



**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**

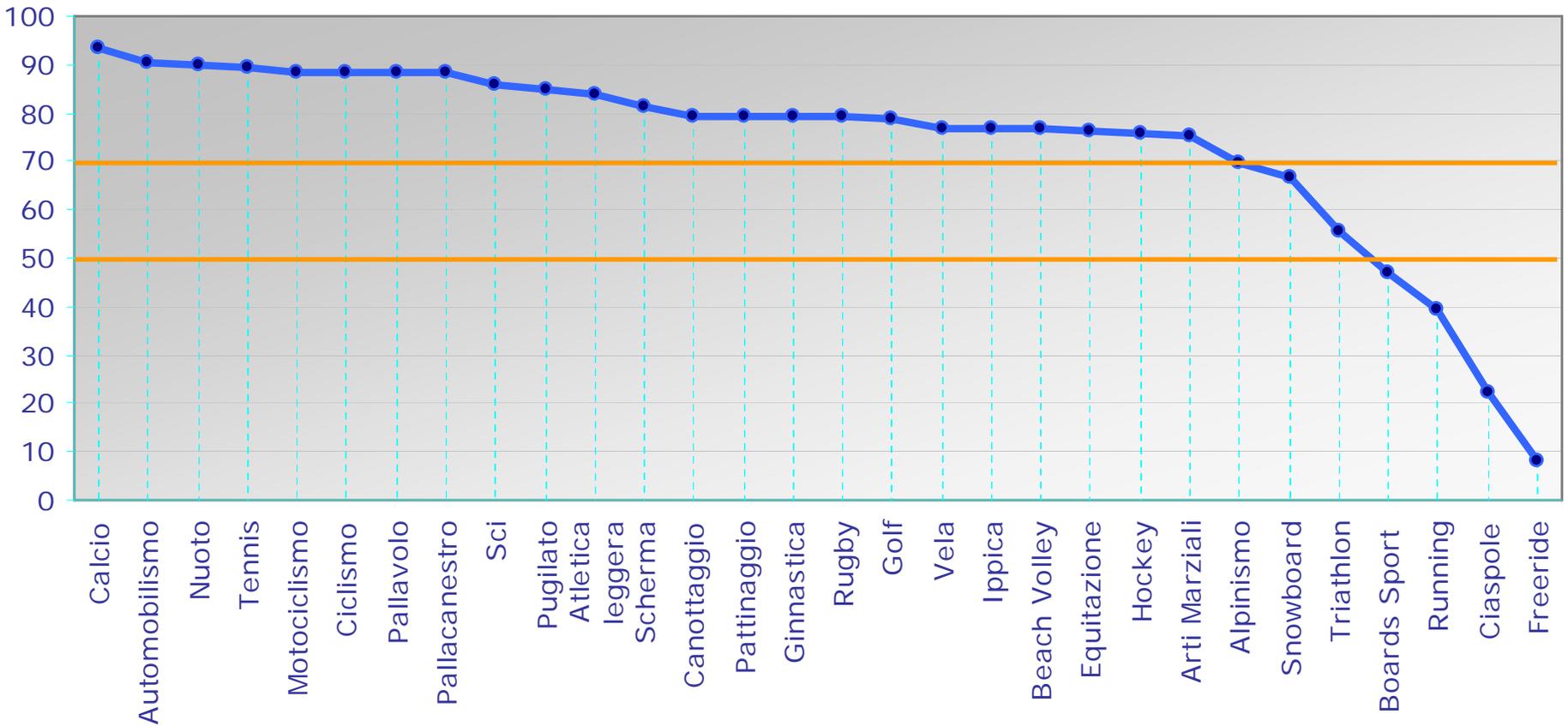
- La metodologia si è basata su **interviste on-line** a un campione rappresentativo della popolazione adulta italiana over 18 anni (sottorappresentazione della fascia over 60).
- Campione totale: **1000 casi**
- **Per ogni attività sportiva** sono state svolte mediamente **150 interviste** e **per ogni 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

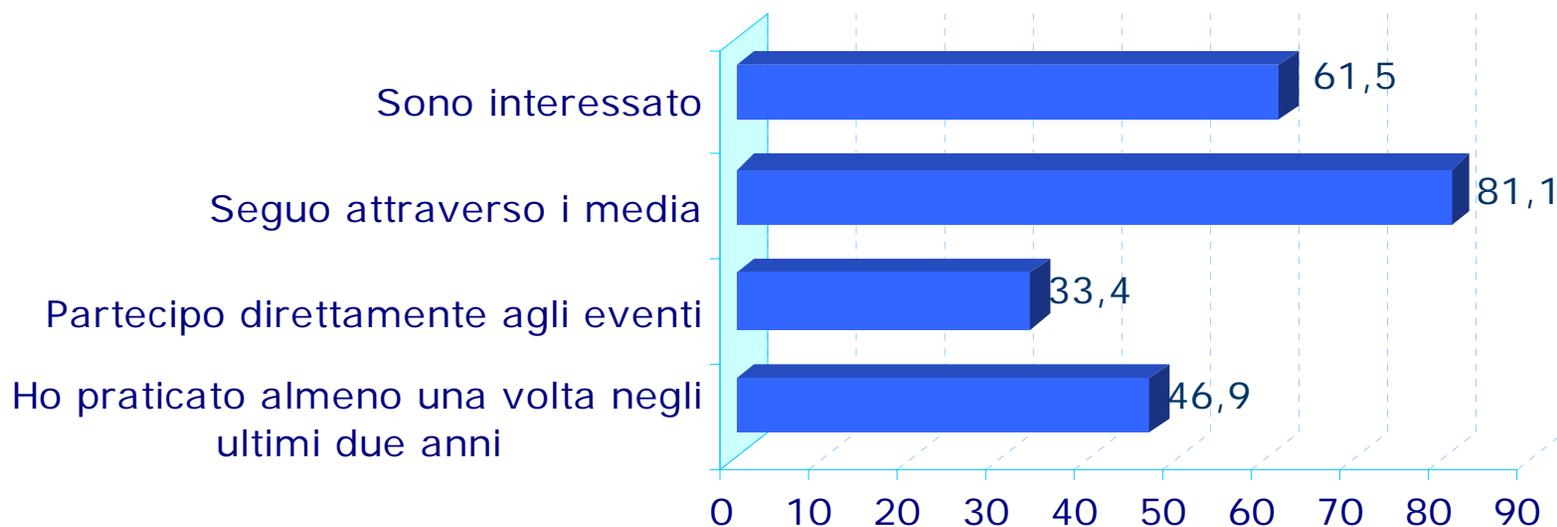
(Valori percentuali) – (N=1000 totale intervistati)

## Totale Intervistati



## .... ALMENO UNO SPORT

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

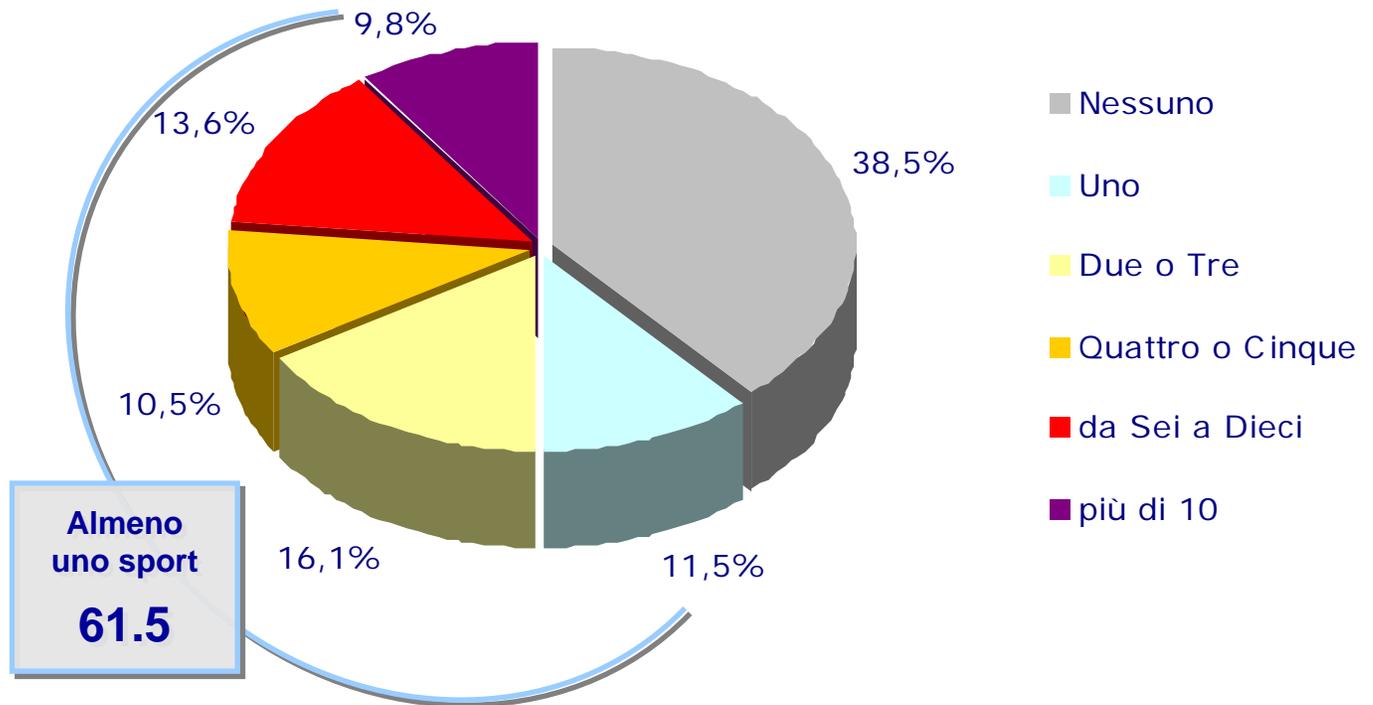


# INTERESSE

.... 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)

