



ACCIARI CONSULTING



Censis Servizi S.p.A.

LAVORI IN CORSA

3° WORKSHOP SU VALORI E COMUNICAZIONE SPORTIVA

10 dicembre 2009

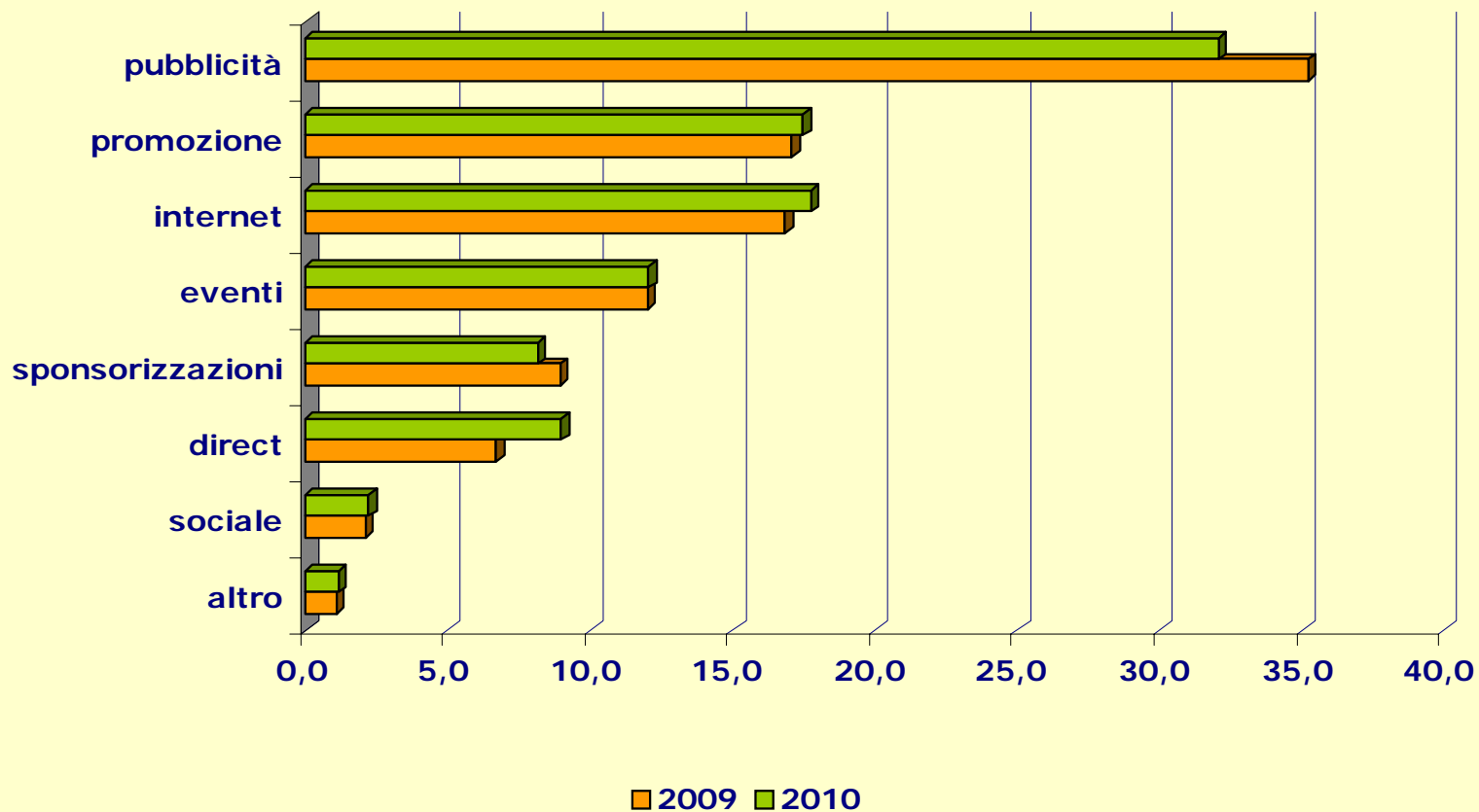
I risultati

Quelle che seguono sono le principali risultanze dell'ascolto del Panel di Lavori in Corsa che ha coinvolto circa 100 soggetti tra aziende ed esperti del settore.



