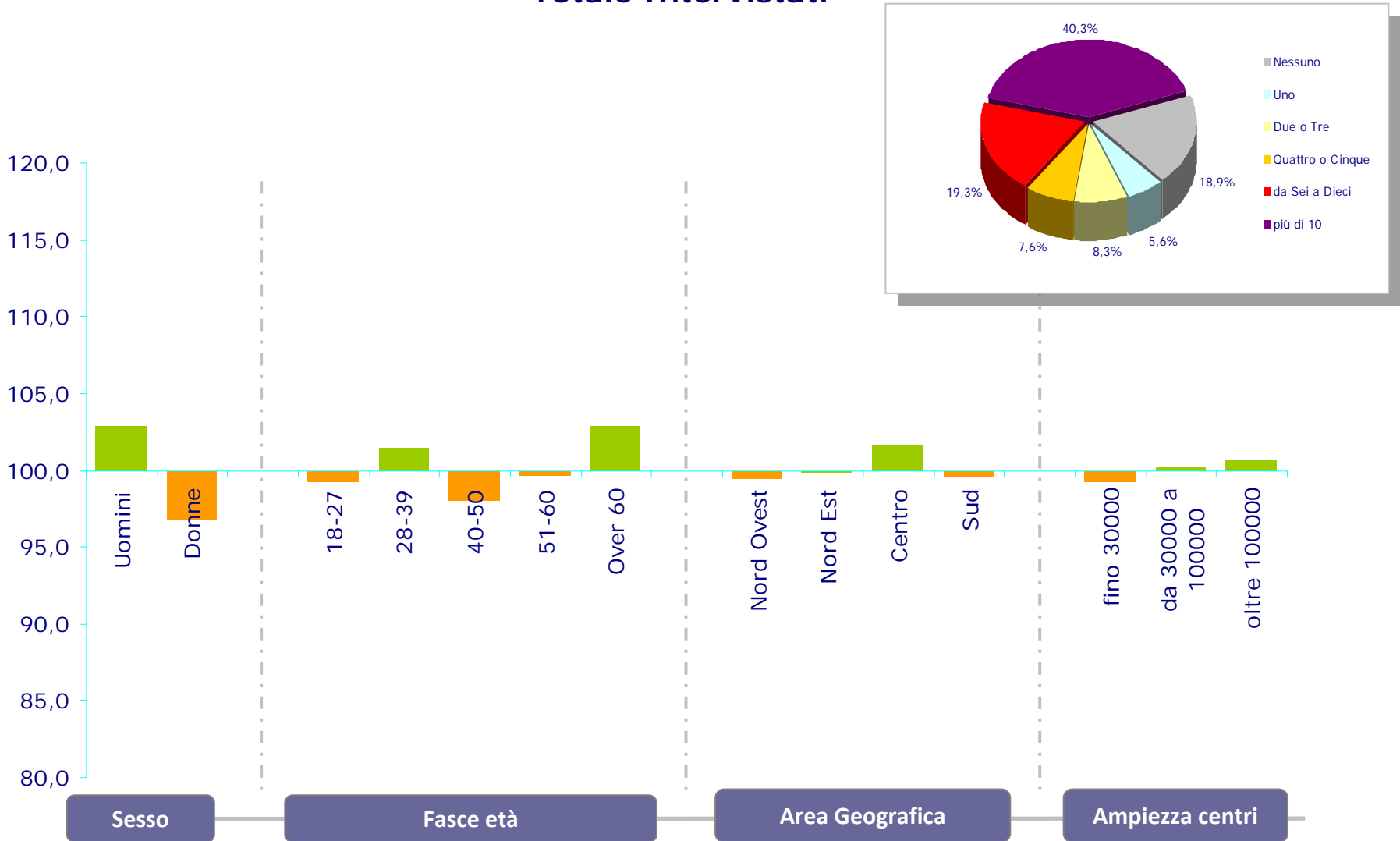


ESPOSIZIONE MEDIA:

.... Seguo attraverso i media... (numero sport)

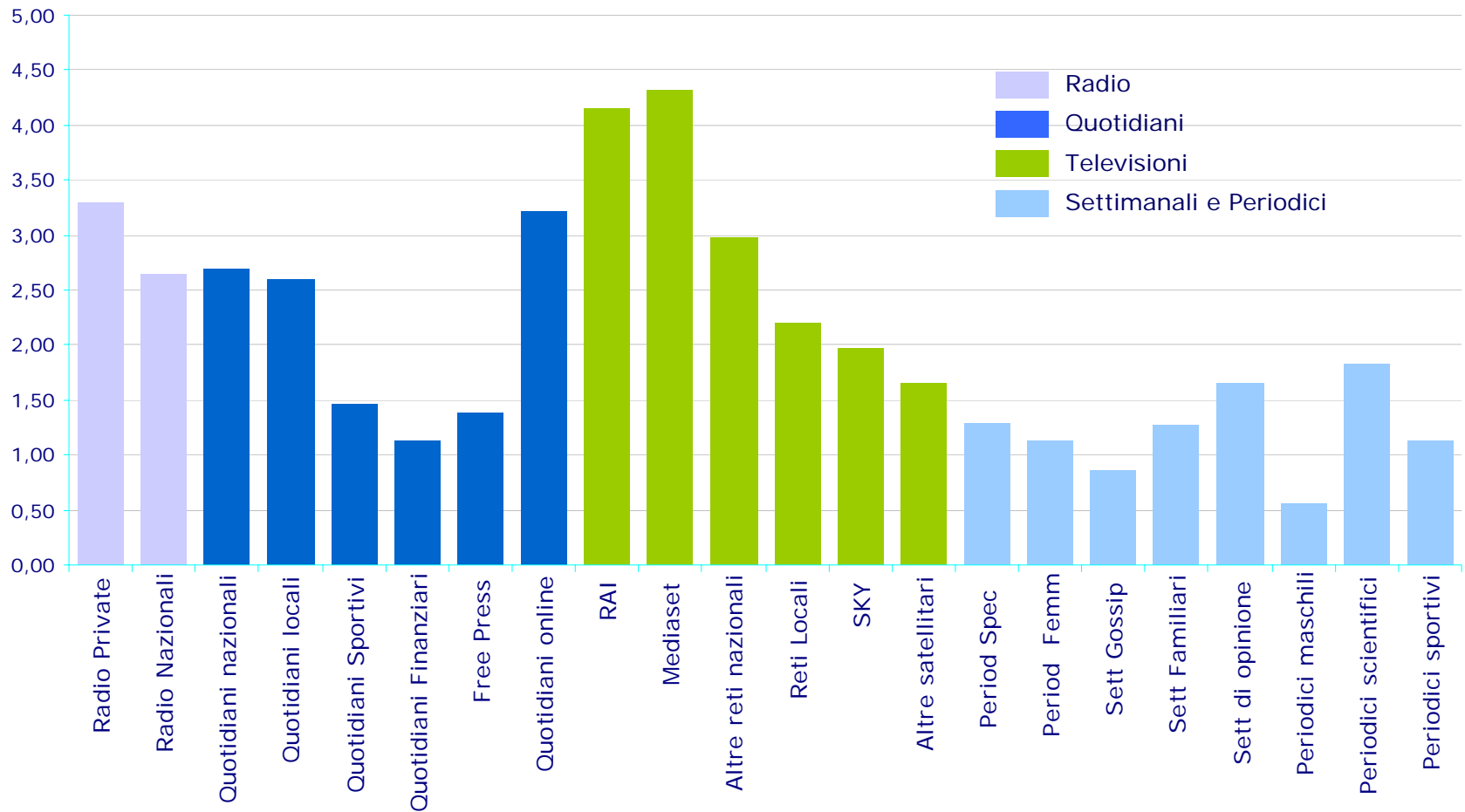
(Indici di concentrazione) – (N=1000 totale intervistati)

Totale Intervistati



ESPOSIZIONE AI MEDIA

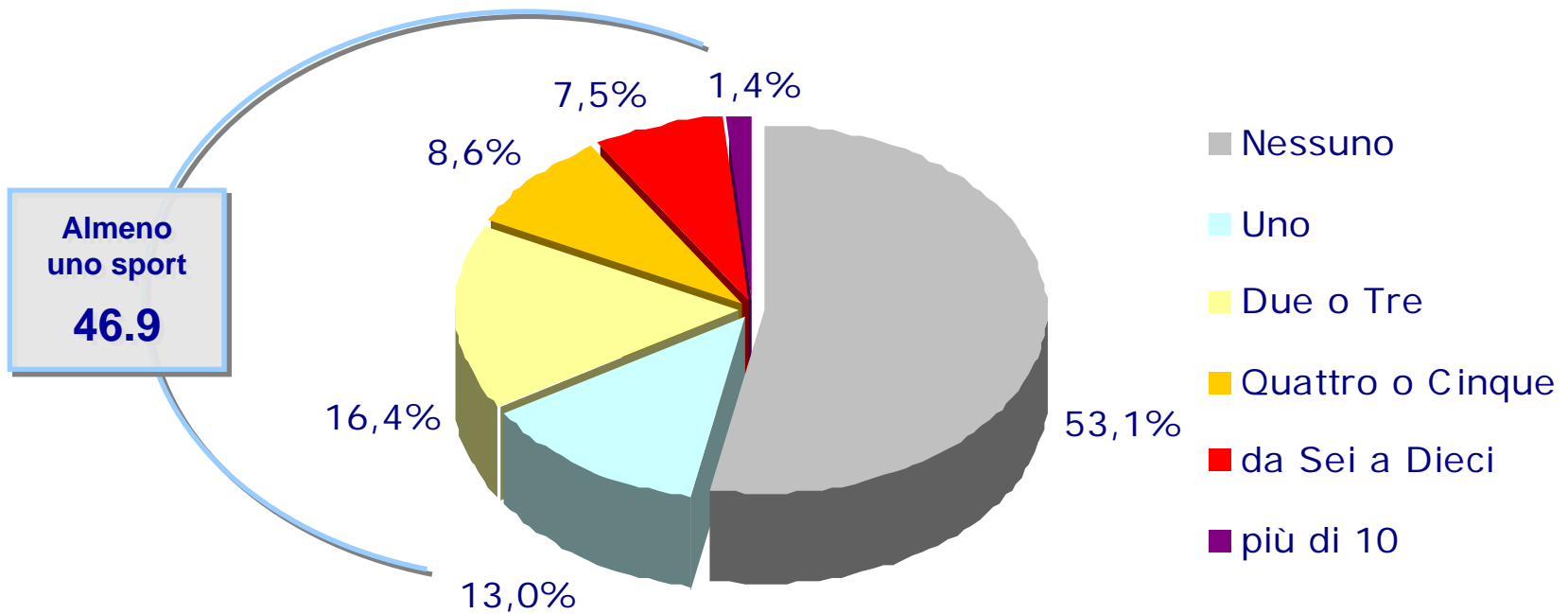
(Valori medi: indici sintetici)
(N= 811: coloro che seguono attraverso i media)