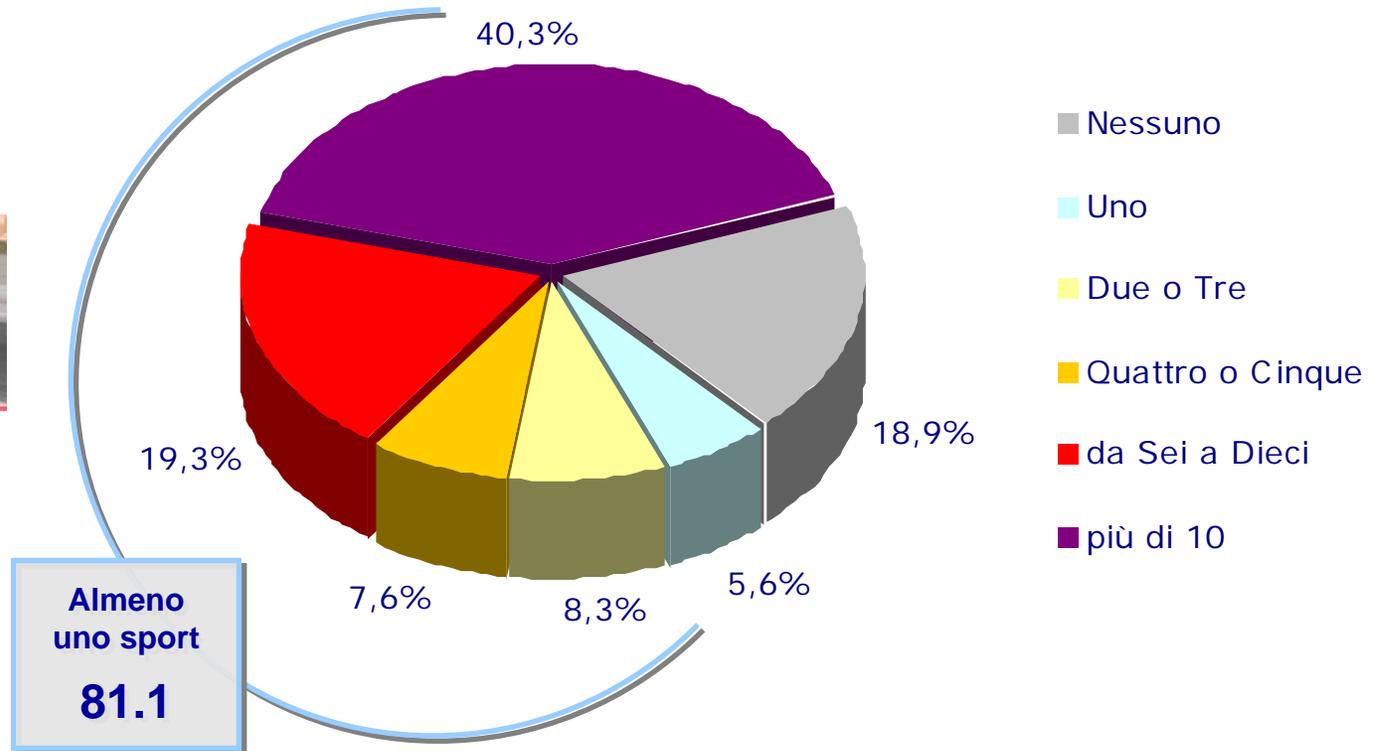
## Totale Intervistati



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

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

## Totale Intervistati

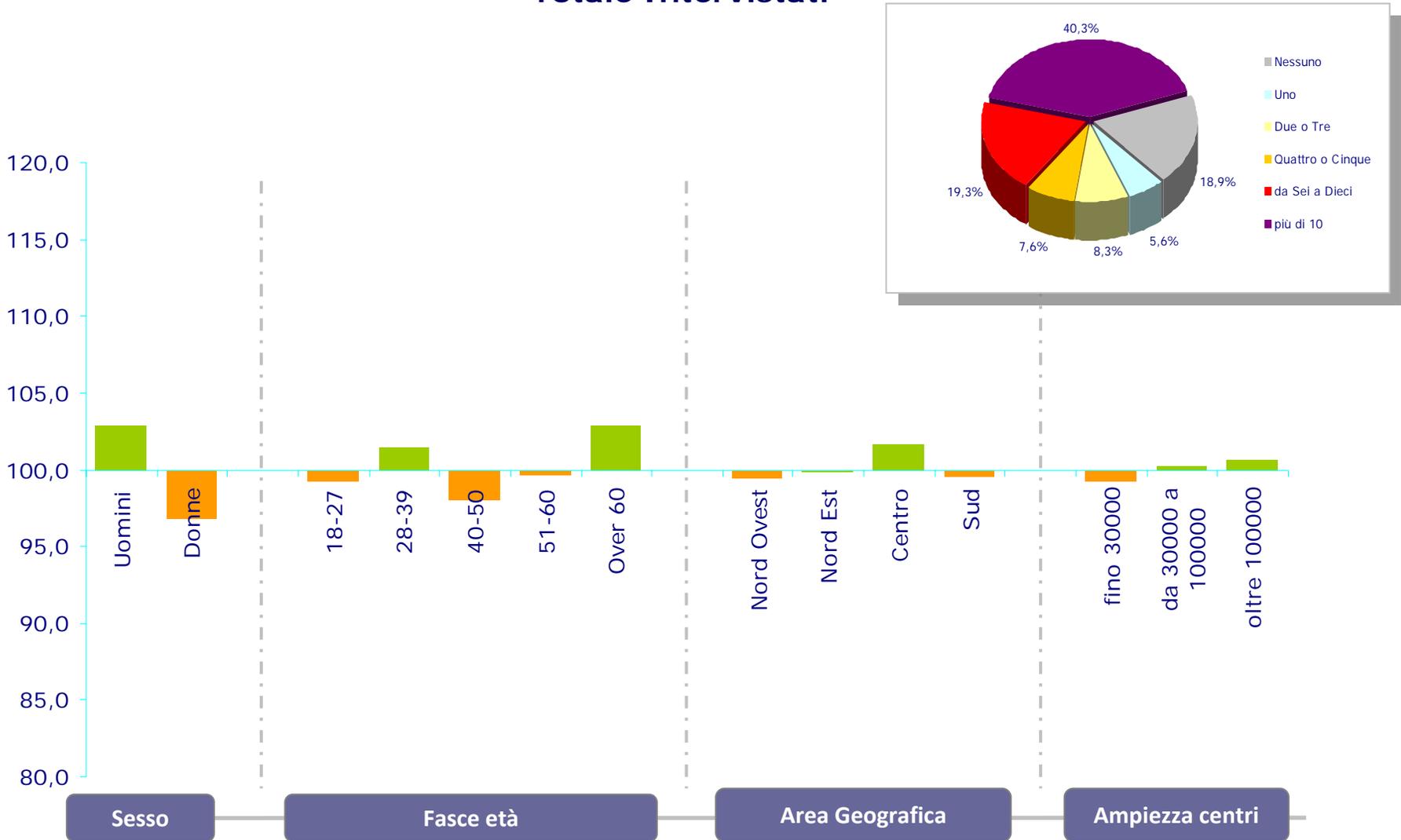


# ESPOSIZIONE MEDIA:

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

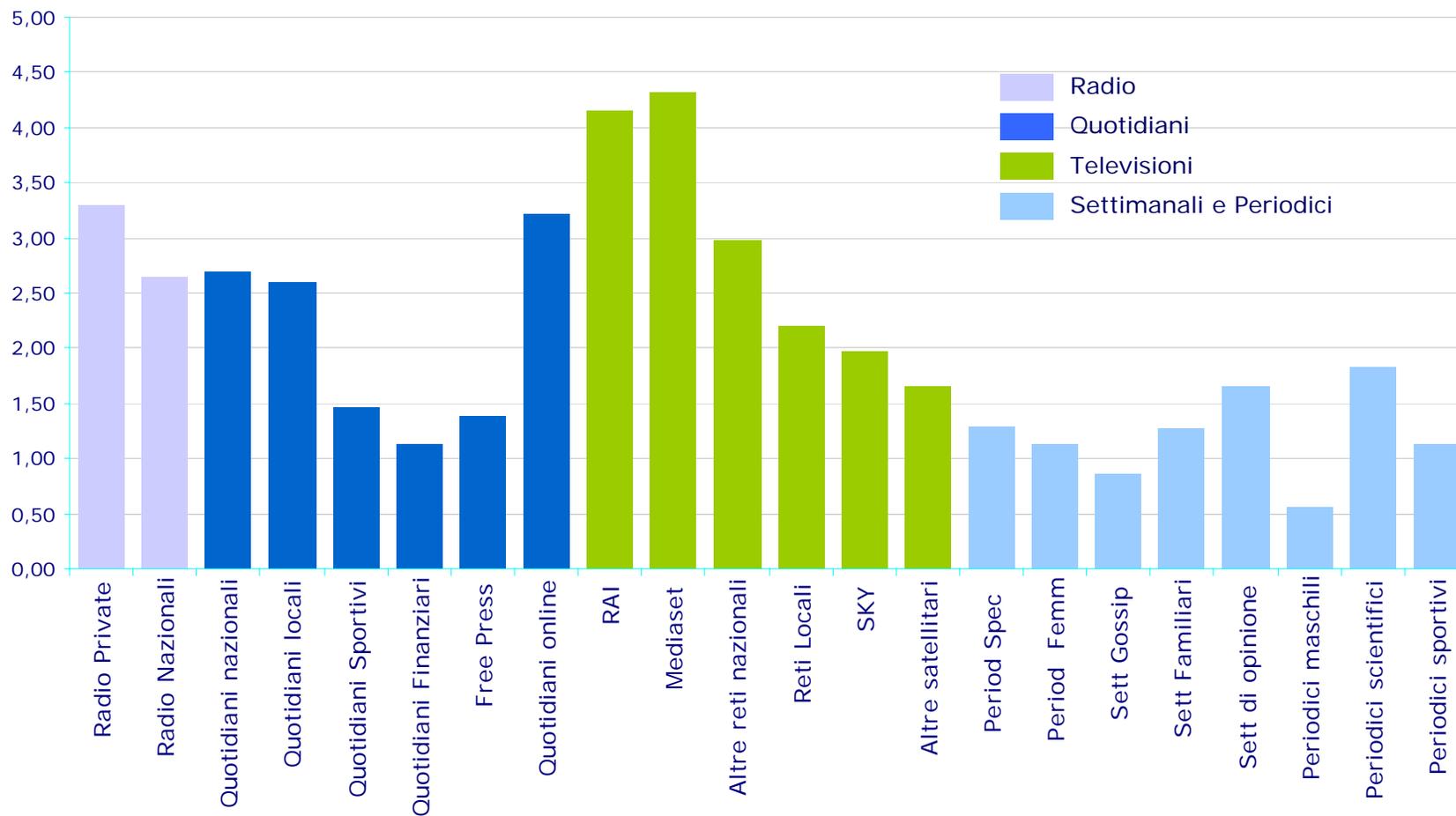
(Indici di concentrazione) – (N=1000 totale intervistati)

## Totale Intervistati



# ESPOSIZIONE AI MEDIA

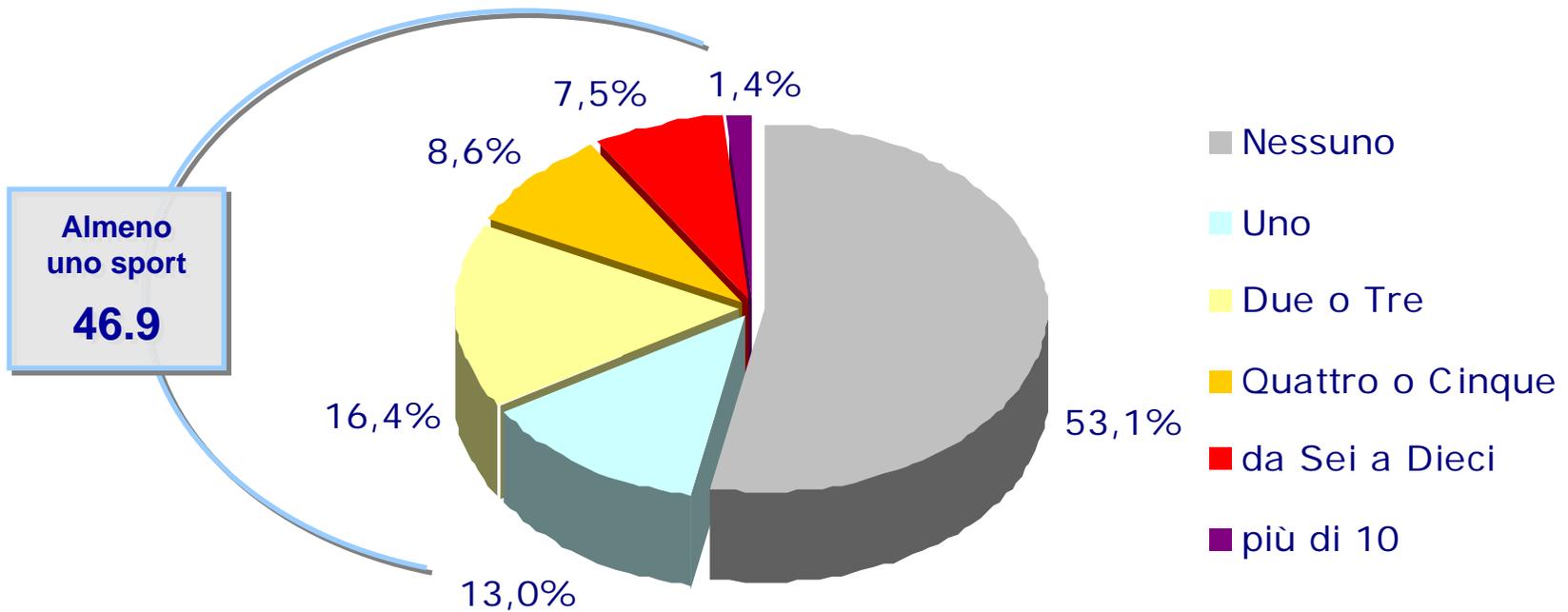
(Valori medi: indici sintetici)  
(N= 811: coloro che seguono attraverso i media)