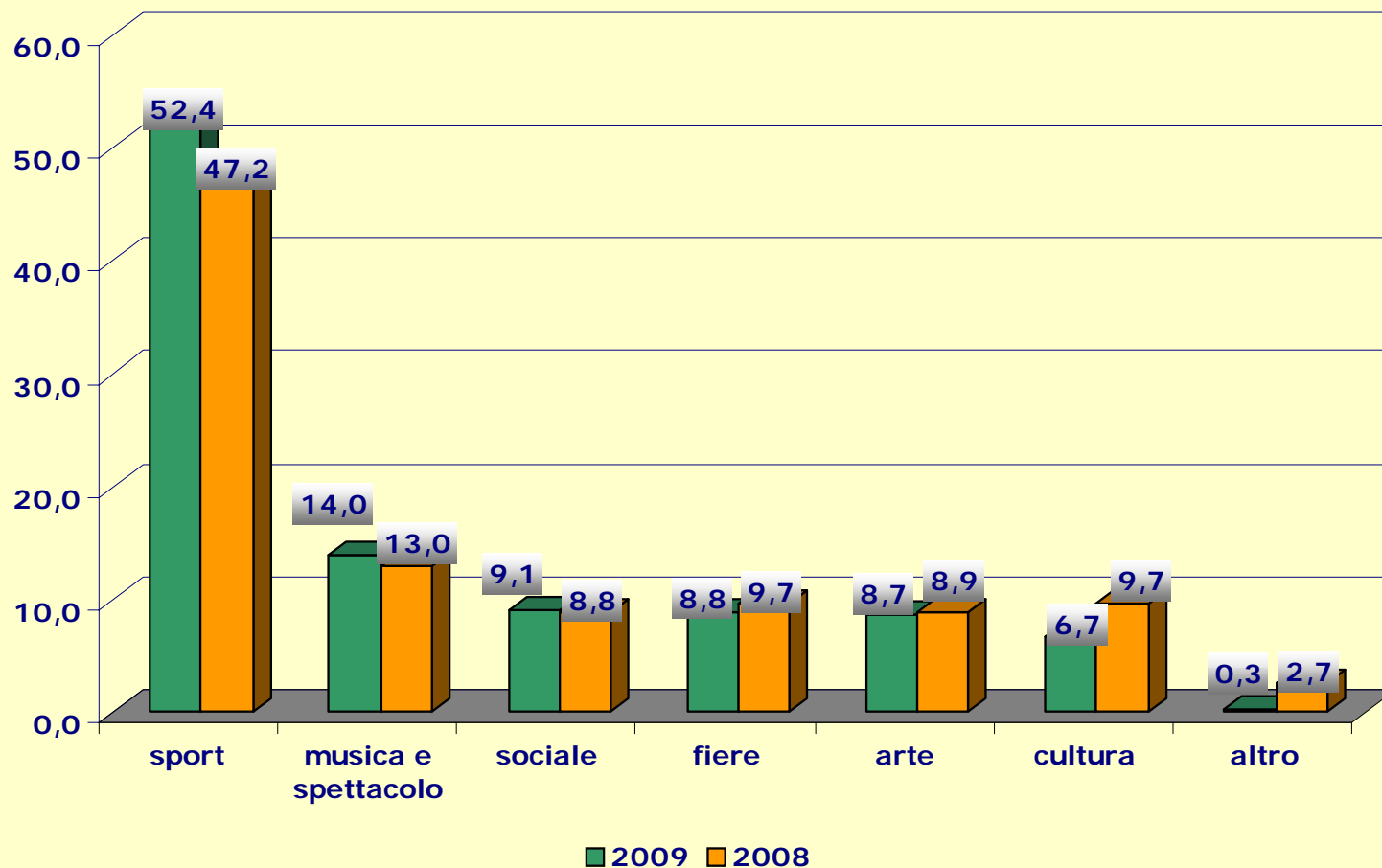
La ripartizione degli investimenti in comunicazione delle aziende del Panel evidenzia - tra il consolidato 2009 e le previsioni del 2010 – una lieve flessione per pubblicità e sponsorizzazioni ed una crescita per internet e direct.