PRATICA: Ho praticato almeno una volta negli ultimi due anni (numero sport)

(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

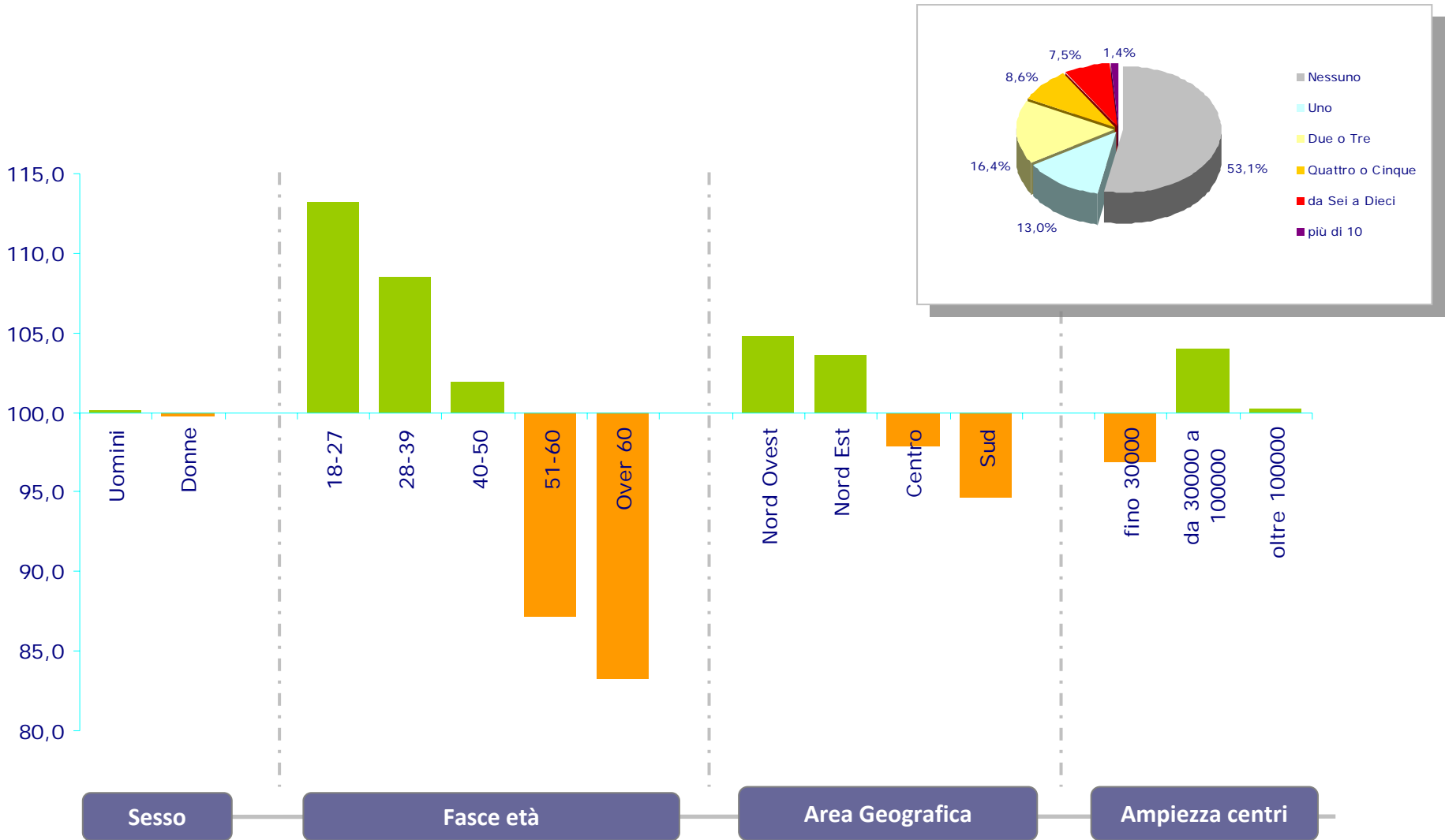
Totale Intervistati



PRATICA: Ho praticato almeno una volta negli ultimi due anni (numero sport)

(Indici di concentrazione) – (N=1000 totale intervistati)

Totale Intervistati

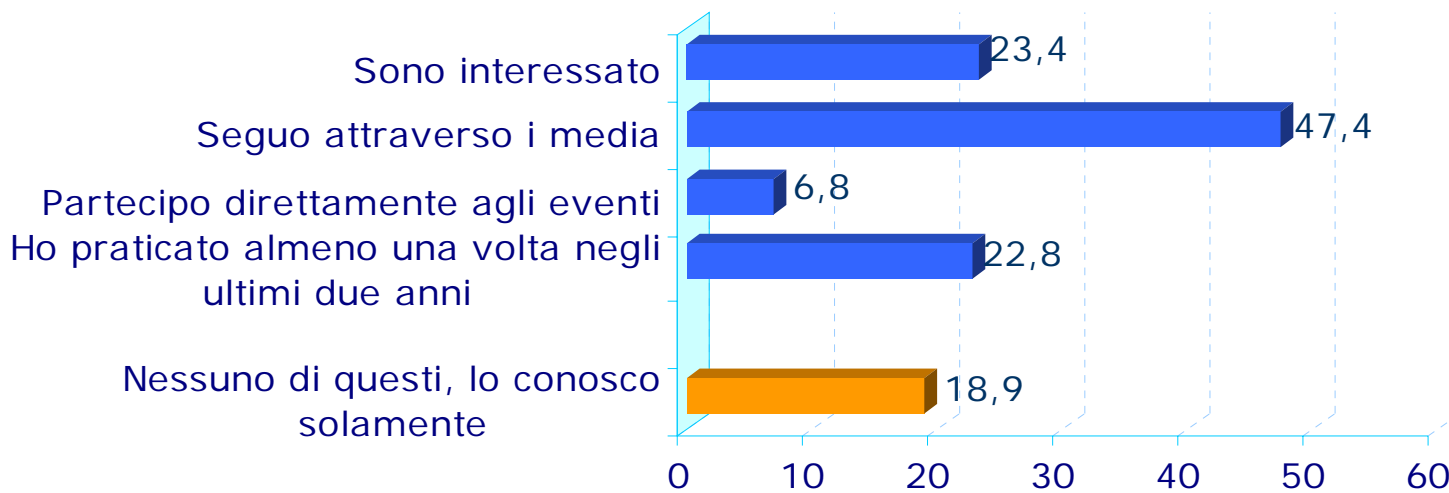


RELAZIONE CON LO SPORT

Per ciascuno degli sport che mi ha detto di conoscere...

NUOTO

(Valori percentuali) – (N= 898)

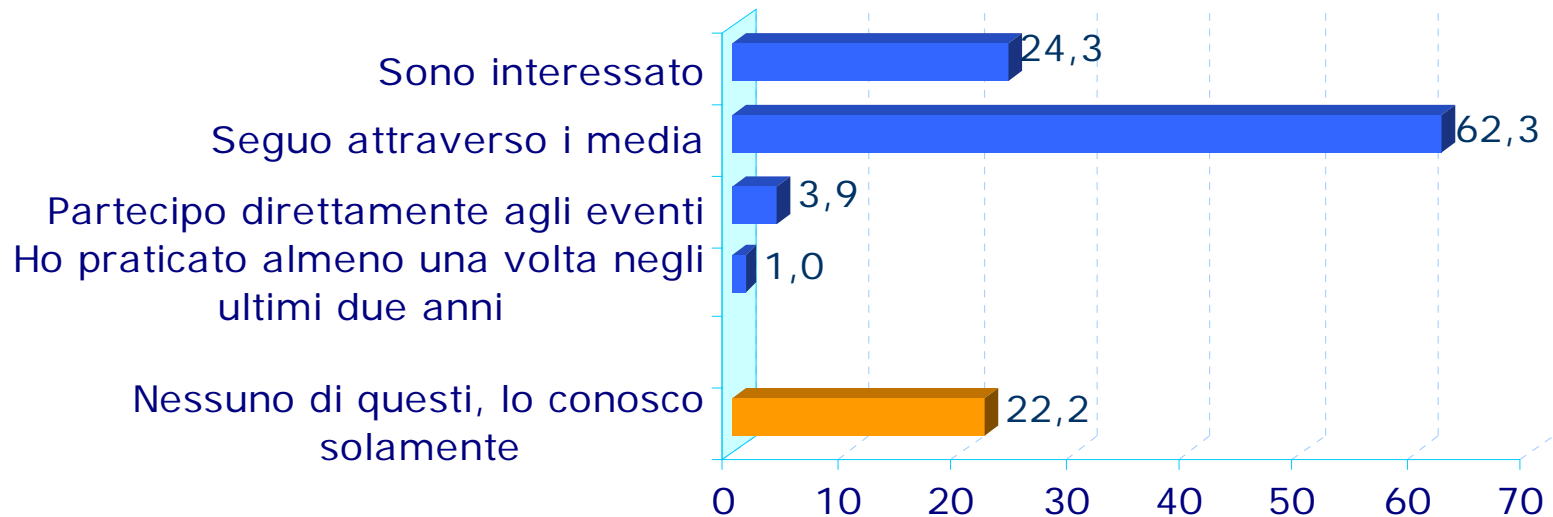


RELAZIONE CON LO SPORT

Per ciascuno degli sport che mi ha detto di conoscere...

AUTOMOBILISMO

(Valori percentuali) – (N= 904)





????????????