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

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

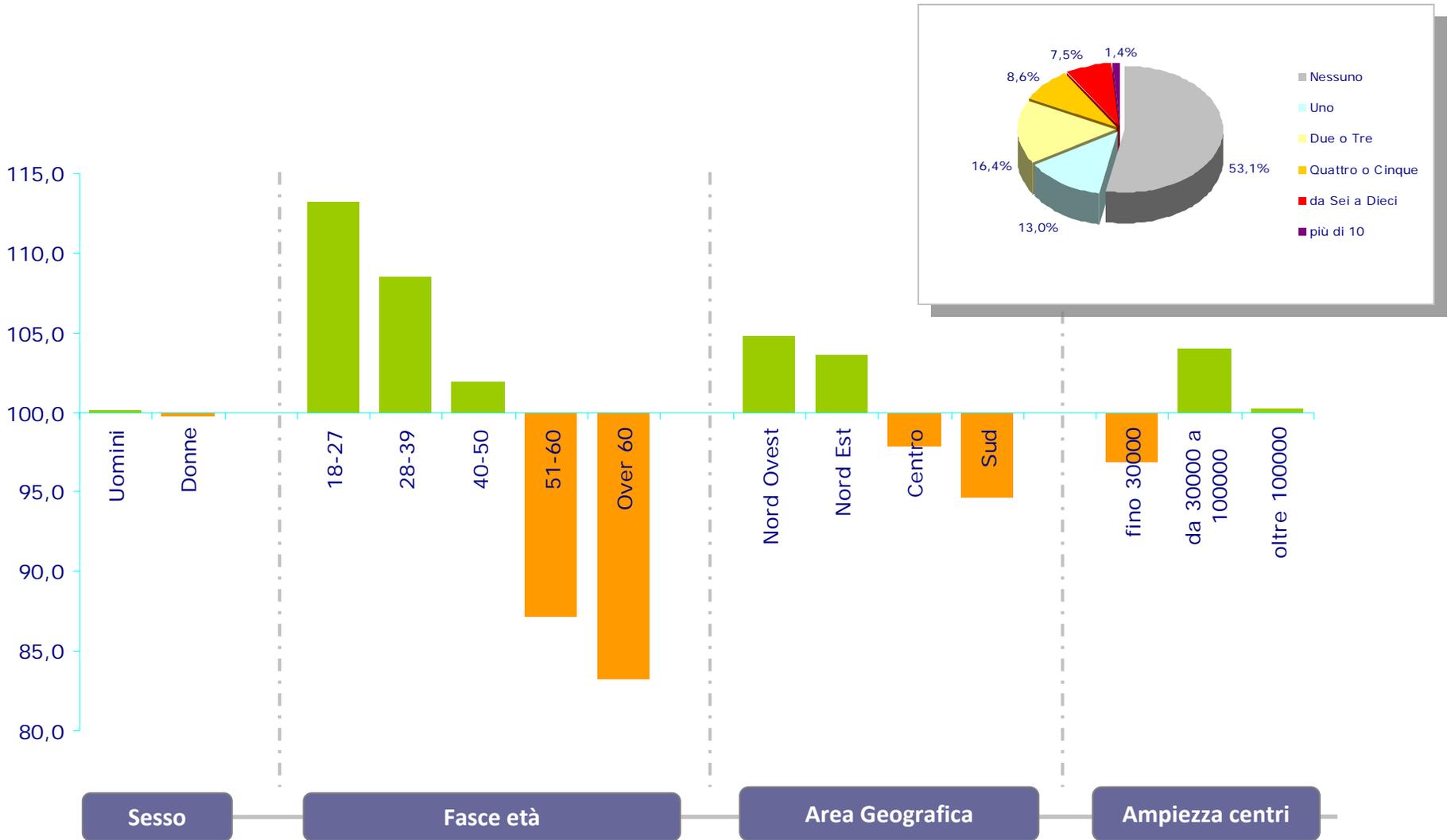
**Totale Intervistati**



# 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)

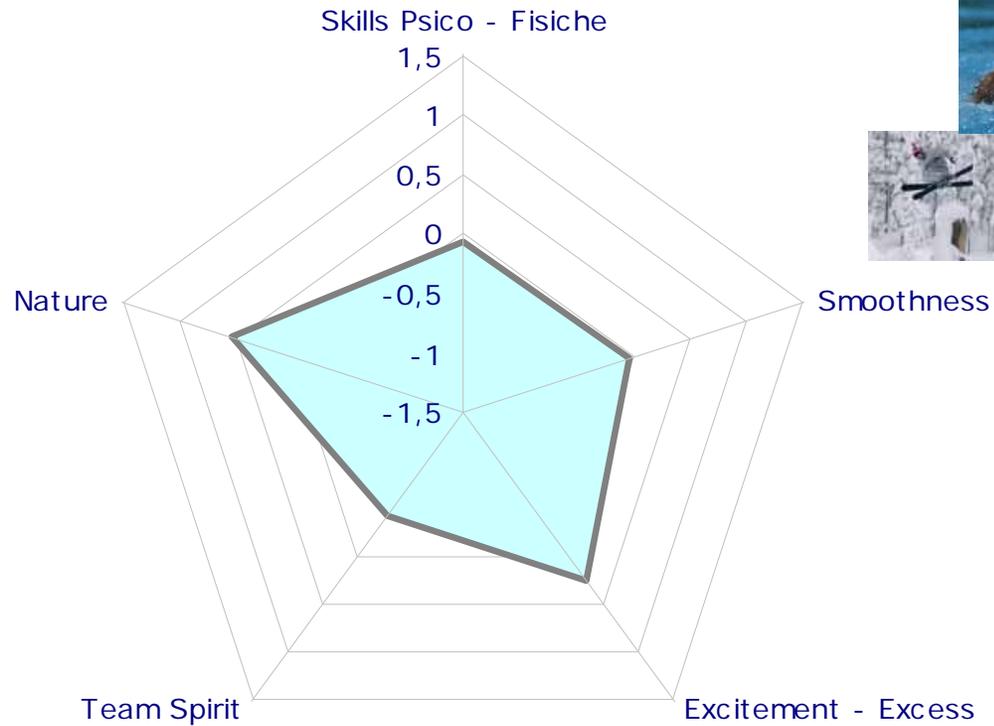


Ciclismo	4,2
Automobilismo	4,2
Motociclismo	4,1
Atletica Leggera	4,1
Sci	4,0
Nuoto	4,0
Calcio	4,0
Scherma	4,0



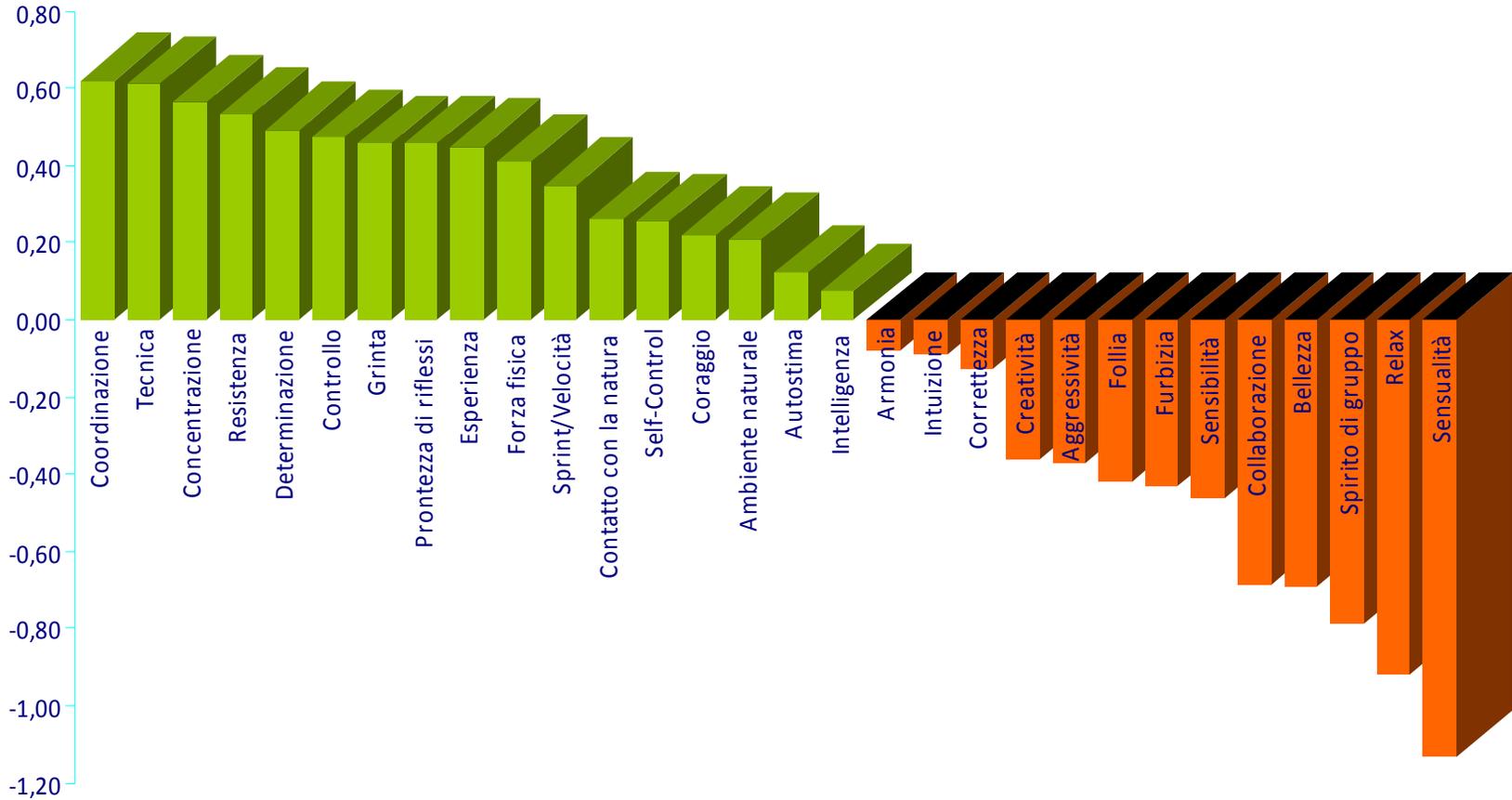
# CLUSTER 5: INDIVIDUO VS NATURA (sport in libertà)