Ripartizione investimenti in comunicazione per tipologia



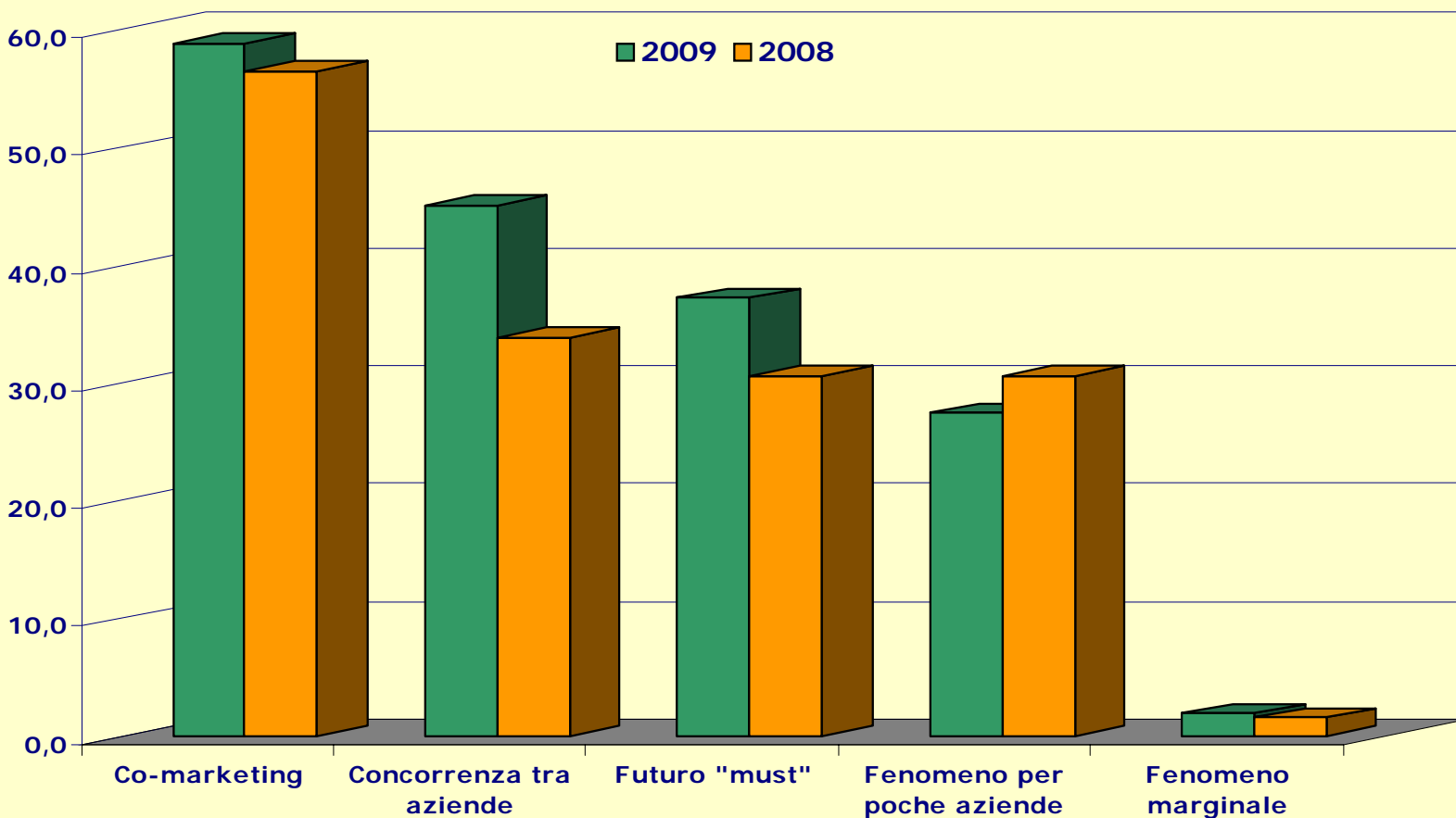
Il dettaglio sulle sponsorizzazioni vede lo sport affermarsi ancora di più, come strumento di comunicazione delle imprese: su 100 euro spesi in sponsorizzazioni, nel 2009 le imprese ne hanno destinati quasi 53 a quelle sportive (47,2 nel 2008).