CARATTERISTICHE/VALORI SPORT

- Es. Sci -



VIDEO AUDI S4

CARATTERISTICHE/VALORI SPORT

Tratti caratterizzanti (valori medi > 4 o primi 5)

SCI

(Valori medi) – (N= 96)

Tecnica	4,3
Coordinazione	4,3
Prontezza di riflessi	4,2
Esperienza	4,1
Concentrazione	4,1
Controllo	4,1
Ambiente naturale	4,0
Contatto con la natura	4,0
Sprint/Velocità	4,0
Grinta	4,0
Determinazione	4,0



CONTROLLO

(Valori medi) – (N= variabile: conoscitori/interessati che hanno valutato ogni sport)



Alpinismo	4,3
Automobilismo	4,2
Arti Marziali	4,2
Motociclismo	4,1
Scherma	4,1
Ginnastica	4,1
Sci	4,1
Snowboard	4,1
Atletica Leggera	4,0
Golf	4,0
Pugilato	4,0



SPRINT/VELOCITA'

(Valori medi) – (N= variabile: conoscitori/interessati che hanno valutato ogni sport)

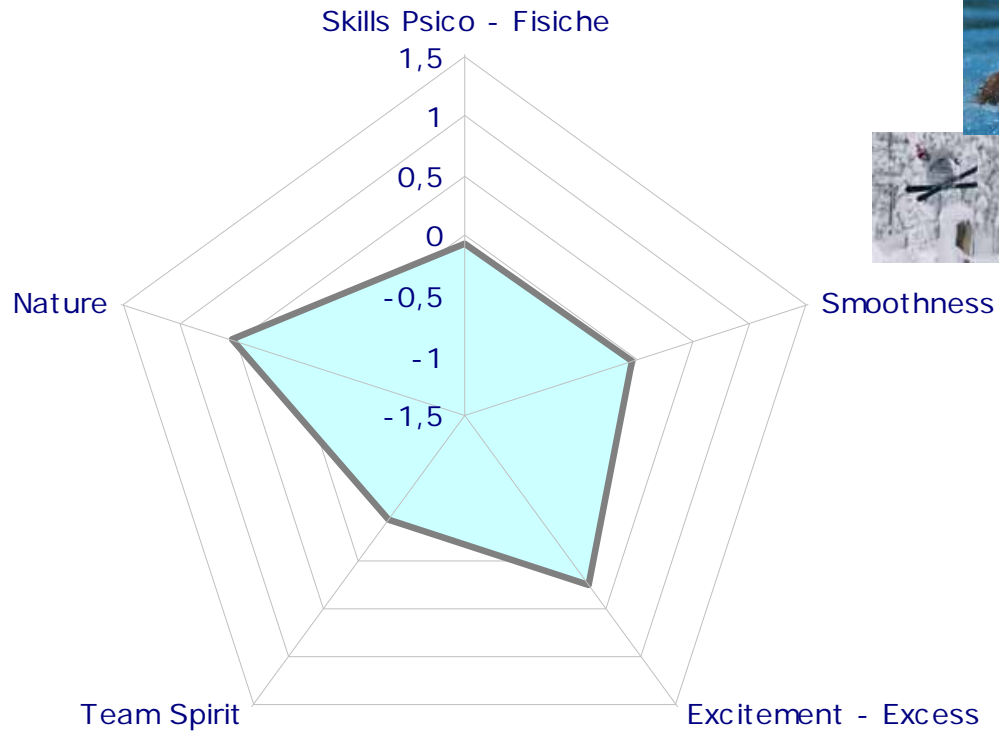


Ciclismo	4,2
Automobilismo	4,2
Motociclismo	4,1
Atletica Leggera	4,1
Sci	4,0
Nuoto	4,0
Calcio	4,0
Scherma	4,0



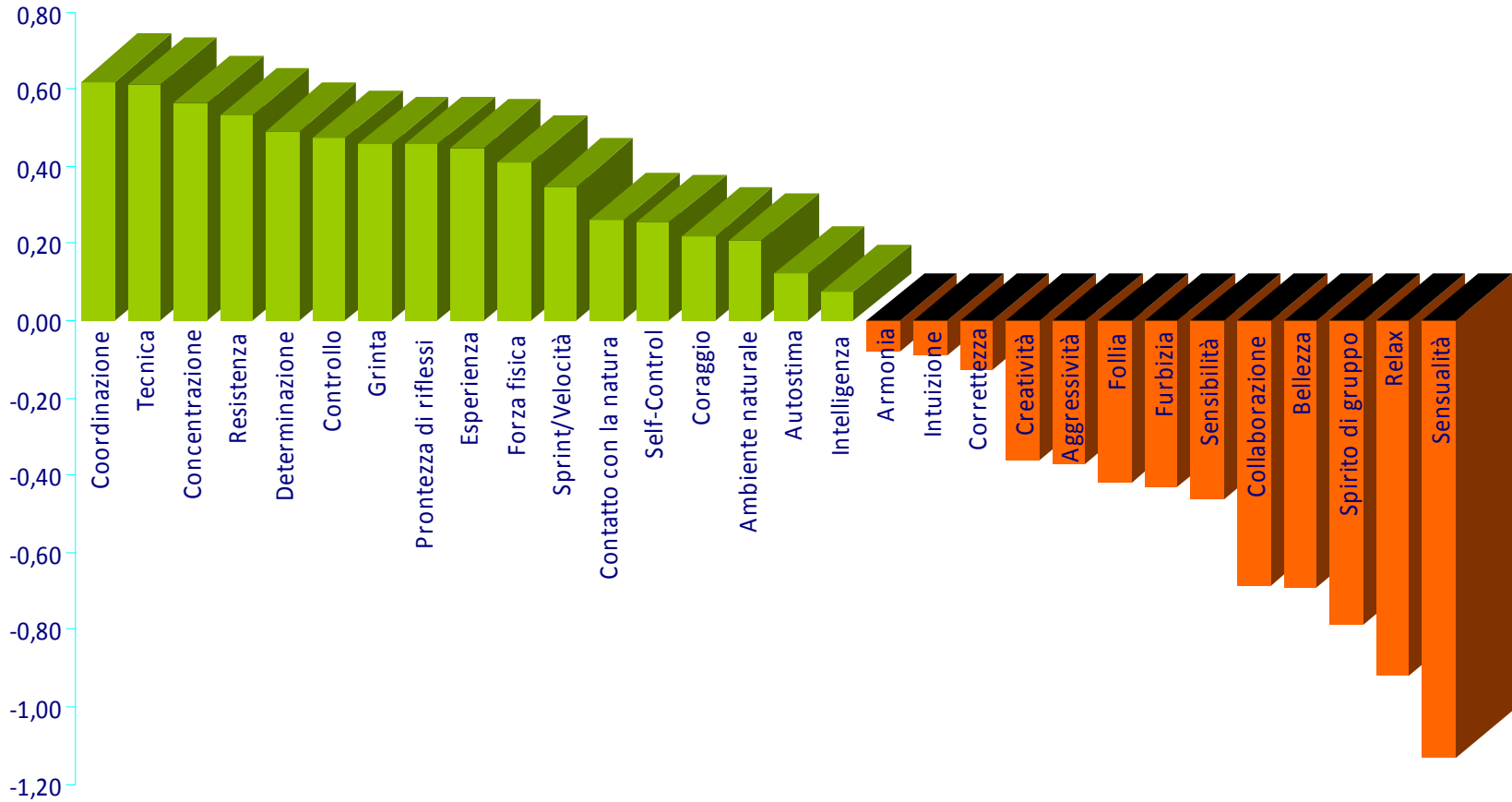
CLUSTER 5: INDIVIDUO VS NATURA (sport in libertà)

Board Sports	Freeride
Nuoto	Triathlon
Sci	Snowboard



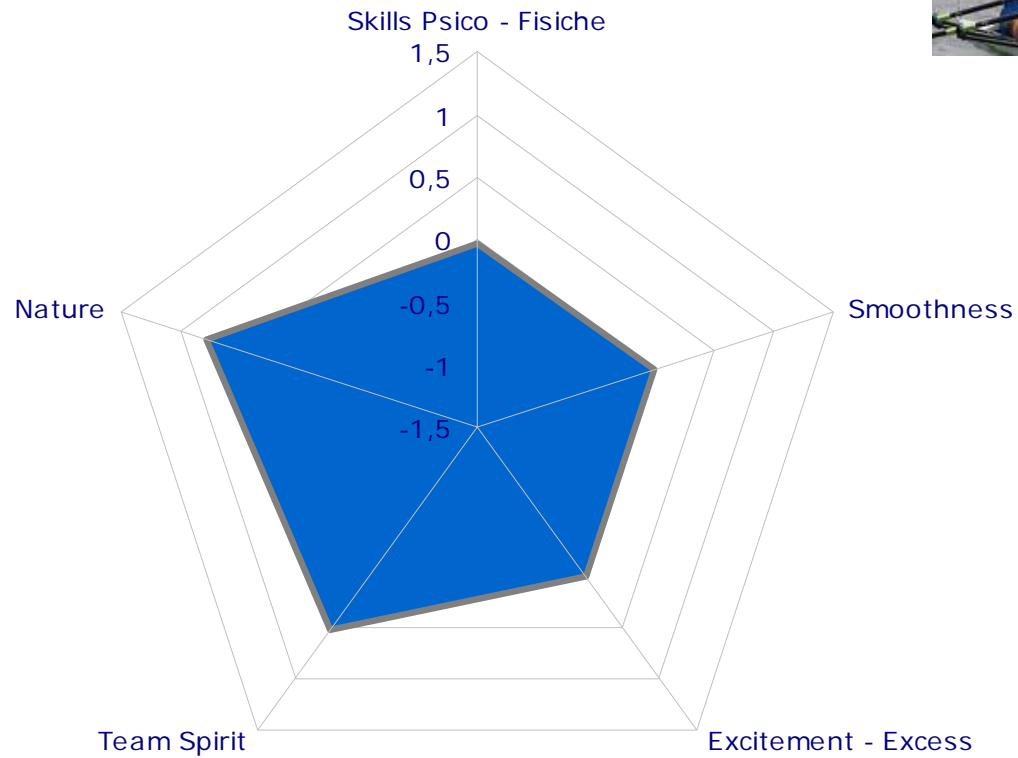
CLUSTER 5: INDIVIDUO VS NATURA (sport in libertà)

Board Sports	Freeride
Nuoto	Triathlon
Sci	Snowboard



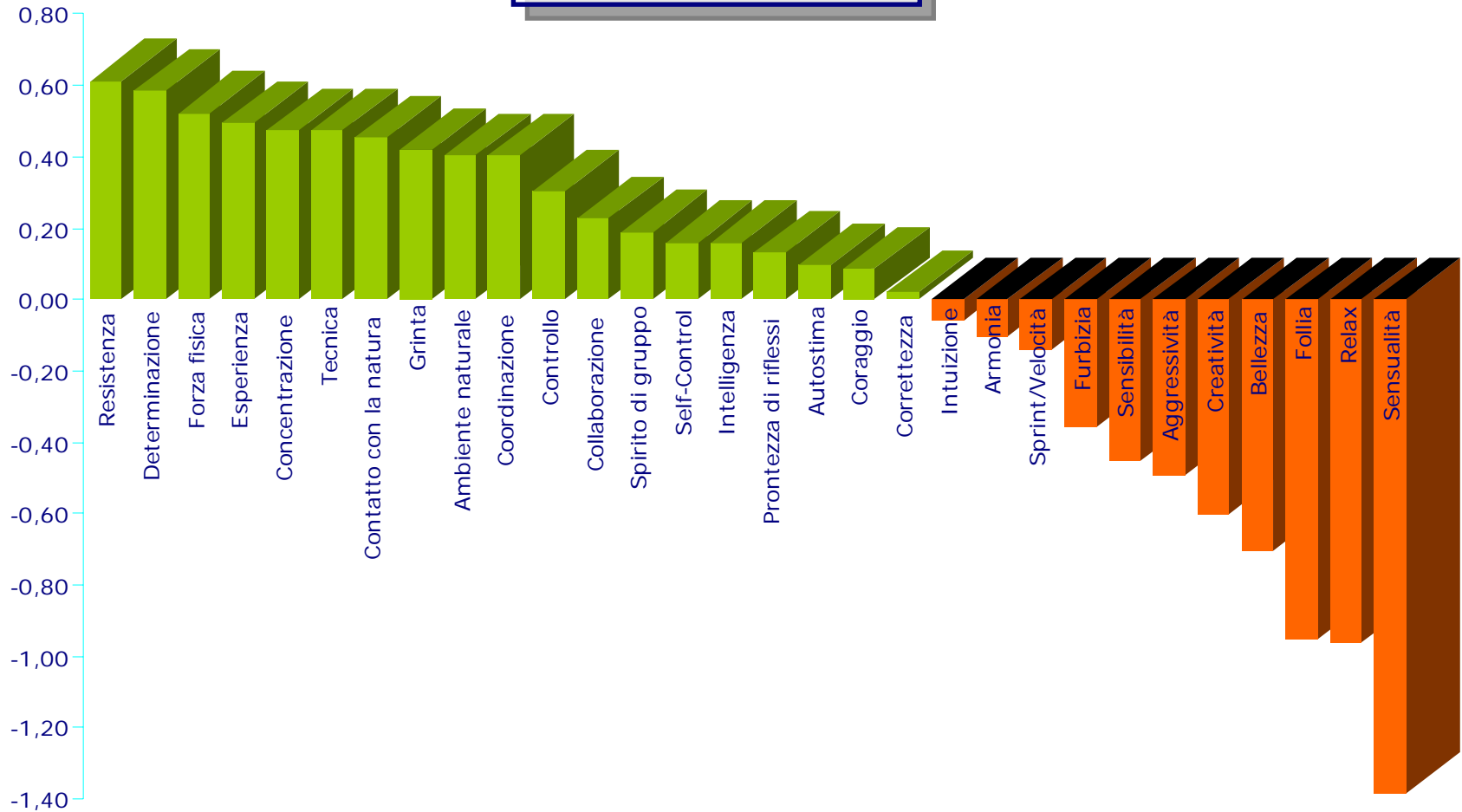
CLUSTER 1: NATURA HARD (sport faticosi)