Board Sports	Freeride
Nuoto	Triathlon
Sci	Snowboard



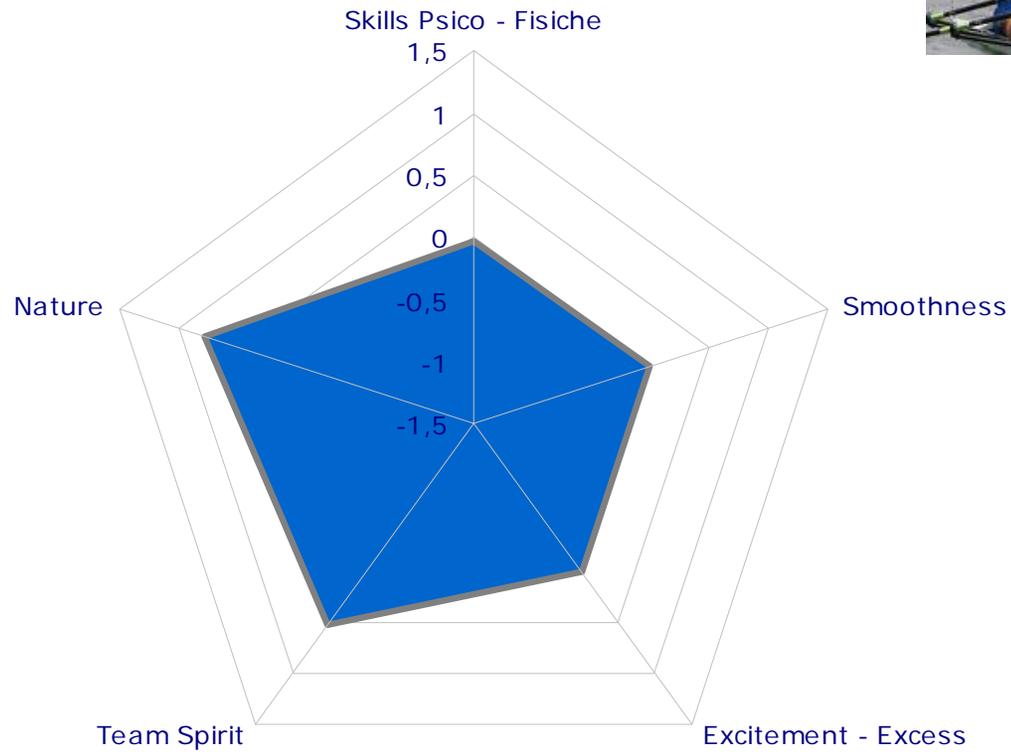
# CLUSTER 5: INDIVIDUO VS NATURA (sport in libertà)

Board Sports	Freeride
Nuoto	Triathlon
Sci	Snowboard



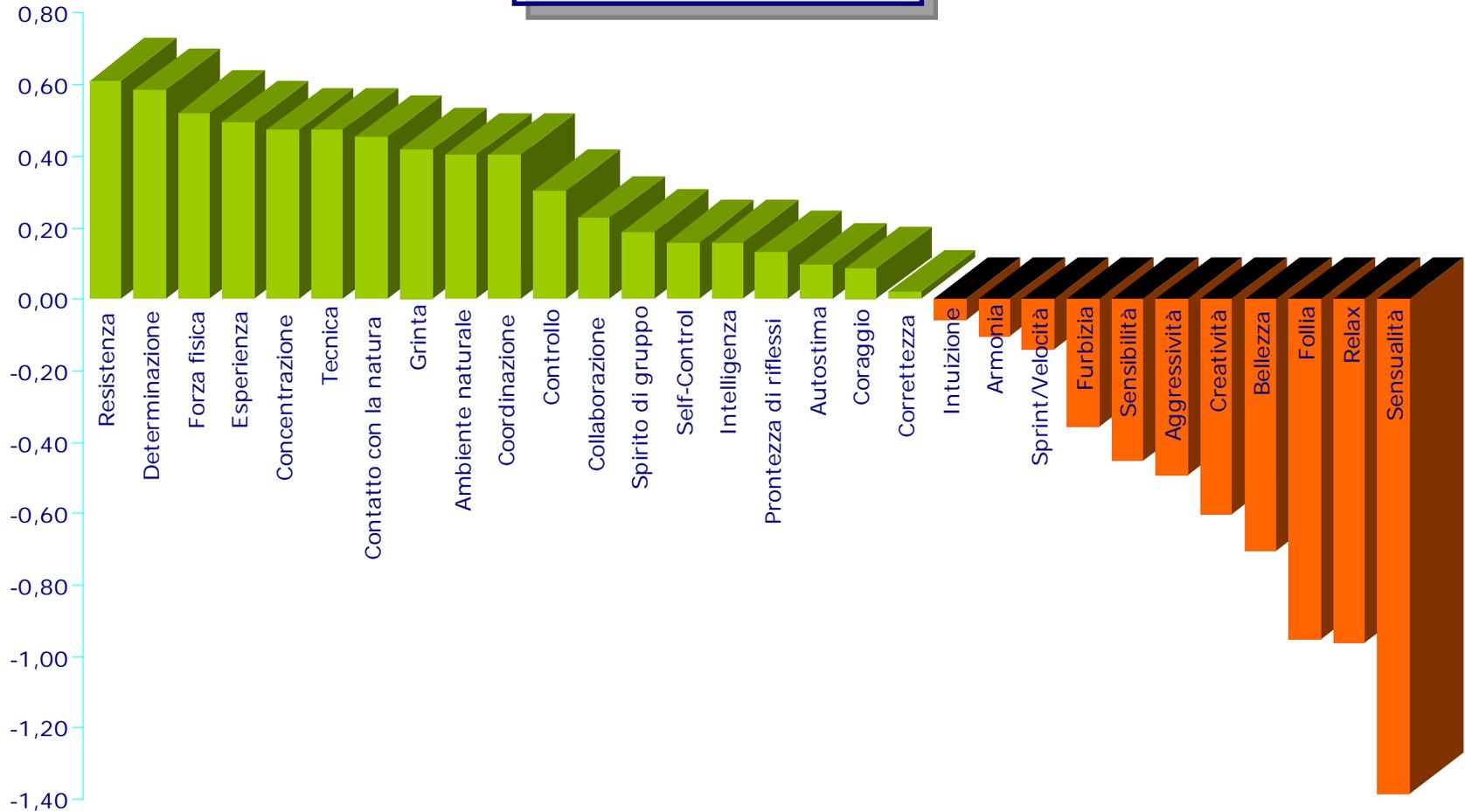
# CLUSTER 1: NATURA HARD (sport faticosi)

Canottaggio  
Ciclismo  
Alpinismo  
Vela



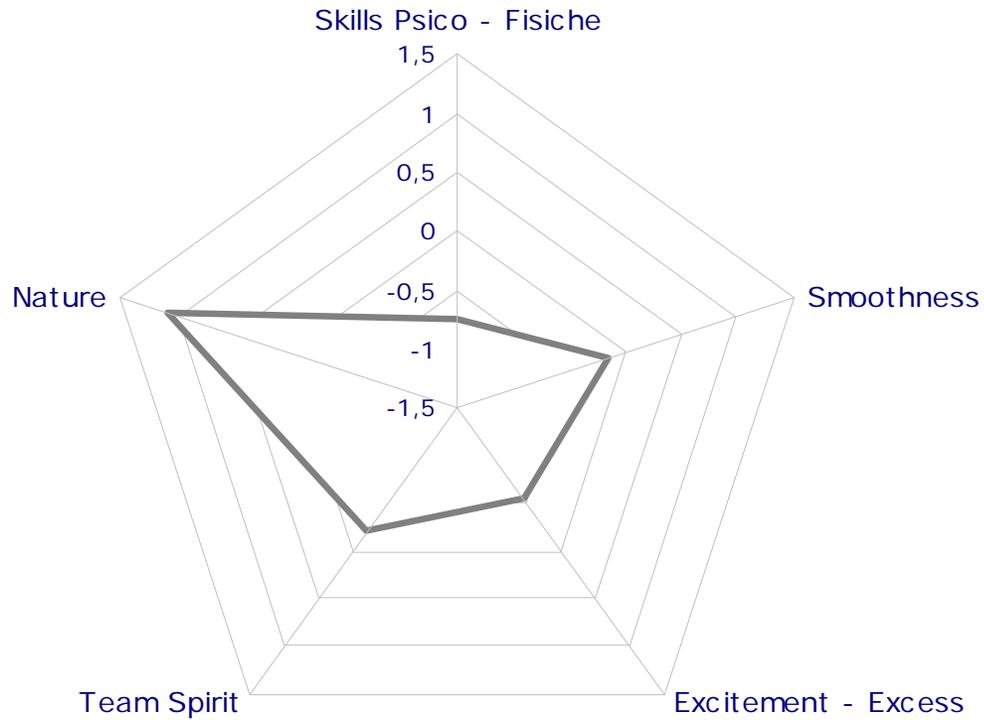
# CLUSTER 1: NATURA HARD (sport faticosi)