Distribuzione sponsorizzazioni (budget) per settore



Il fenomeno delle “tribù” (comunità fortemente connotate per cultura, stili di vita, ecc.) rimane ancora centrale nelle strategie di comunicazione....e il rugby si conferma trendy....

Influenza delle tribù sulla comunicazione

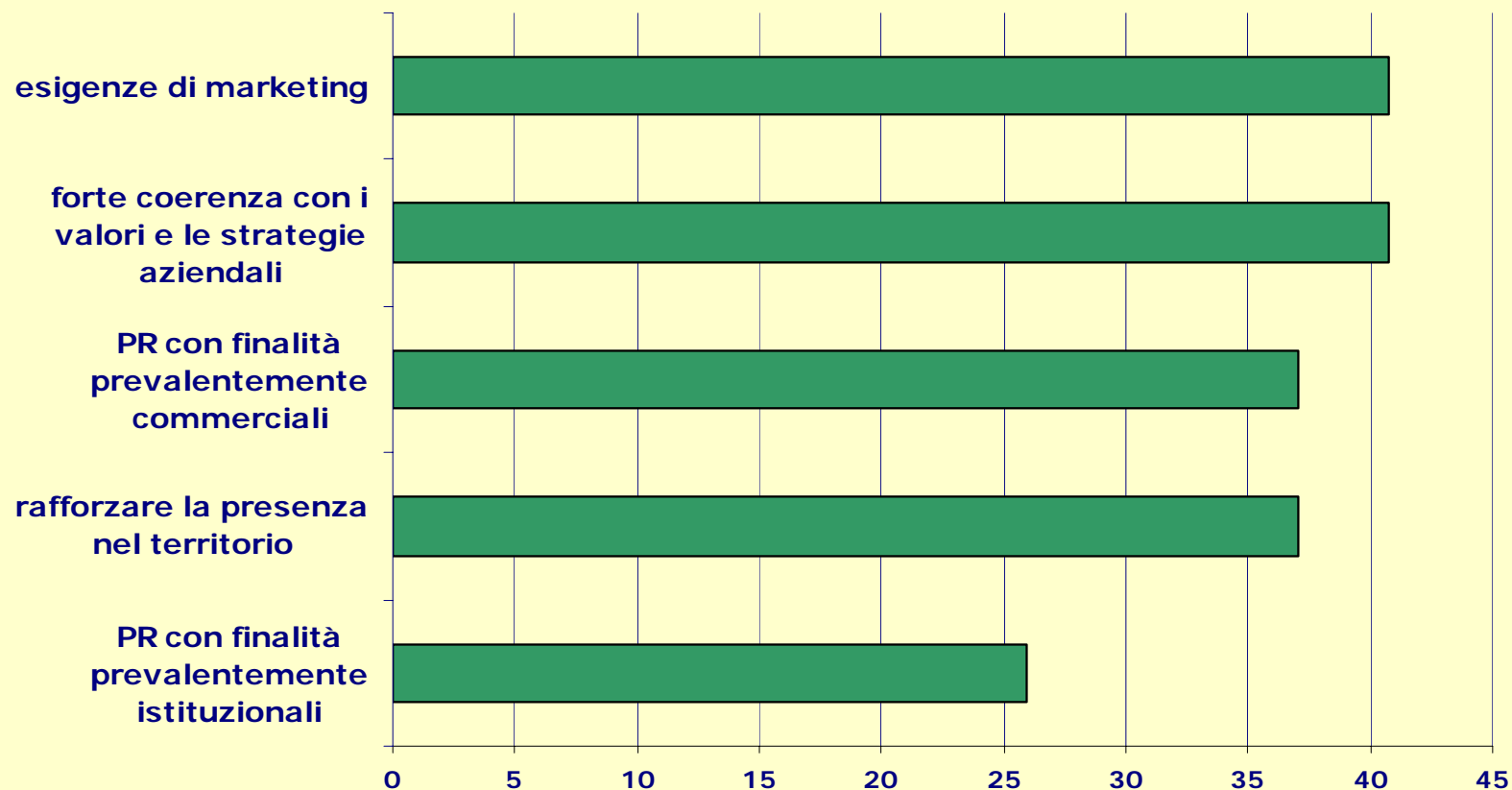


Le principali discipline "tribù": confronti temporali