Canottaggio
Ciclismo
Alpinismo
Vela



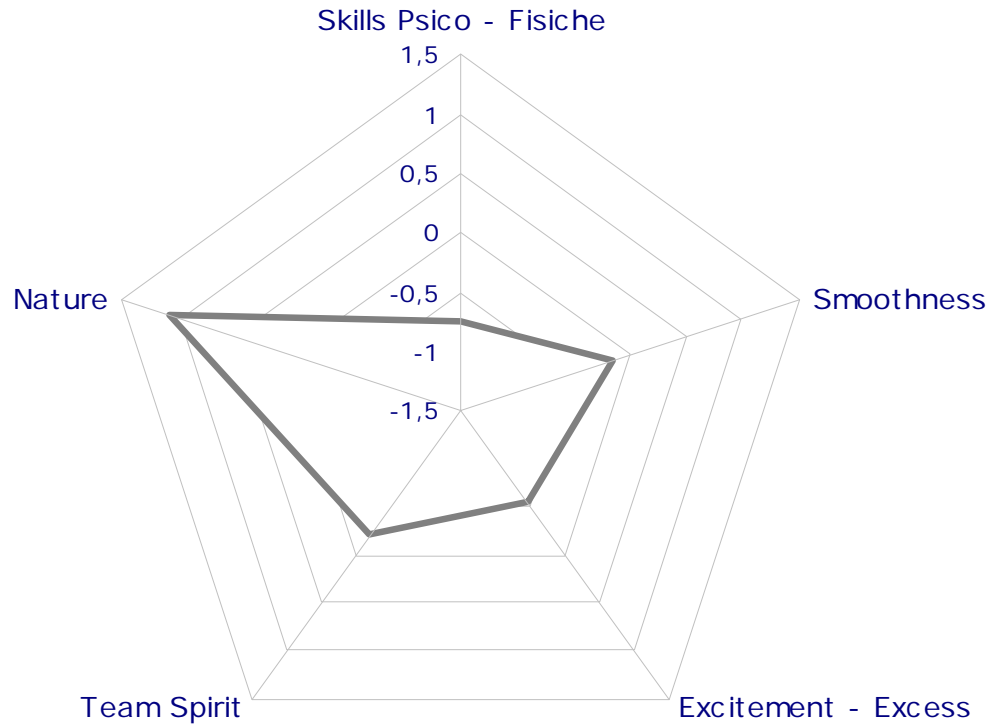
CLUSTER 1: NATURA HARD (sport faticosi)

Canottaggio
 Ciclismo
 Alpinismo
 Vela



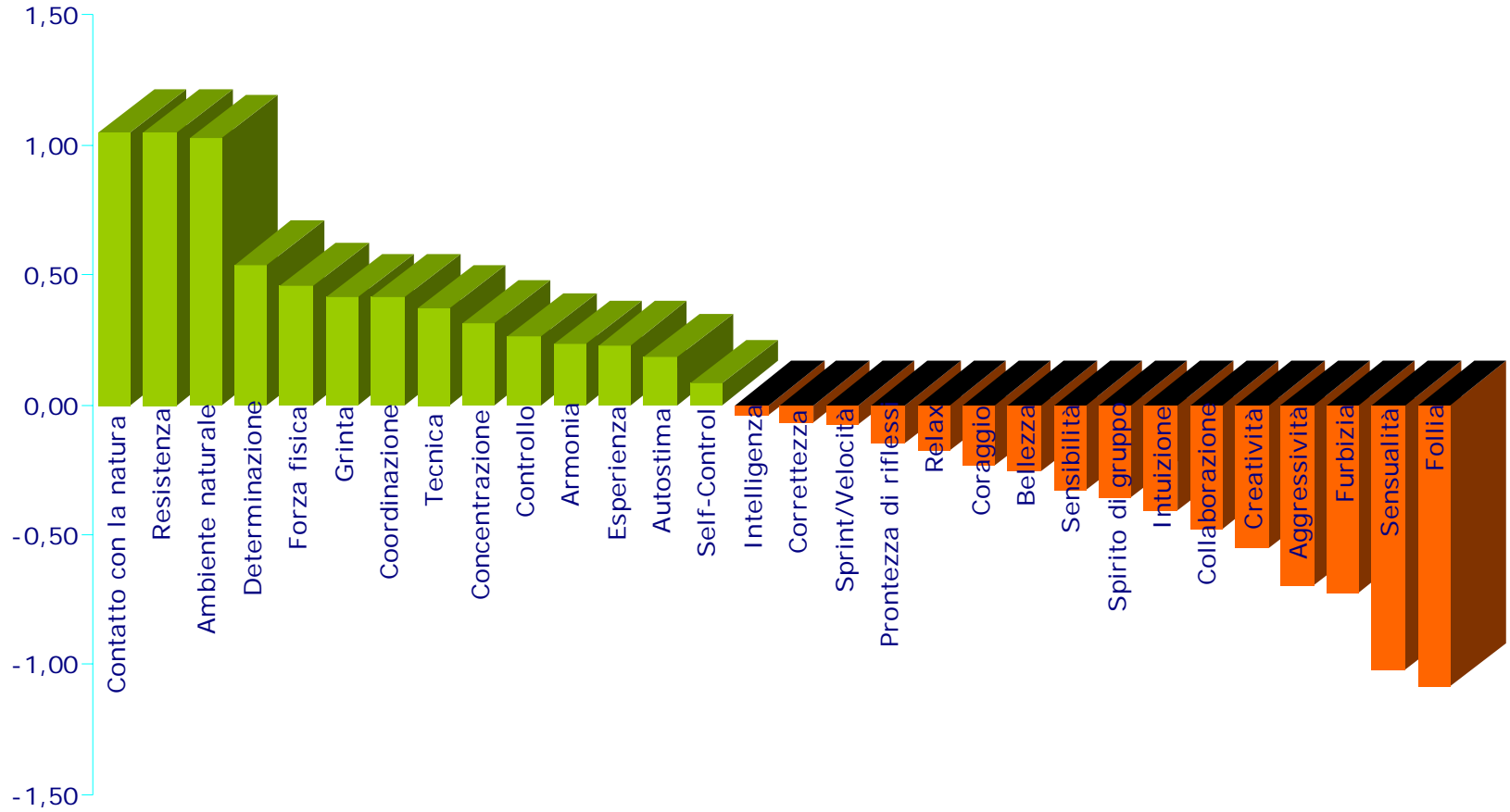
CLUSTER 6: NATURA SOFT (attività più che sport)

Ciaspole
Running

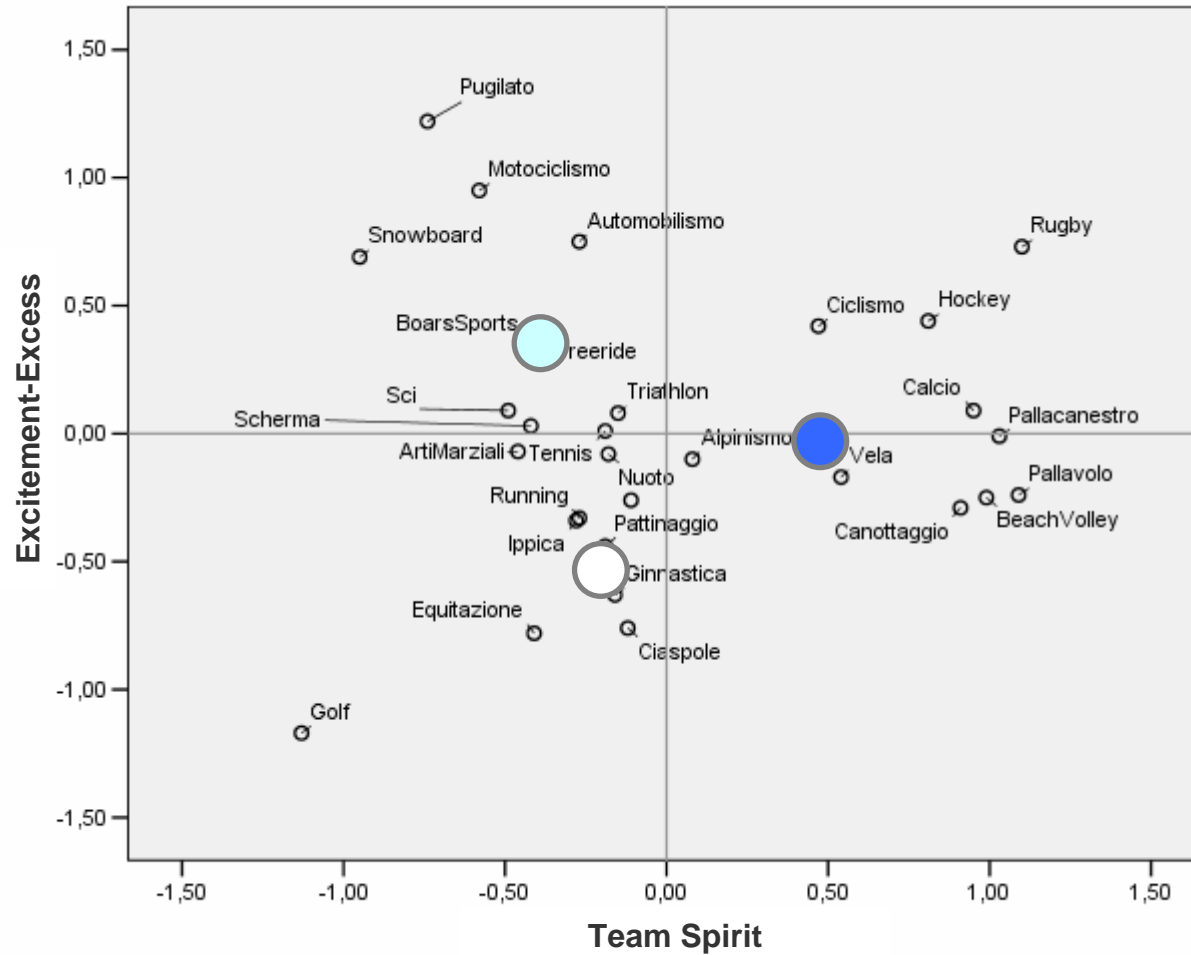


CLUSTER 6: NATURA SOFT (attività più che sport)