Canottaggio  
 Ciclismo  
 Alpinismo  
 Vela



# CLUSTER 6: NATURA SOFT (attività più che sport)

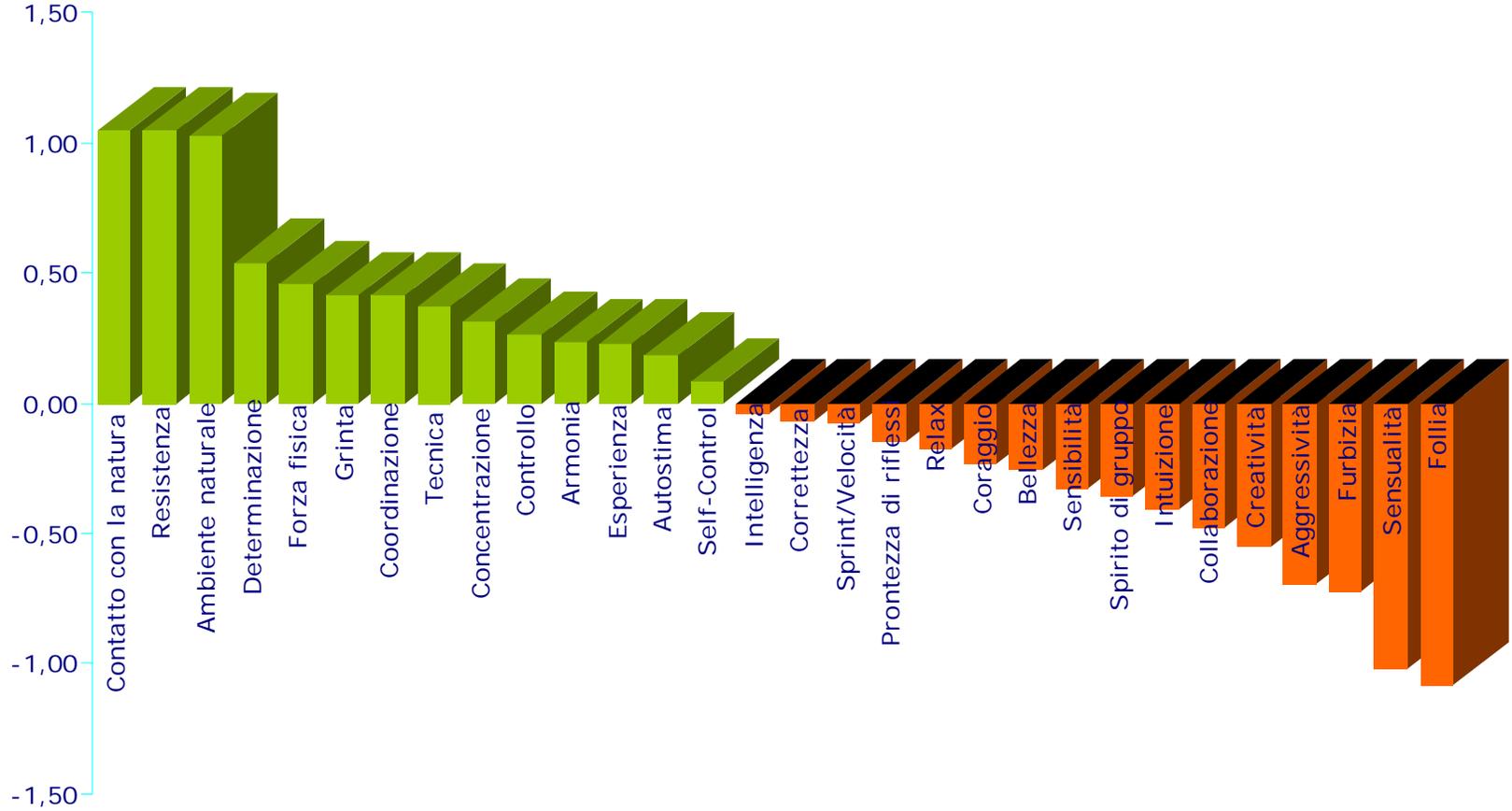
Ciaspole  
Running



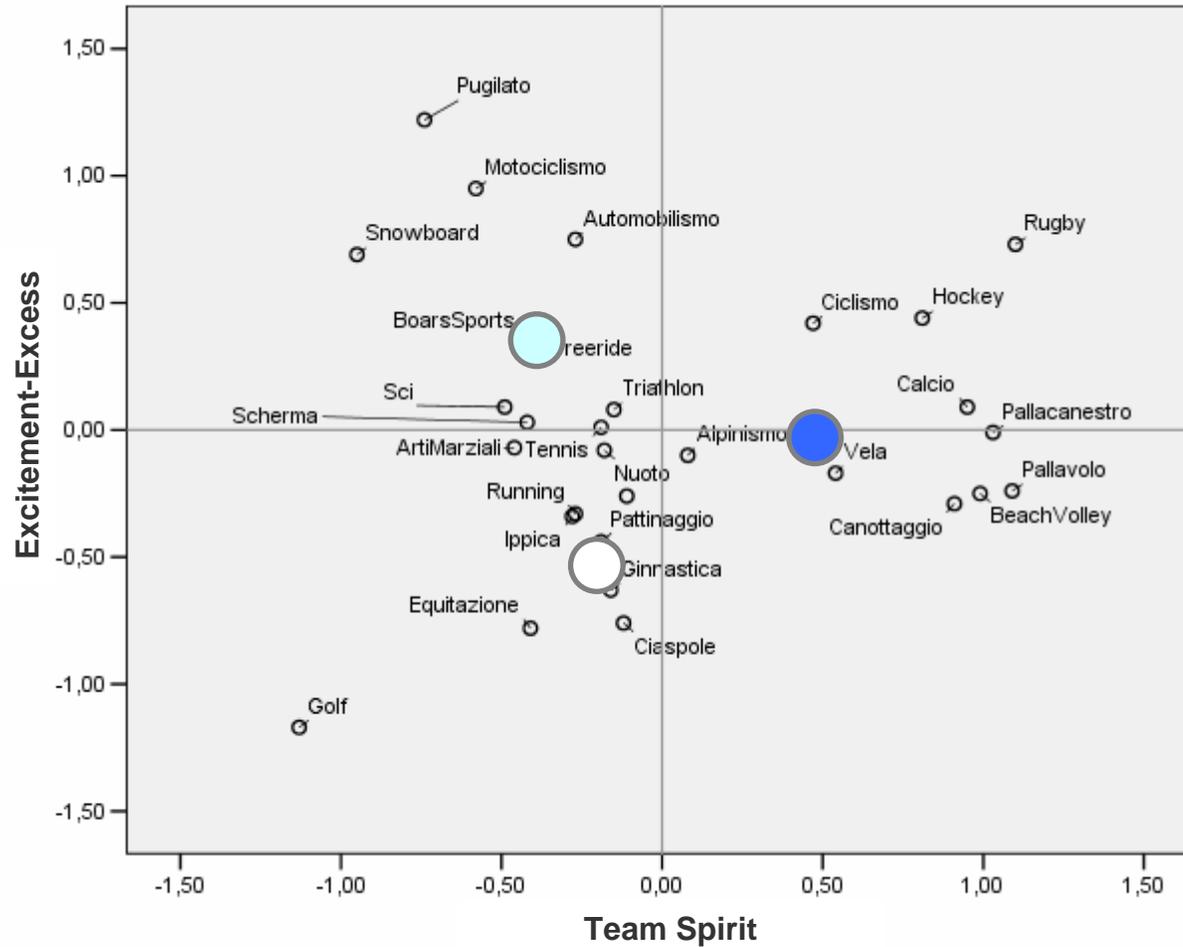