nel 2009	nel 2008	nel 2007
rugby	rugby	rugby
golf	golf	vela
calcio	vela	golf
fitness	calcio	motociclismo
vela	motori (auto-moto)	snowboard
motociclismo	running	basket

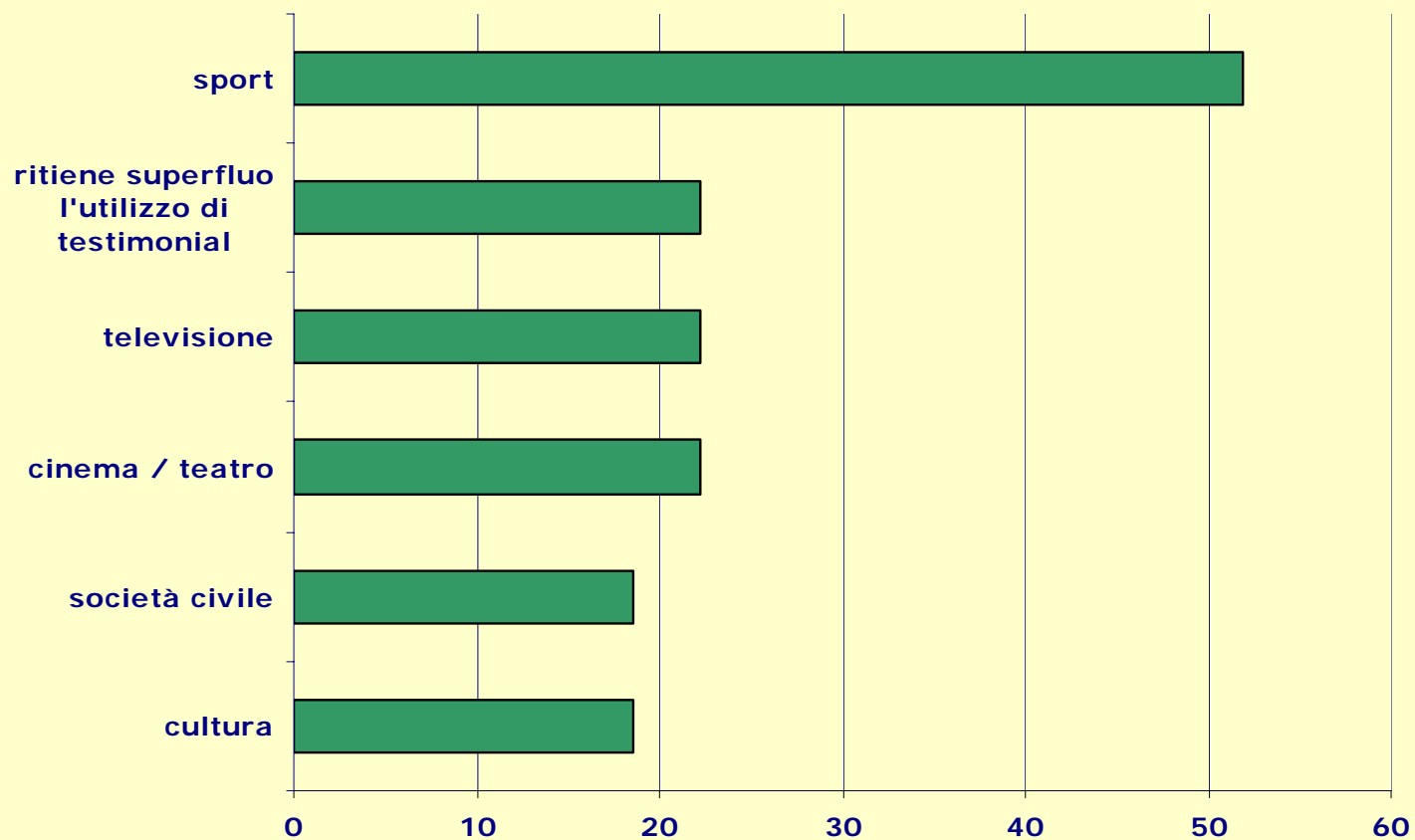
Esigenze di marketing e coerenza con i valori e le strategie aziendali, sono i criteri principalmente utilizzati per selezionare le sponsorizzazioni.