Ciaspole
Running



FATTORE 3 (Excitement-Excess) VS FATTORE 4 (Team Spirit)



- = C. 1 "Natura Hard"
- = C. 5 "Individuo vs Natura"
- = C. 6 "Natura Soft"



TRATTI DI IMMAGINE
- Es. Beach Volley -

APERTO/CHIUSO

(Valori medi da 0 a 5)

	<i>Aperto</i>	<i>Chiuso</i>
Beach Volley	3,4	/
Sci	3,0	
Running	2,8	



DIVERTENTE/SERIO

(Valori medi)

Divertente

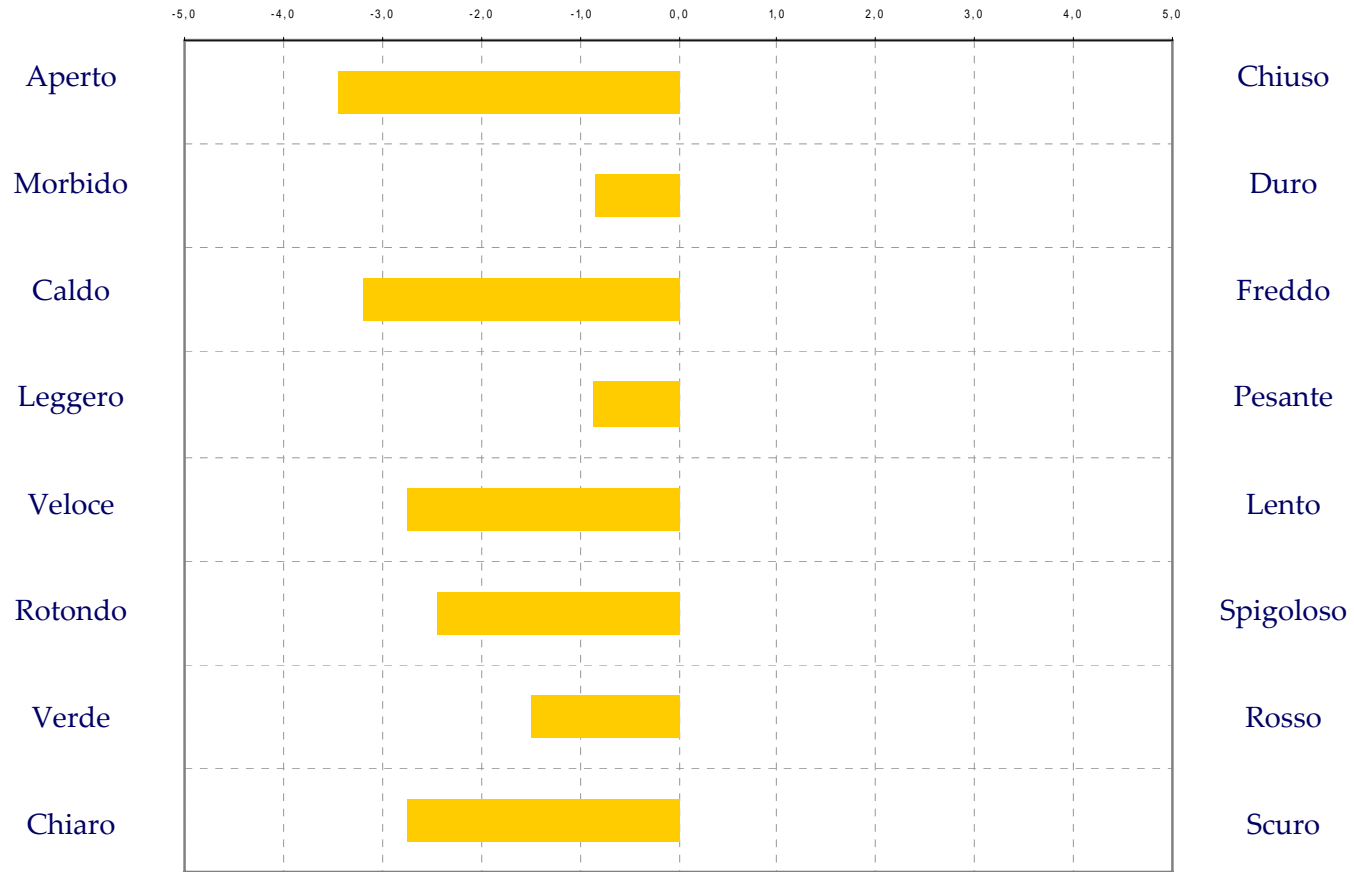
Beach Volley	3,1
Board Sports	2,7
Sci	2,6