# CLUSTER 6: NATURA SOFT

(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

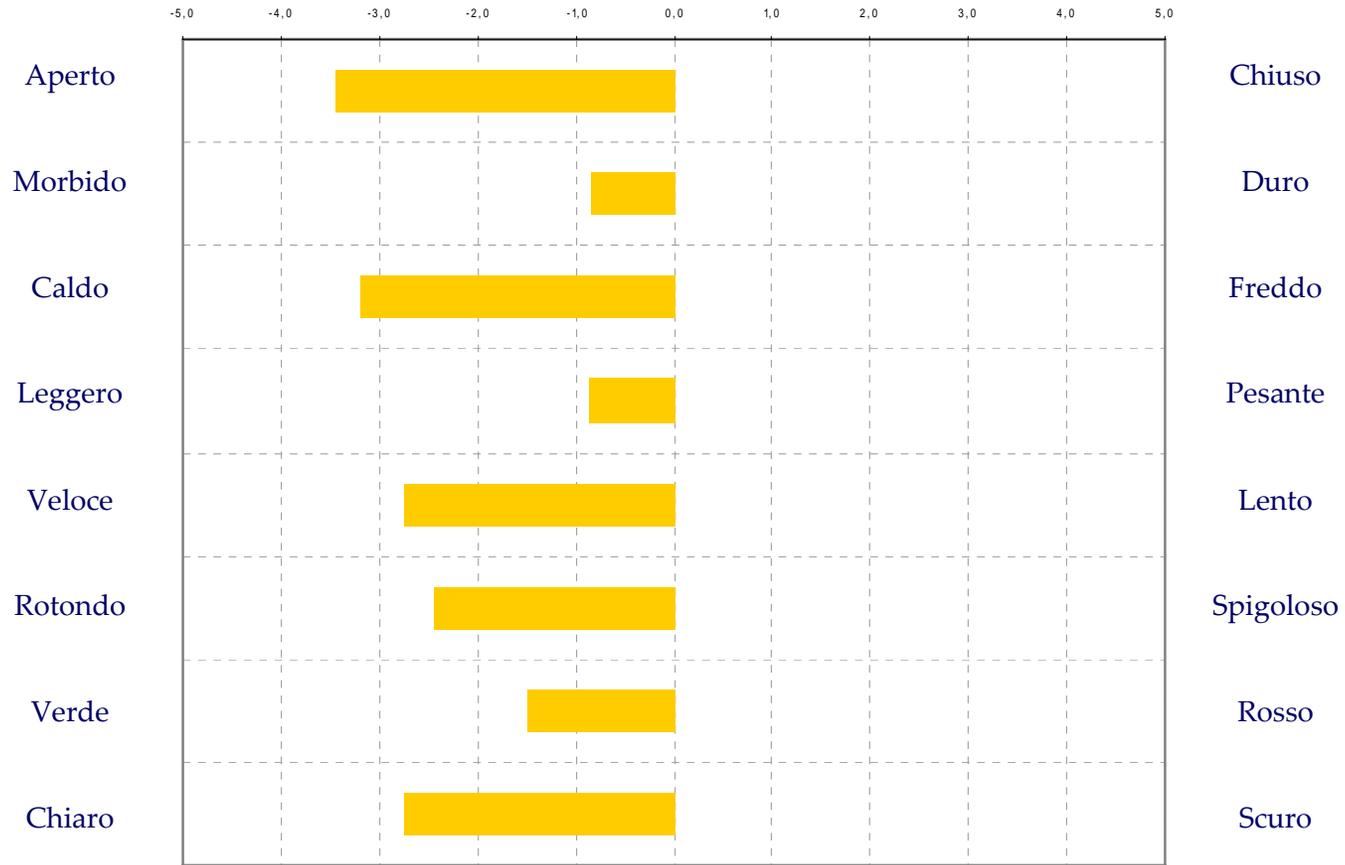
### *Serio*

/

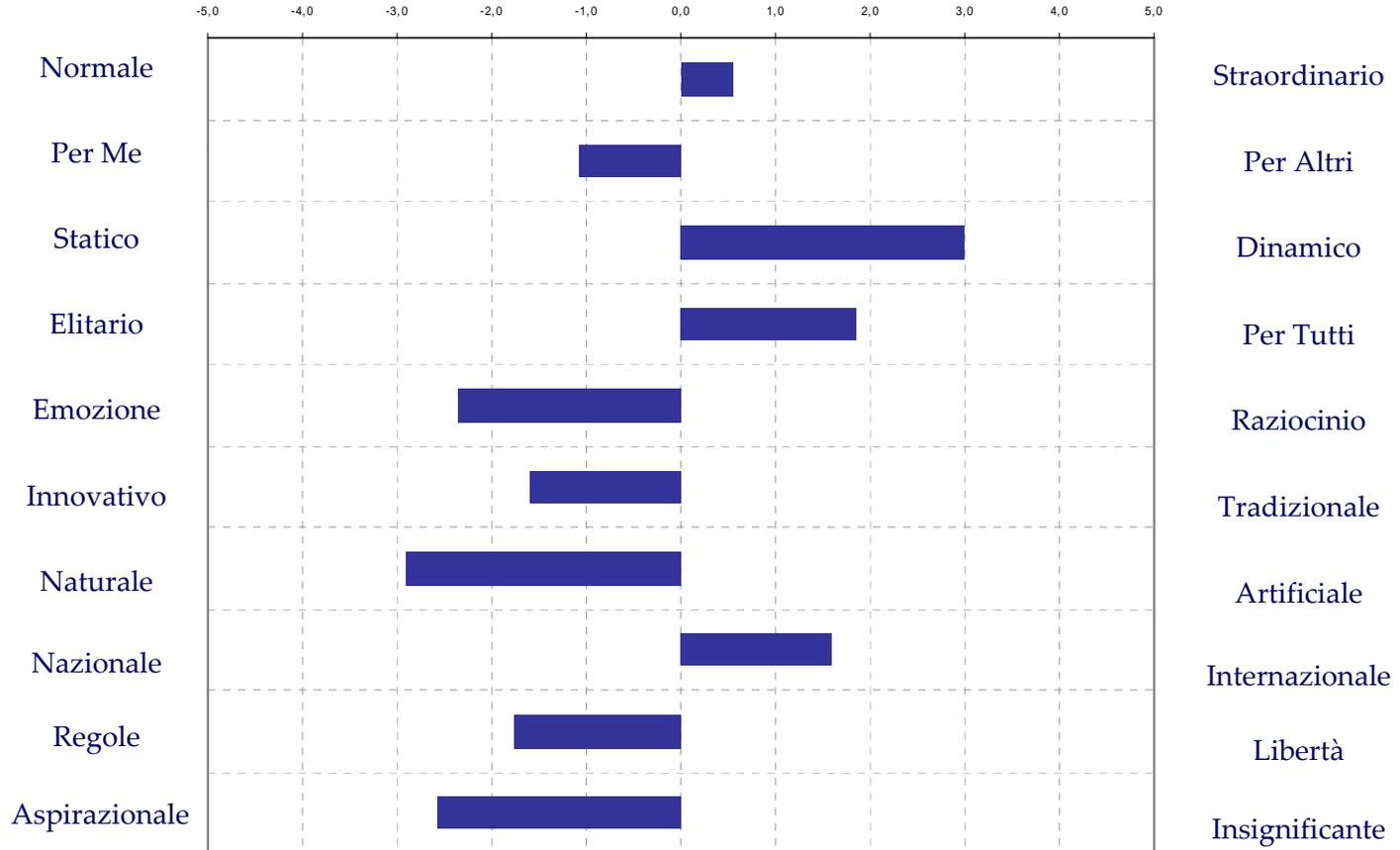




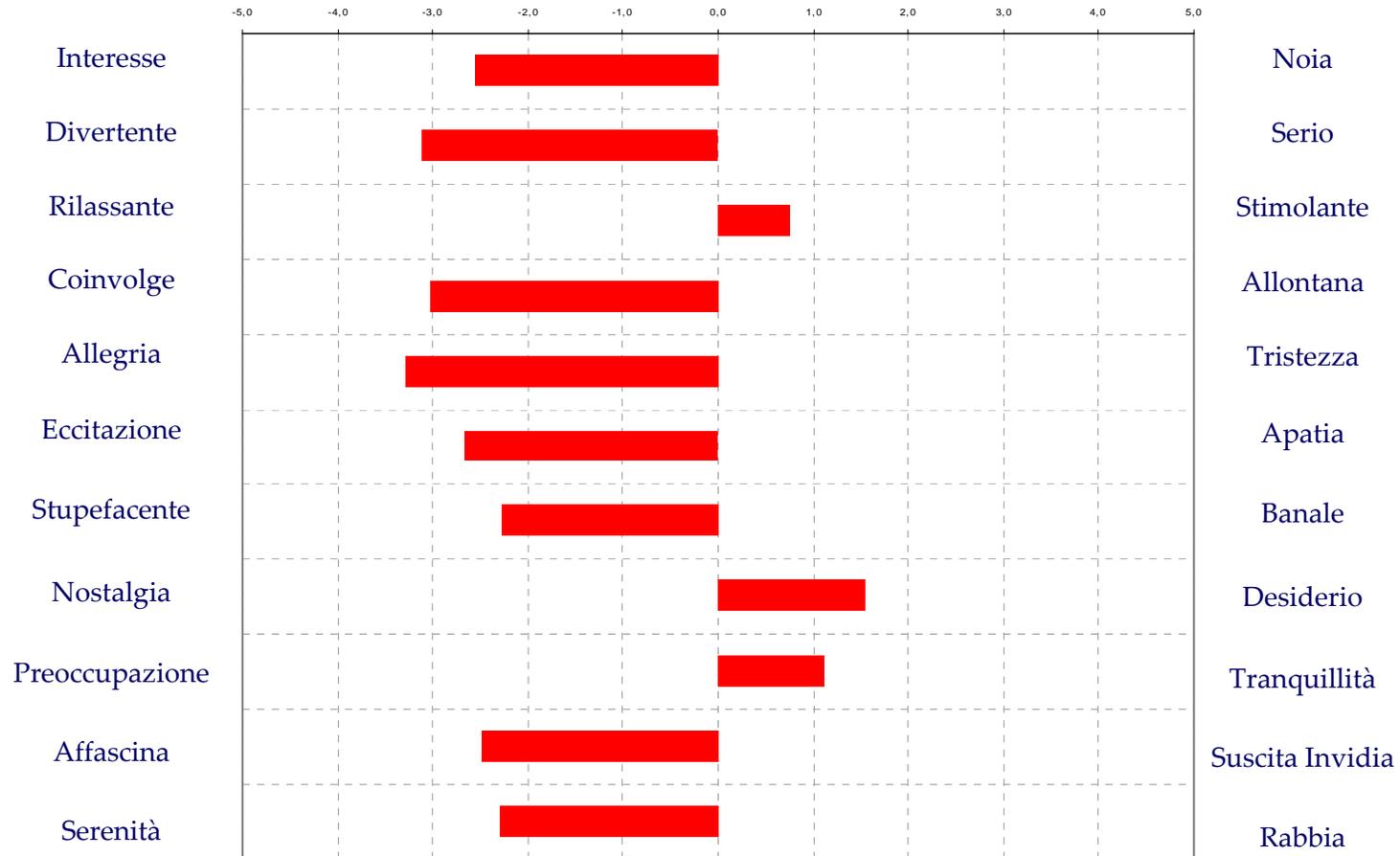
## BEACH VOLLEY (Valori medi) – (N= 142)



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

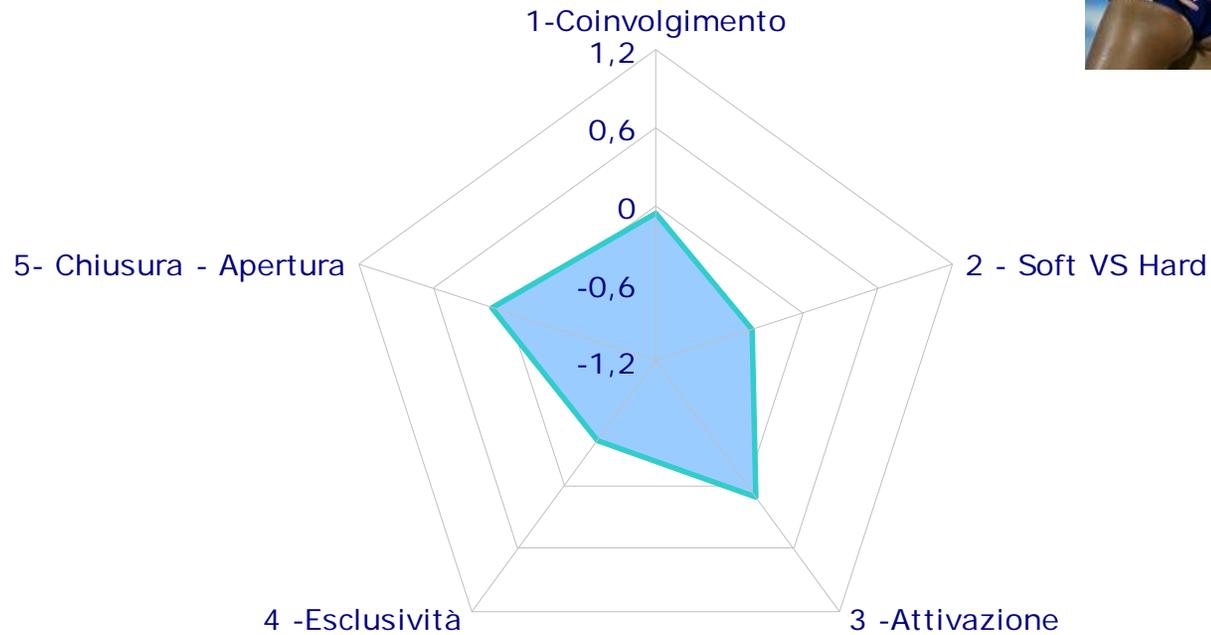


## BEACH VOLLEY (Valori medi) – (N= 142)



# CLUSTER 3: "NATURA... STIMOLANTE"

Nuoto  
Running: lunga distanza  
Sci  
Beach Volley

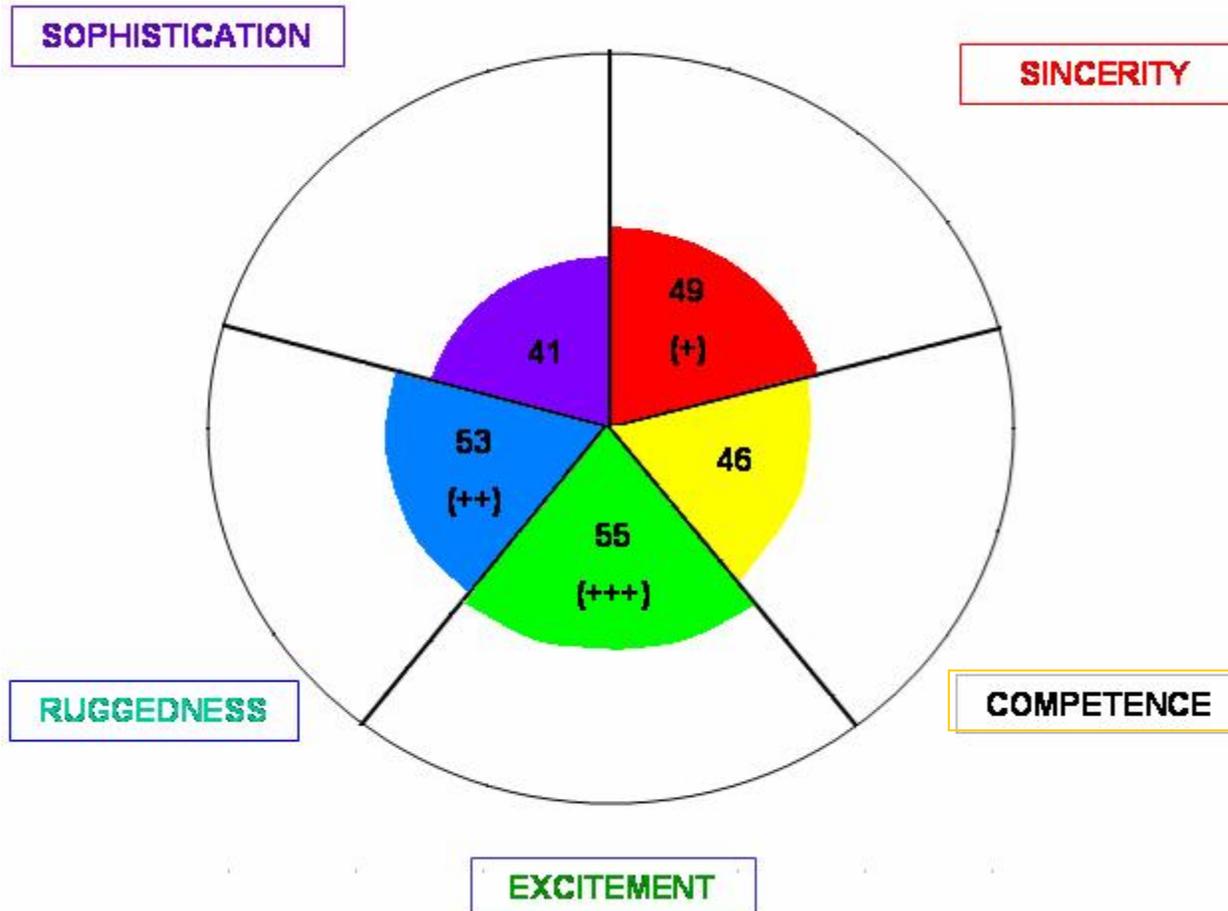


# PERSONALITY WHEEL



# LA PERSONALITA' DELLO SPORT

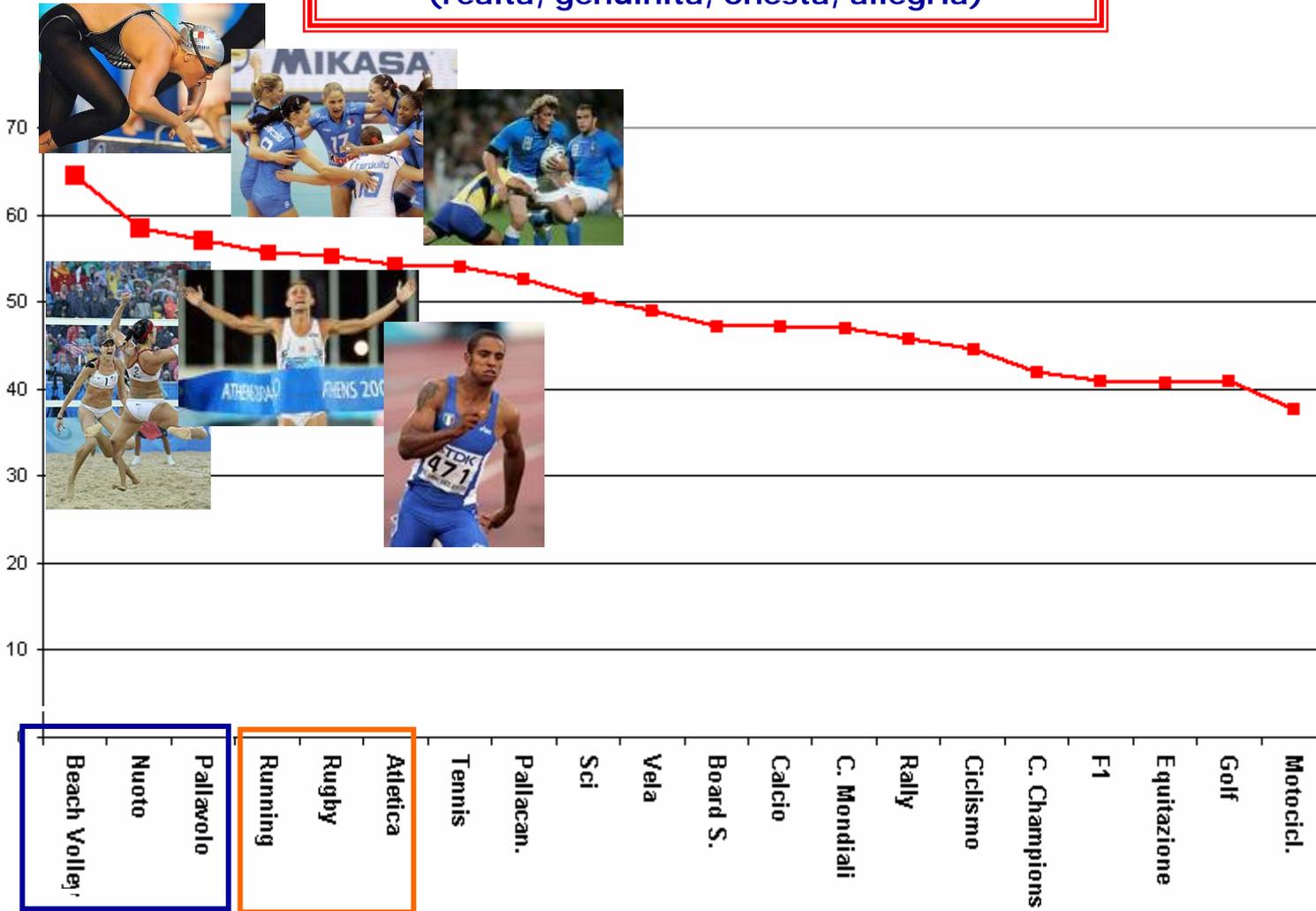
*Un profilo molto ricco*





# SINCERITY

(realtà, genuinità, onestà, allegria)



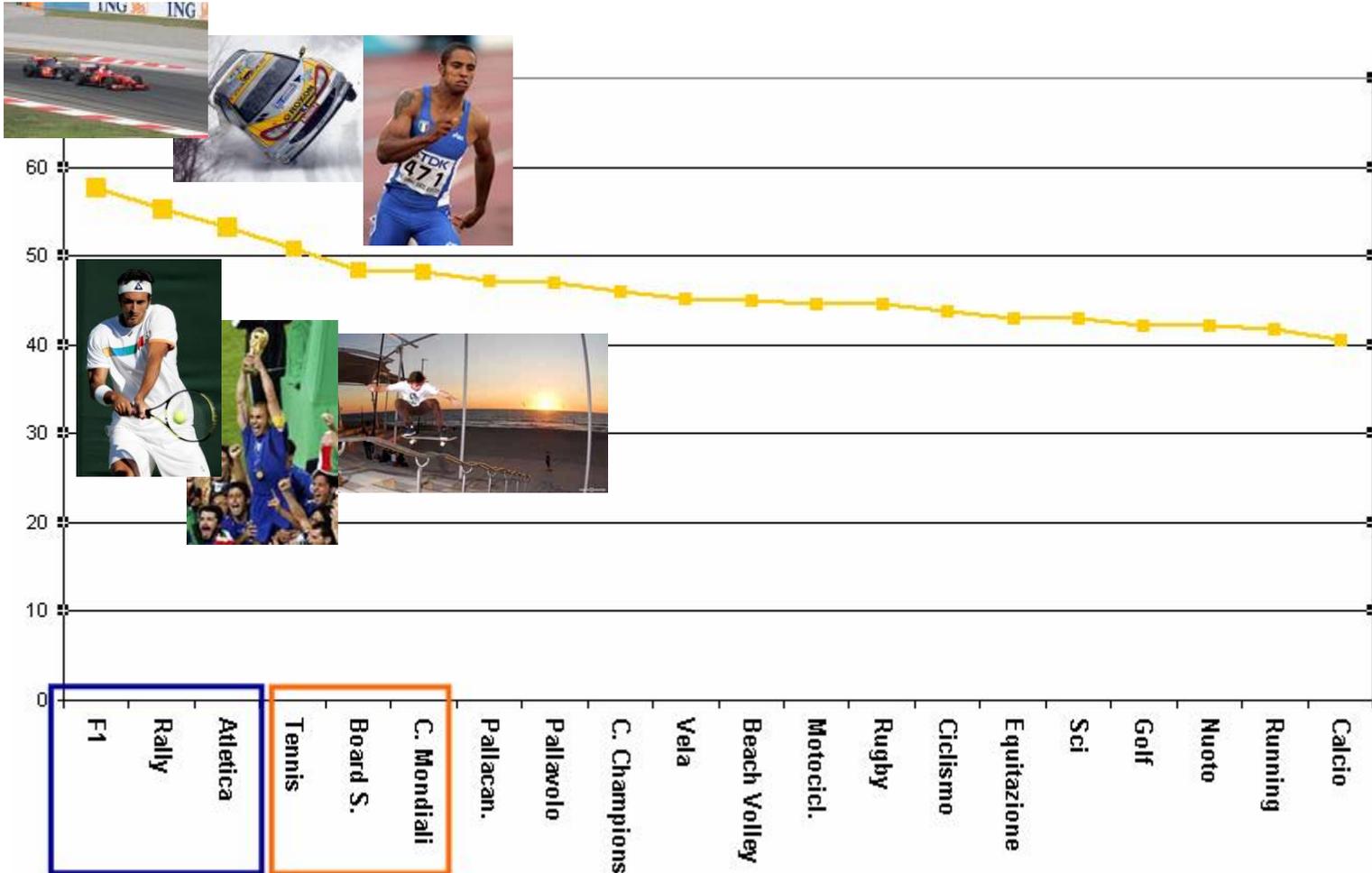
# LA PERSONALITA' DELLO SPORT

## Analisi singoli fattori



### COMPETENCE

(intelligenza, competenza, credibilità, riuscita)



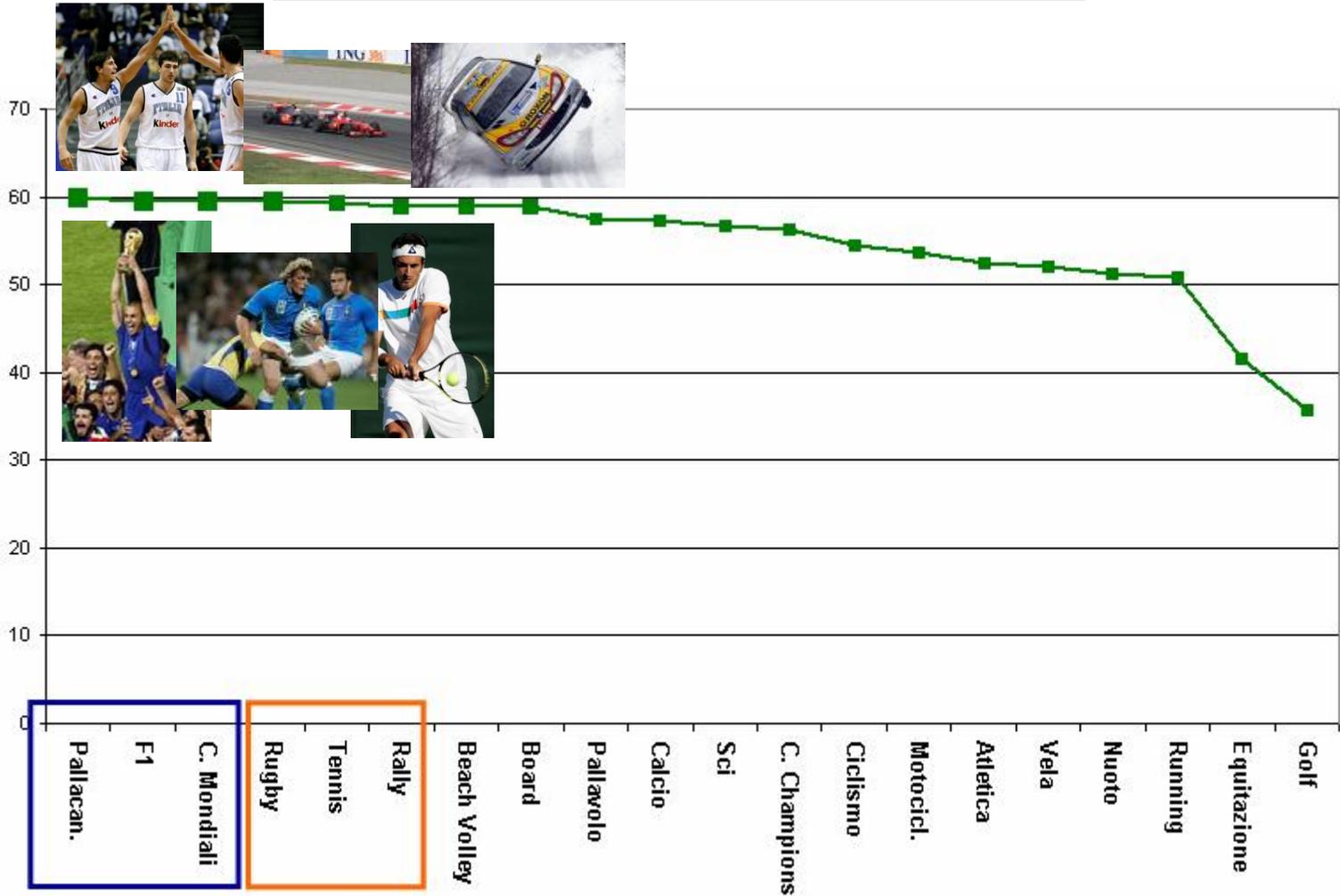
# LA PERSONALITA' DELLO SPORT

## Analisi singoli fattori



### EXCITEMENT

(attualità, fantasia, eccitazione, vigore)