Serio

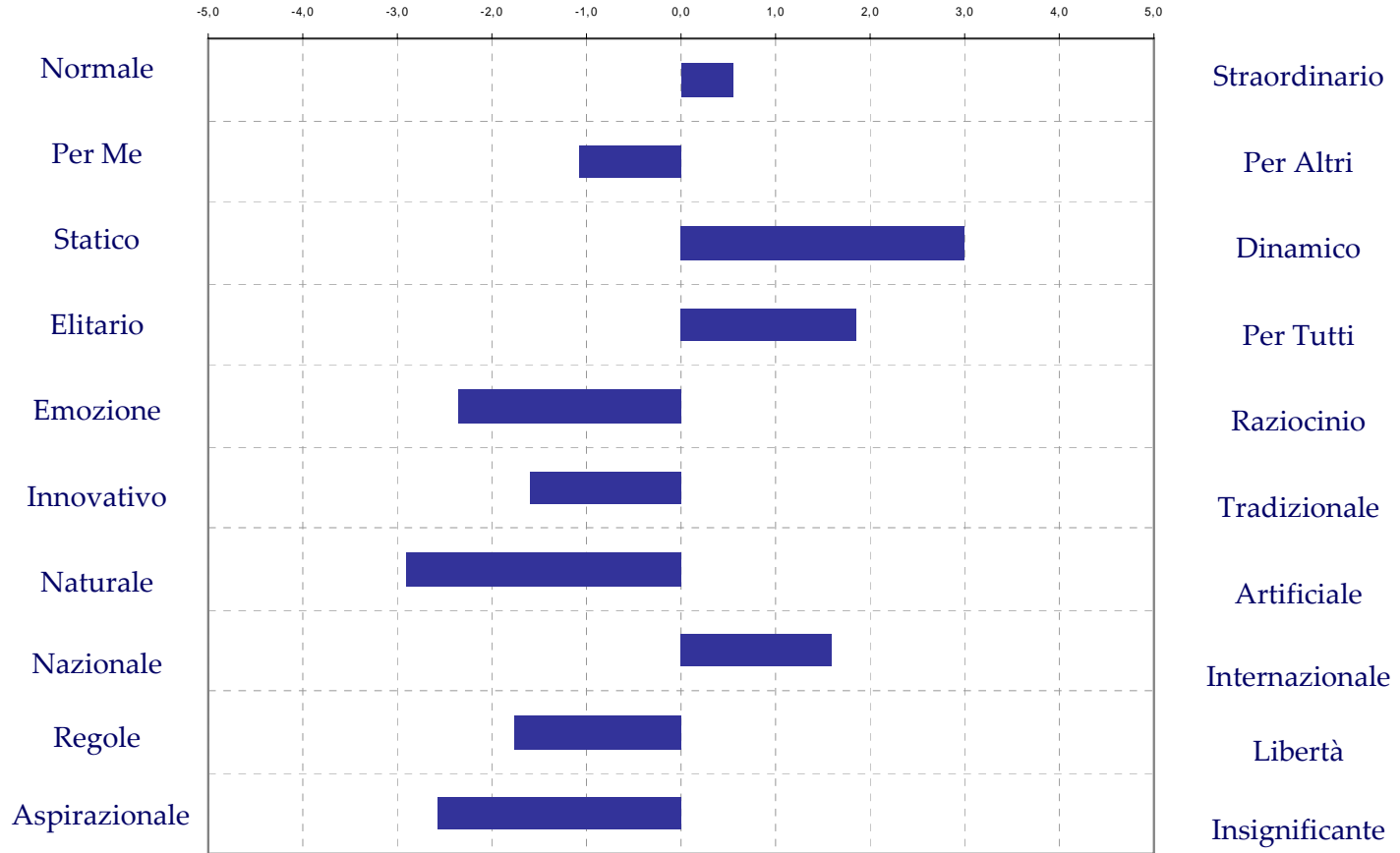
/



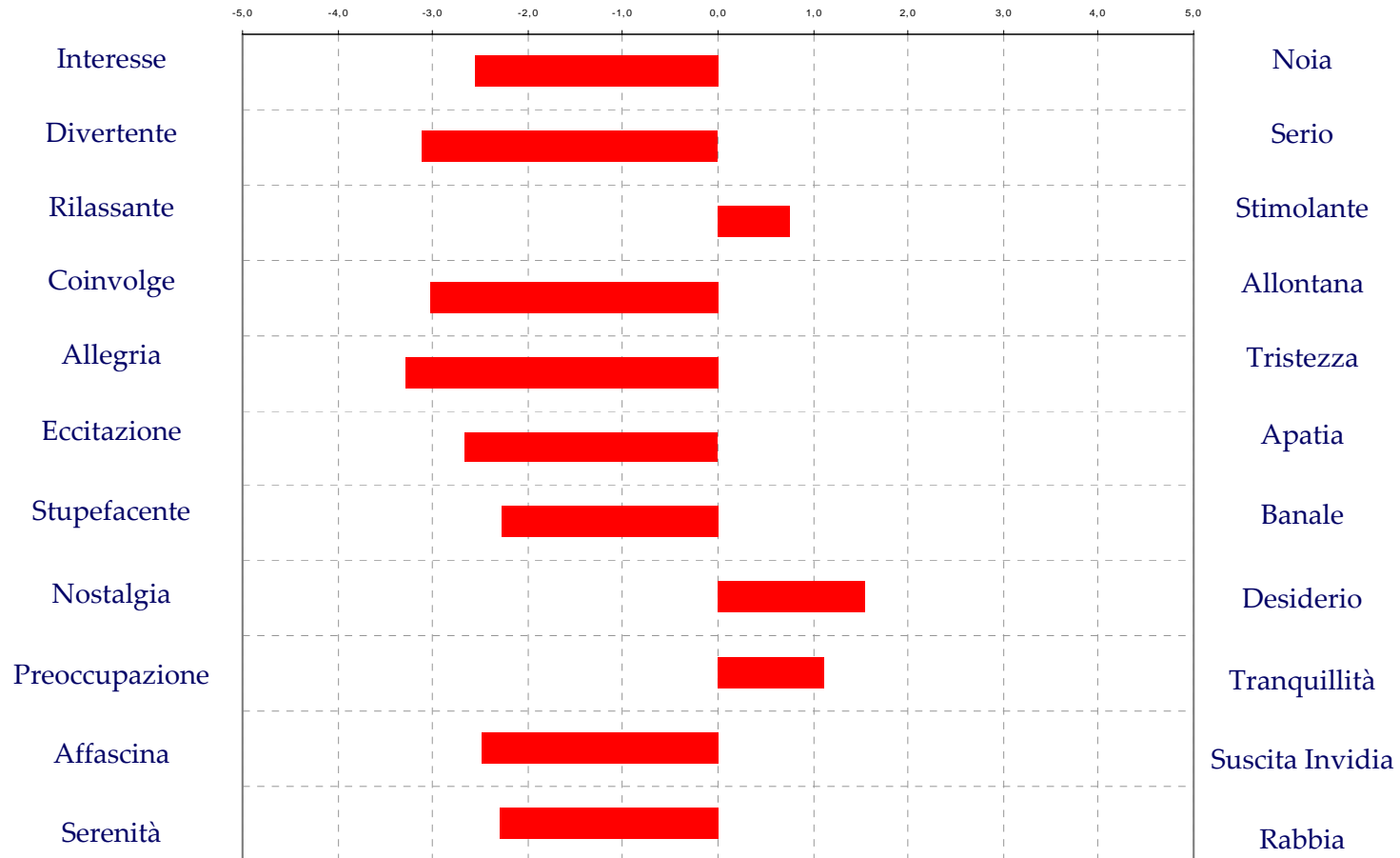
BEACH VOLLEY (Valori medi) – (N= 142)



BEACH VOLLEY (Valori medi) – (N= 142)

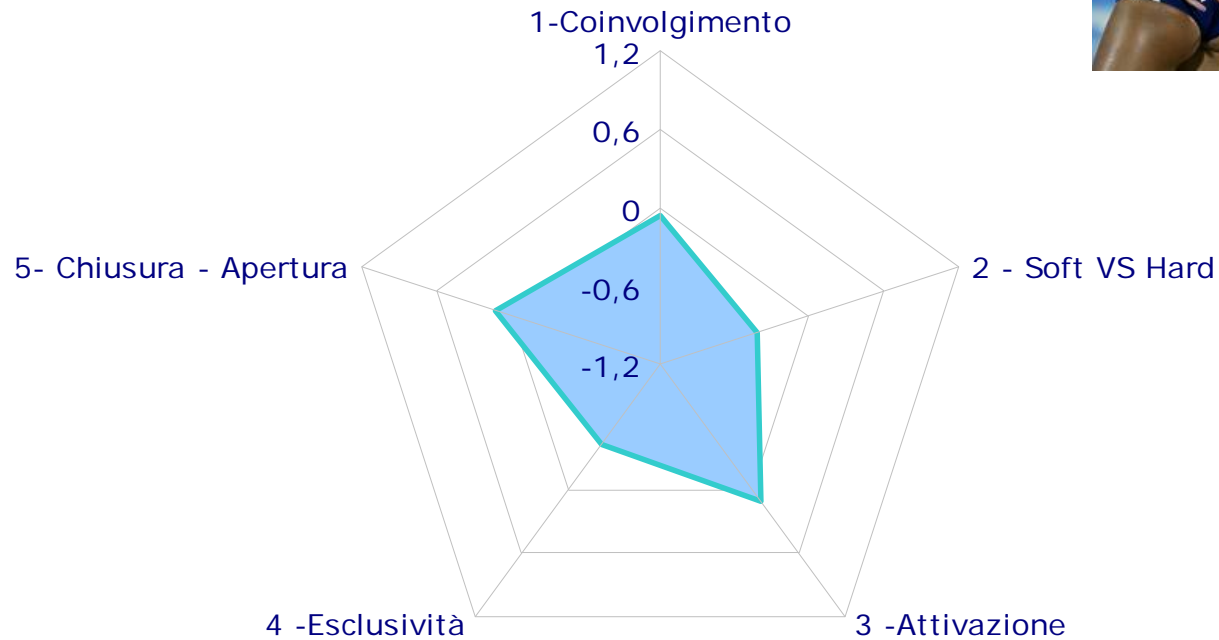


BEACH VOLLEY (Valori medi) – (N= 142)



CLUSTER 3: "NATURA... STIMOLANTE"