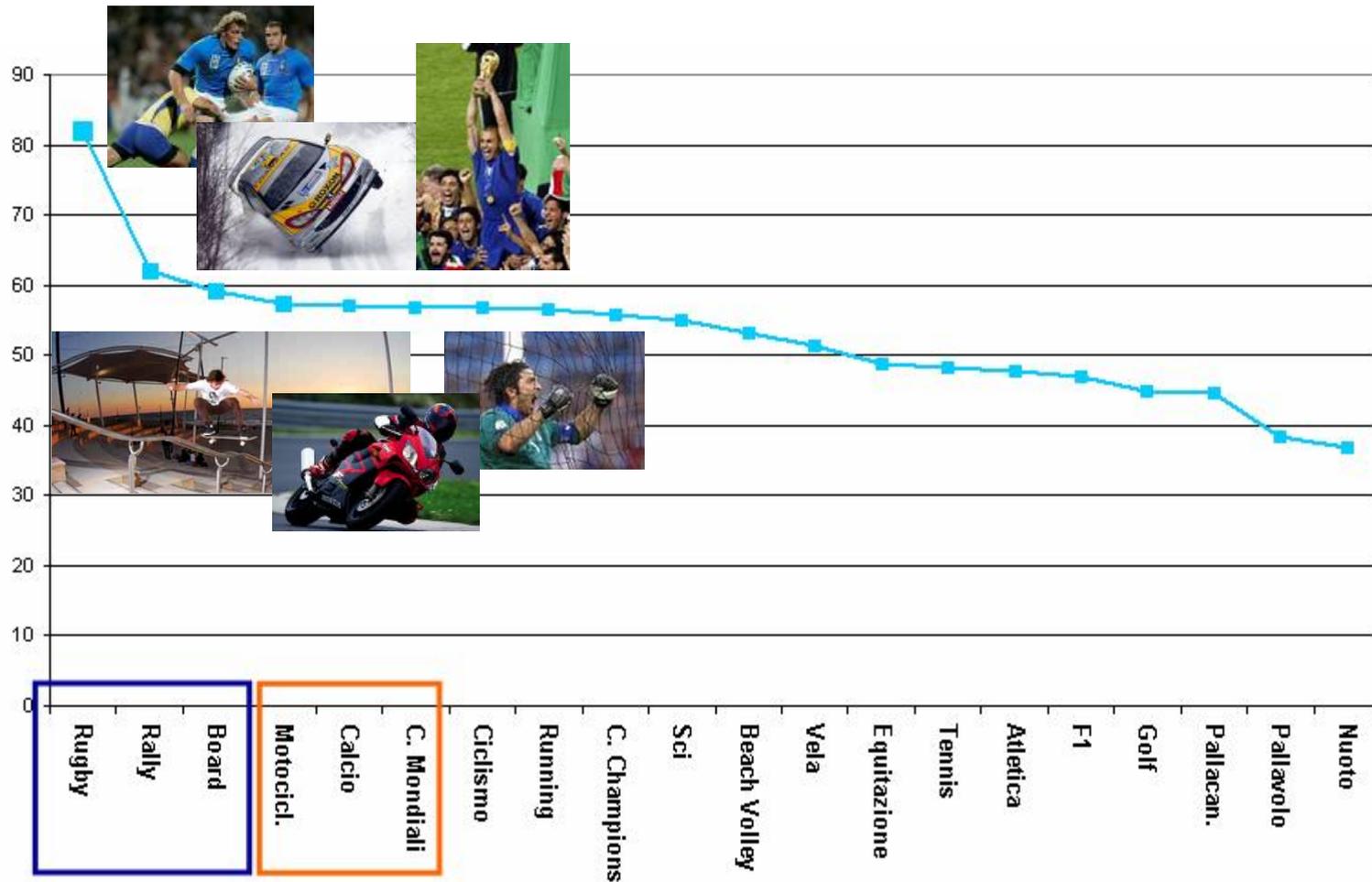
# LA PERSONALITA' DELLO SPORT

## Analisi singoli fattori



### RUGGEDNESS

(difficoltà, rudezza, libertà, mascolinità)



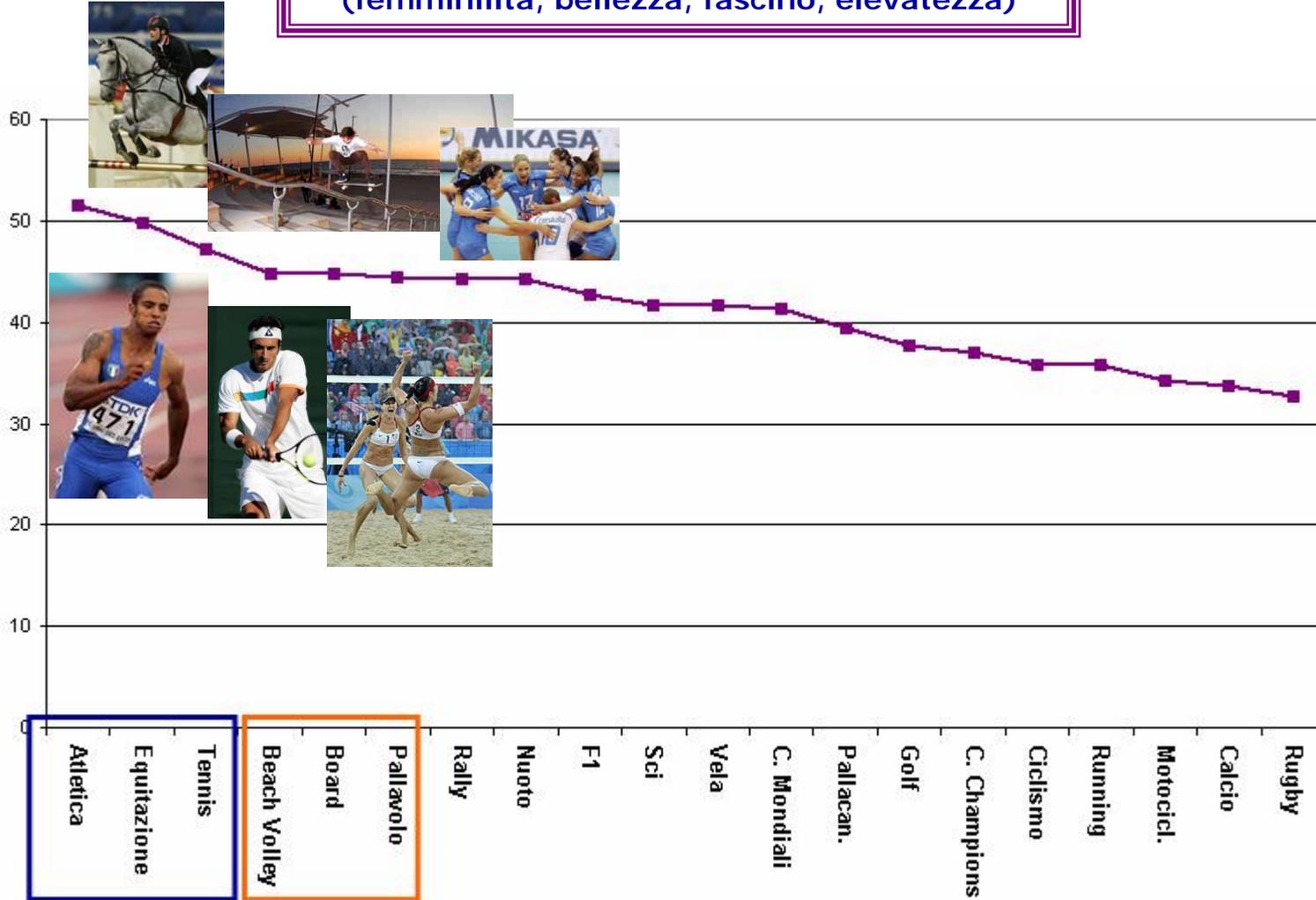
# LA PERSONALITA' DELLO SPORT

## Analisi singoli fattori



### SOPHISTICATION

(femminilità, bellezza, fascino, elevatezza)





**BECH VOLLEY**  
 (Indici) – (N= 142)

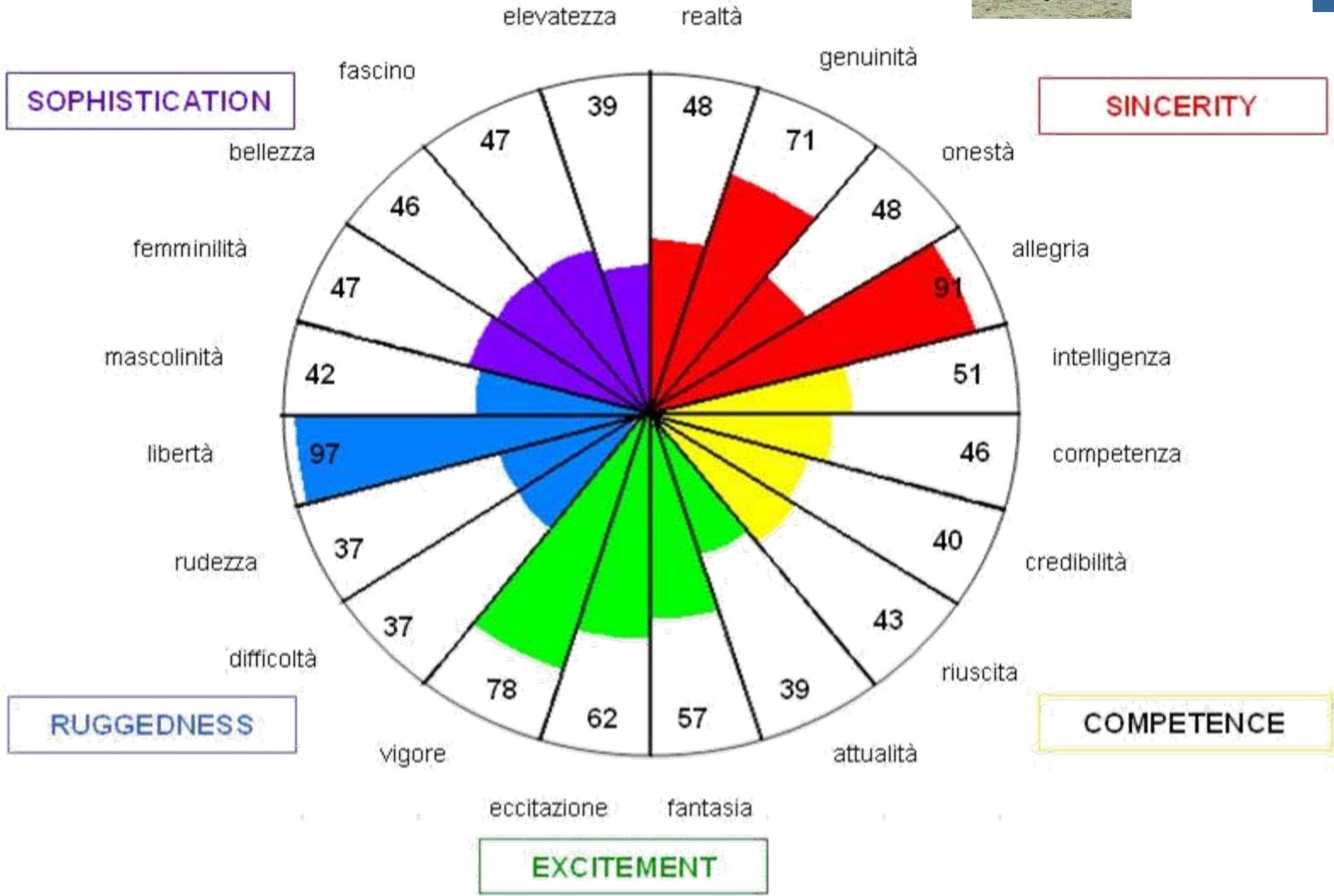
Libertà	97
Allegria	91
Vigore	78

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

Vigore	89
Libertà	88
Genuinità	81



# BEACH VOLLEY



# RUNNING

## CORSE DI LUNGA DISTANZA