Nuoto
Running: lunga distanza
Sci
Beach Volley

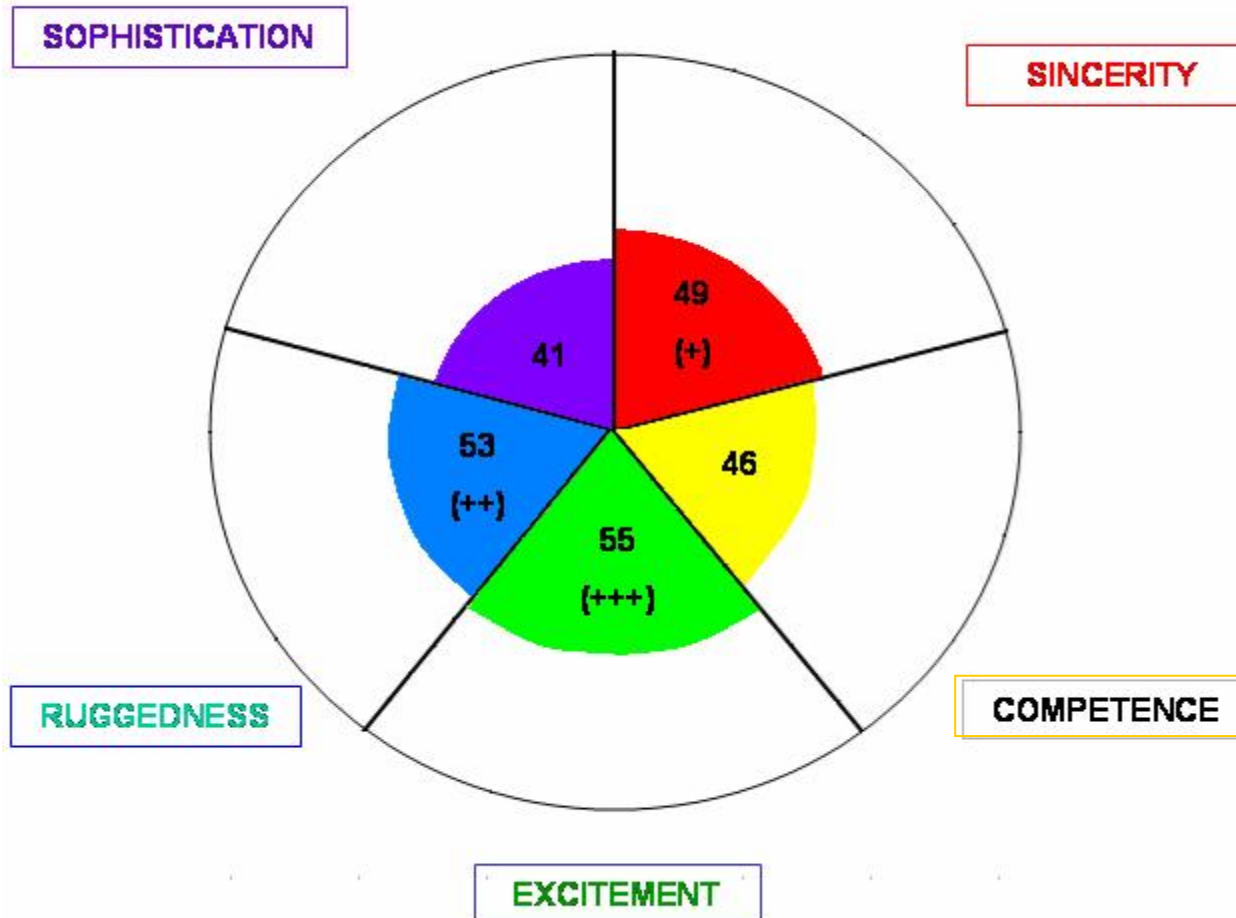


PERSONALITY WHEEL



LA PERSONALITA' DELLO SPORT

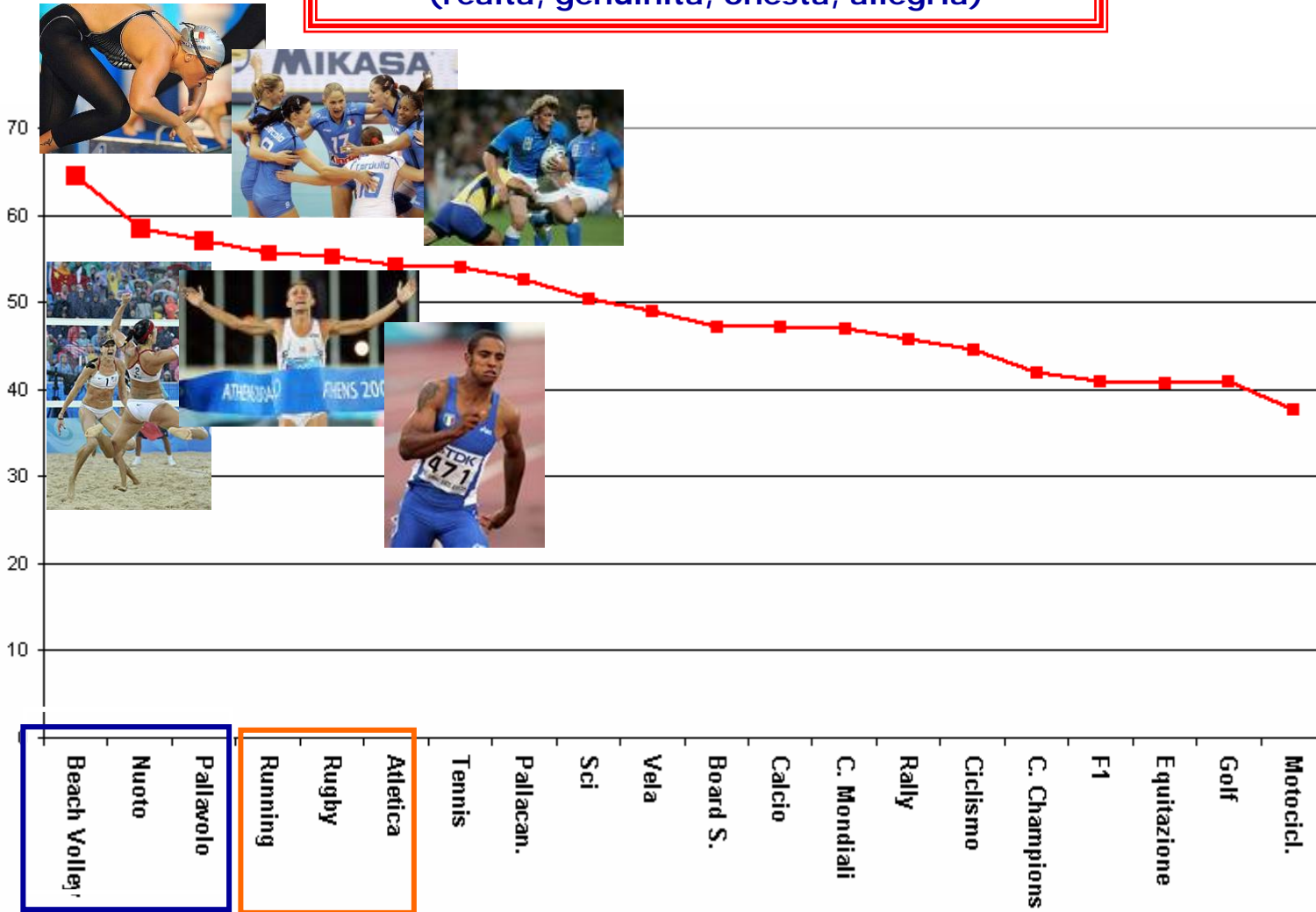
Un profilo molto ricco





SINCERITY

(realtà, genuinità, onestà, allegria)



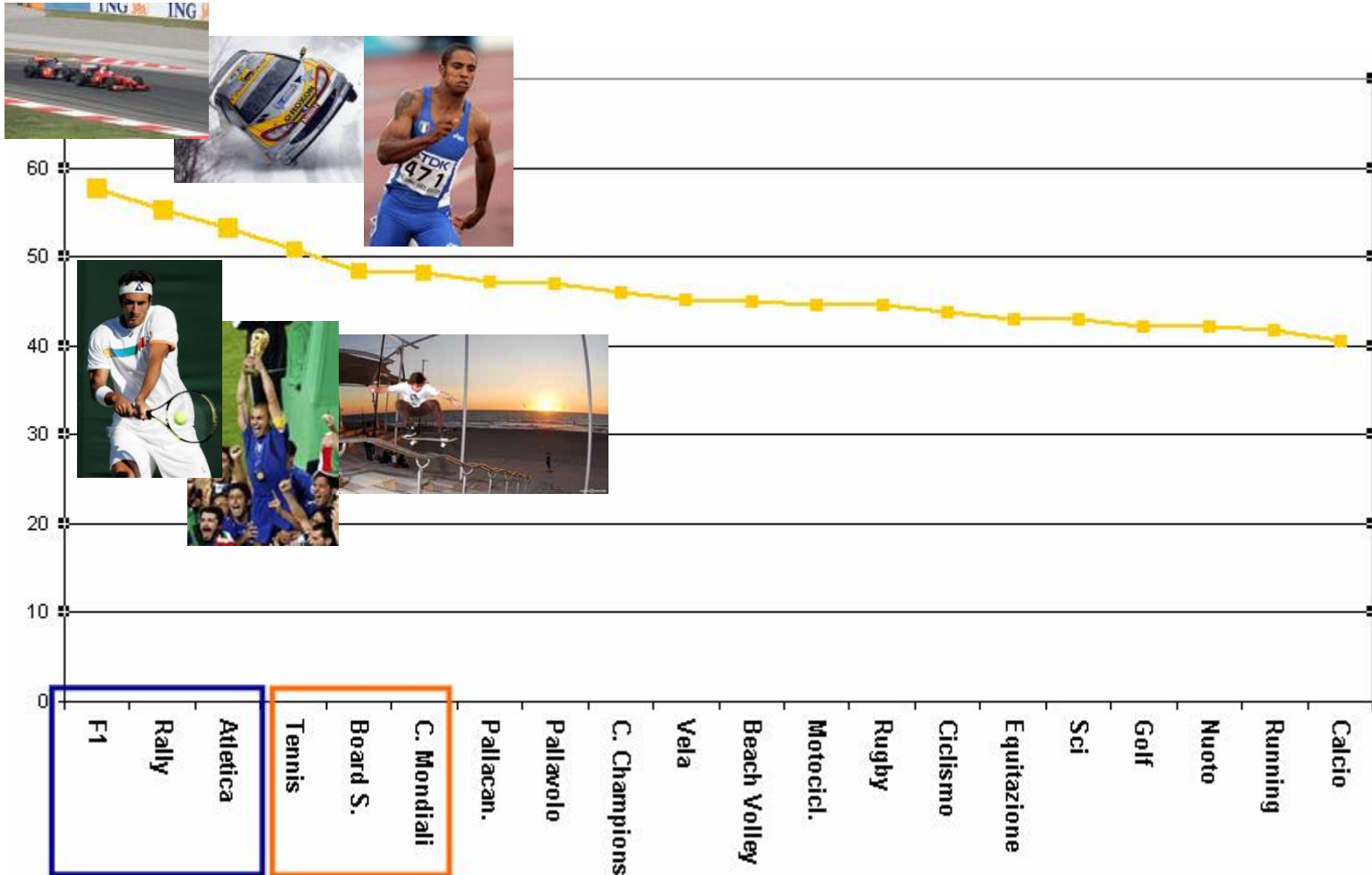
LA PERSONALITA' DELLO SPORT

Analisi singoli fattori



COMPETENCE

(intelligenza, competenza, credibilità, riuscita)



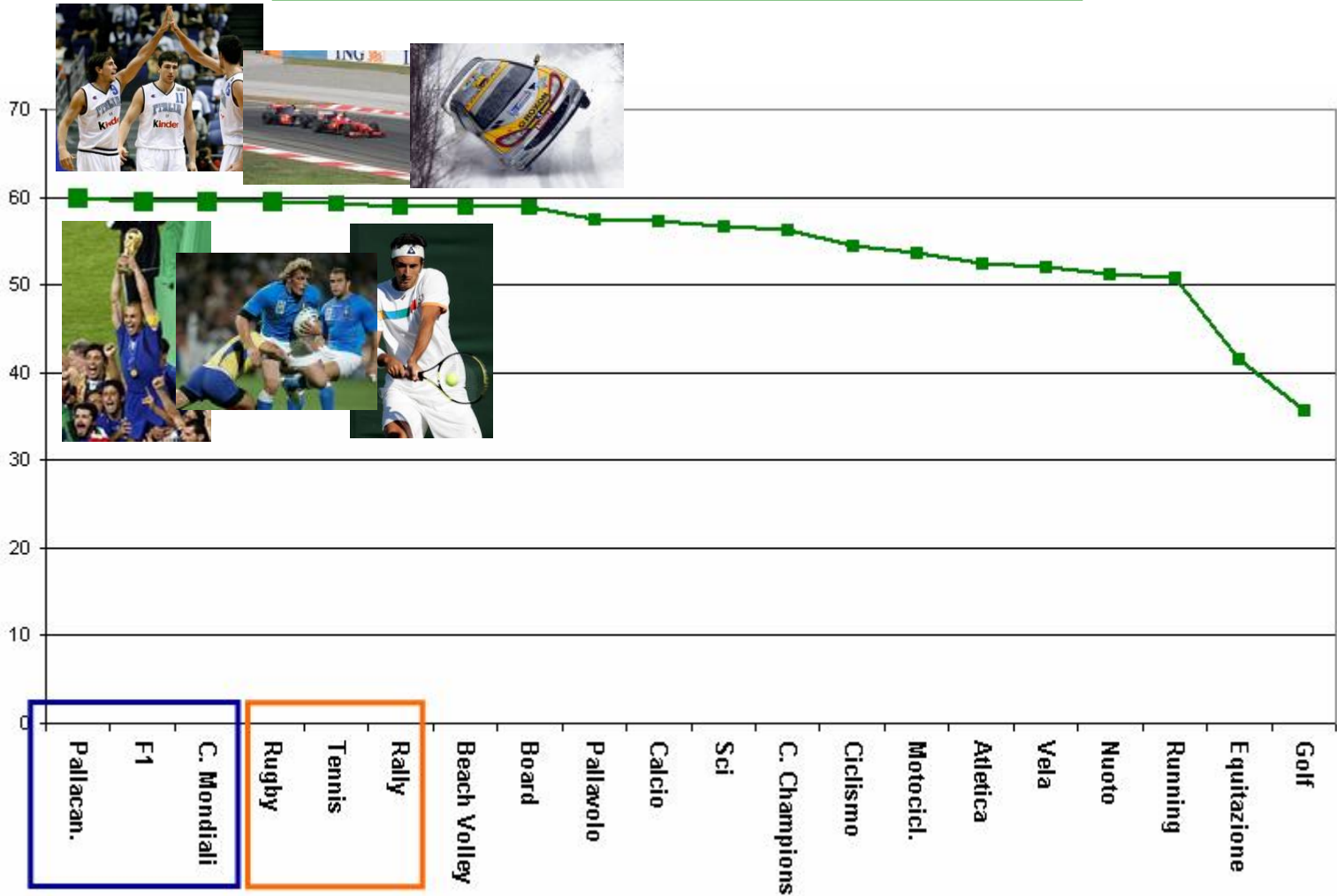
LA PERSONALITA' DELLO SPORT

Analisi singoli fattori



EXCITEMENT

(attualità, fantasia, eccitazione, vigore)



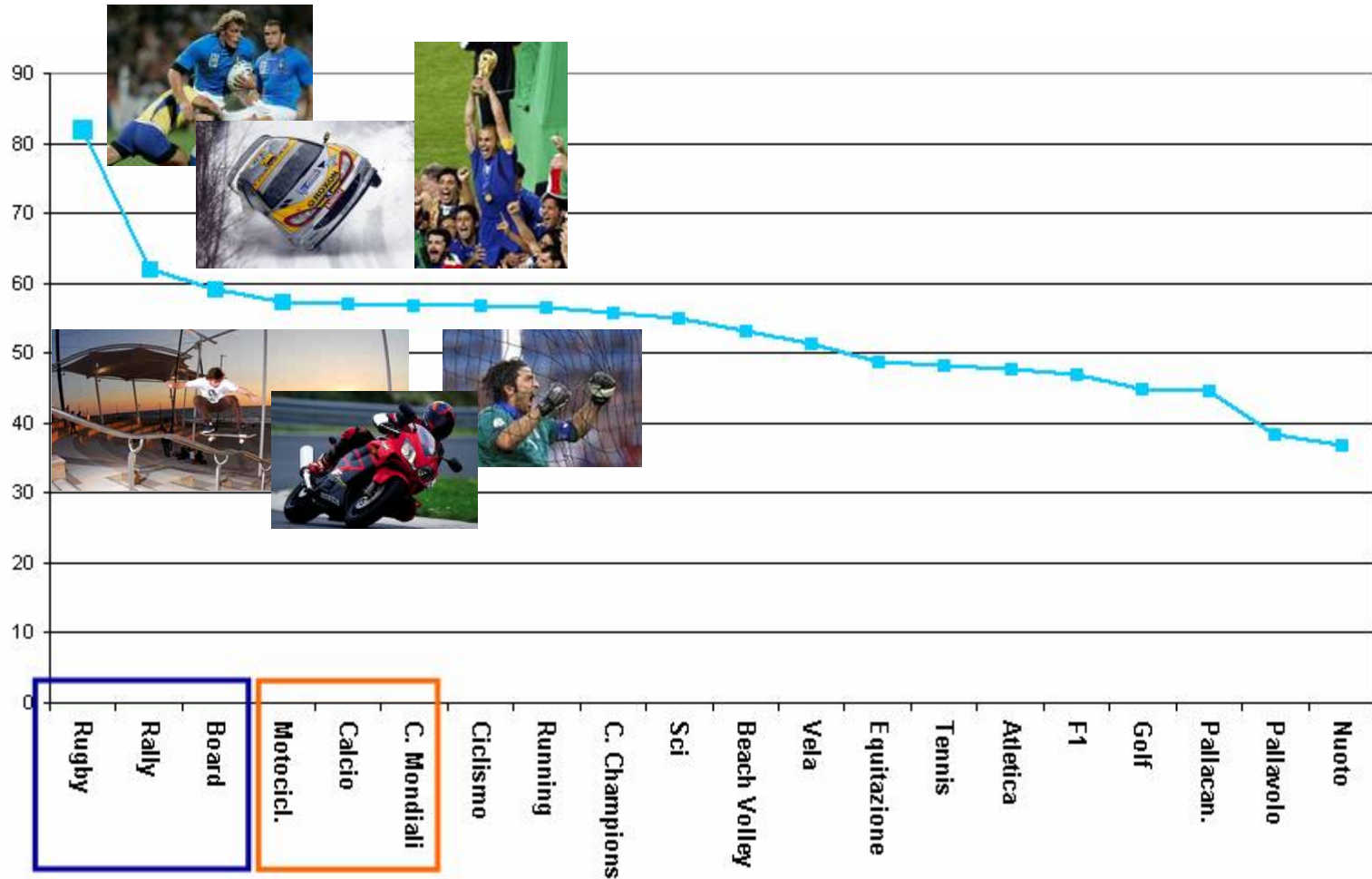
LA PERSONALITA' DELLO SPORT

Analisi singoli fattori



RUGGEDNESS

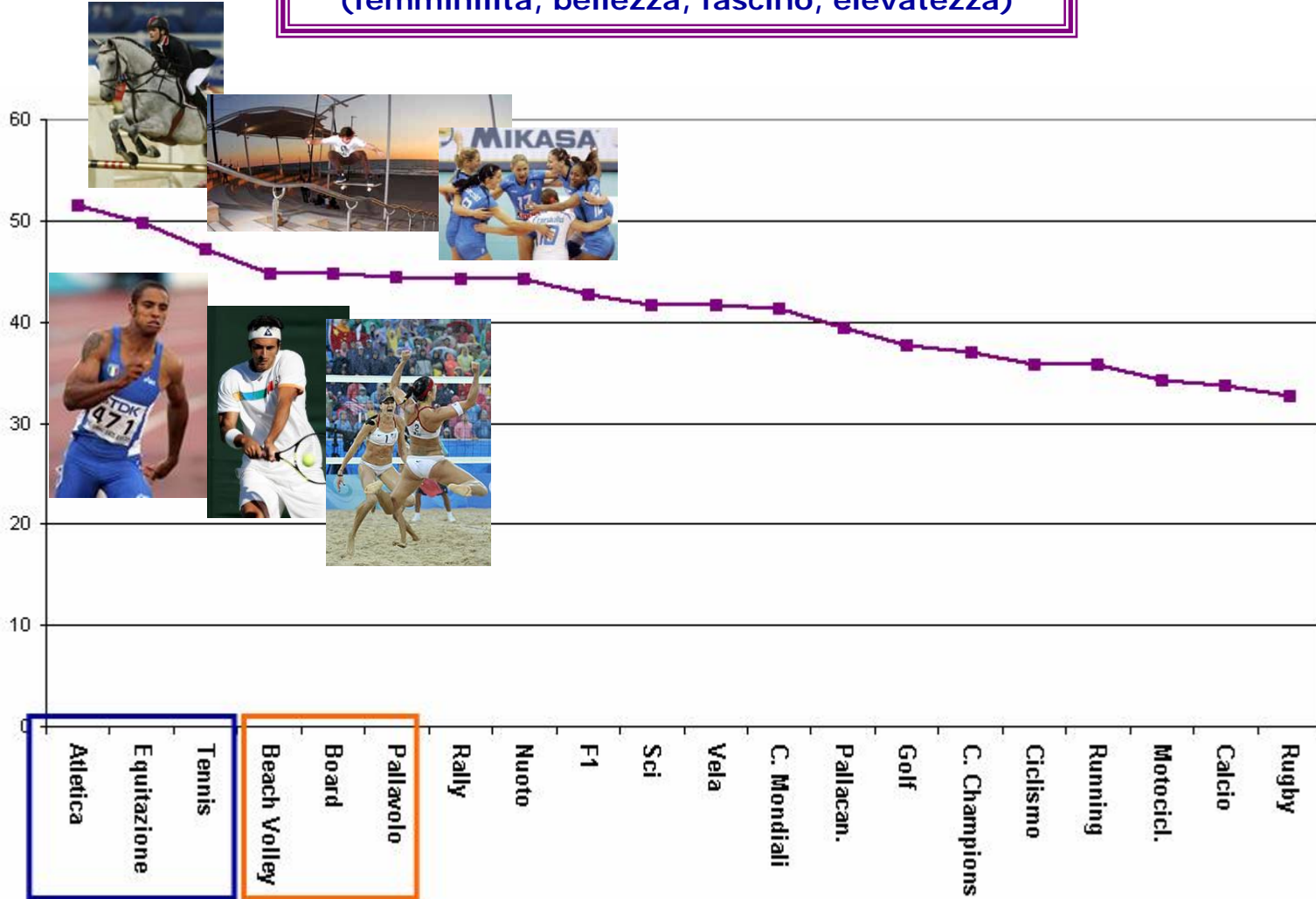
(difficoltà, rudezza, libertà, mascolinità)





SOPHISTICATION

(femminilità, bellezza, fascino, elevatezza)





BECH VOLLEY
 (Indici) – (N= 142)

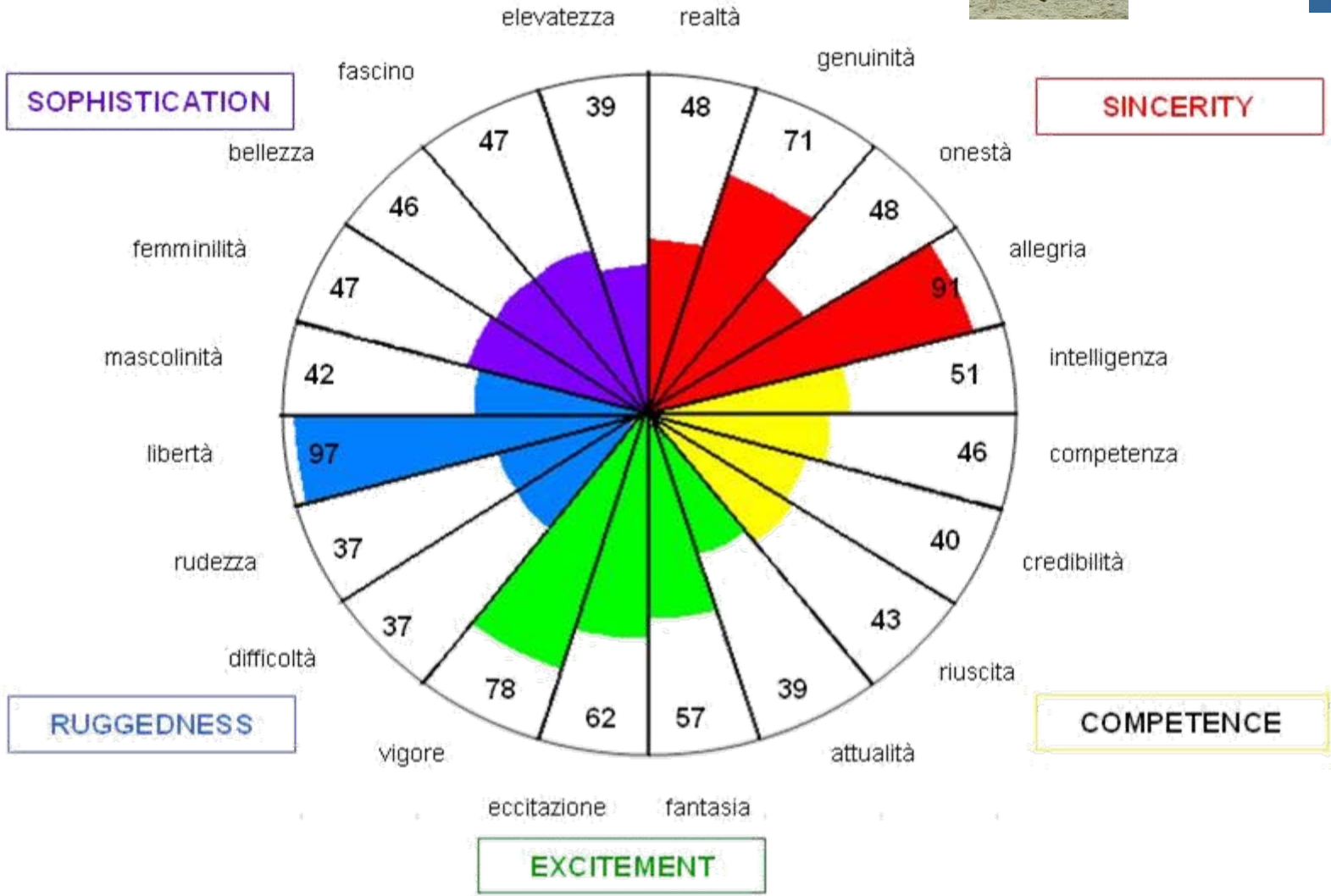
Libertà	97
Allegria	91
Vigore	78

RUNNING: CORSE DI LUNGA DISTANZA
 (Indici) – (N= 119)

Vigore	89
Libertà	88
Genuinità	81



BEACH VOLLEY



RUNNING

CORSE DI LUNGA DISTANZA