Criteria scelti per sponsorizzare (possibili più risposte)



Lo sport si conferma il settore privilegiato nella scelta di un testimonial...

Il settore di provenienza del testimonial ideale



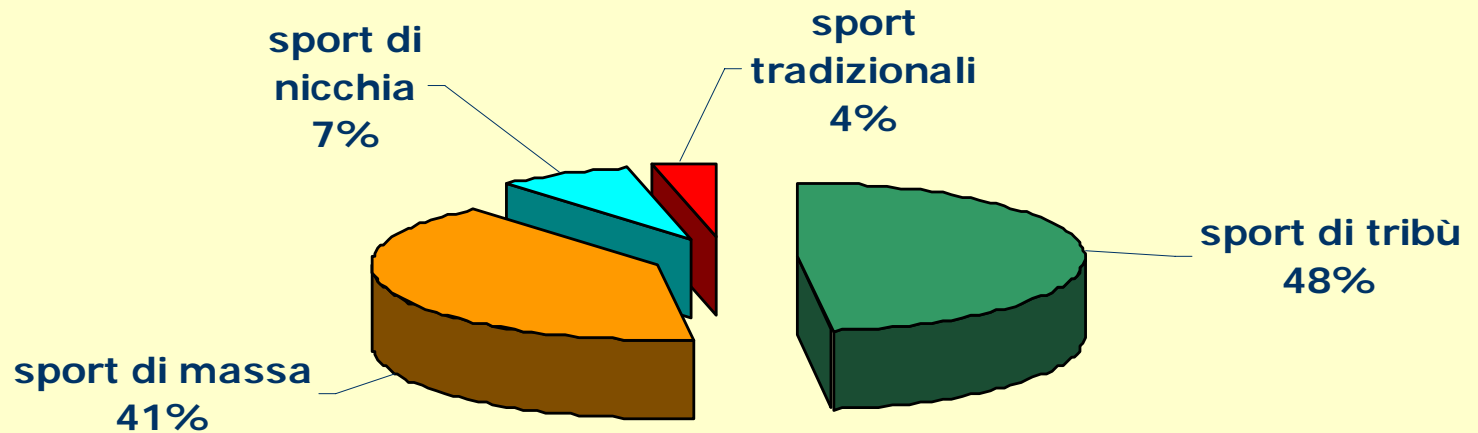
Lo sport si sceglie principalmente perché considerato un ideale vettore di valori e per la coincidenza con il target aziendale.

Perché si sceglie lo sport per comunicare



A livello fenomenologico gli sport di "tribù" sembrano essere destinati ad intercettare quote crescenti di sponsorizzazioni...

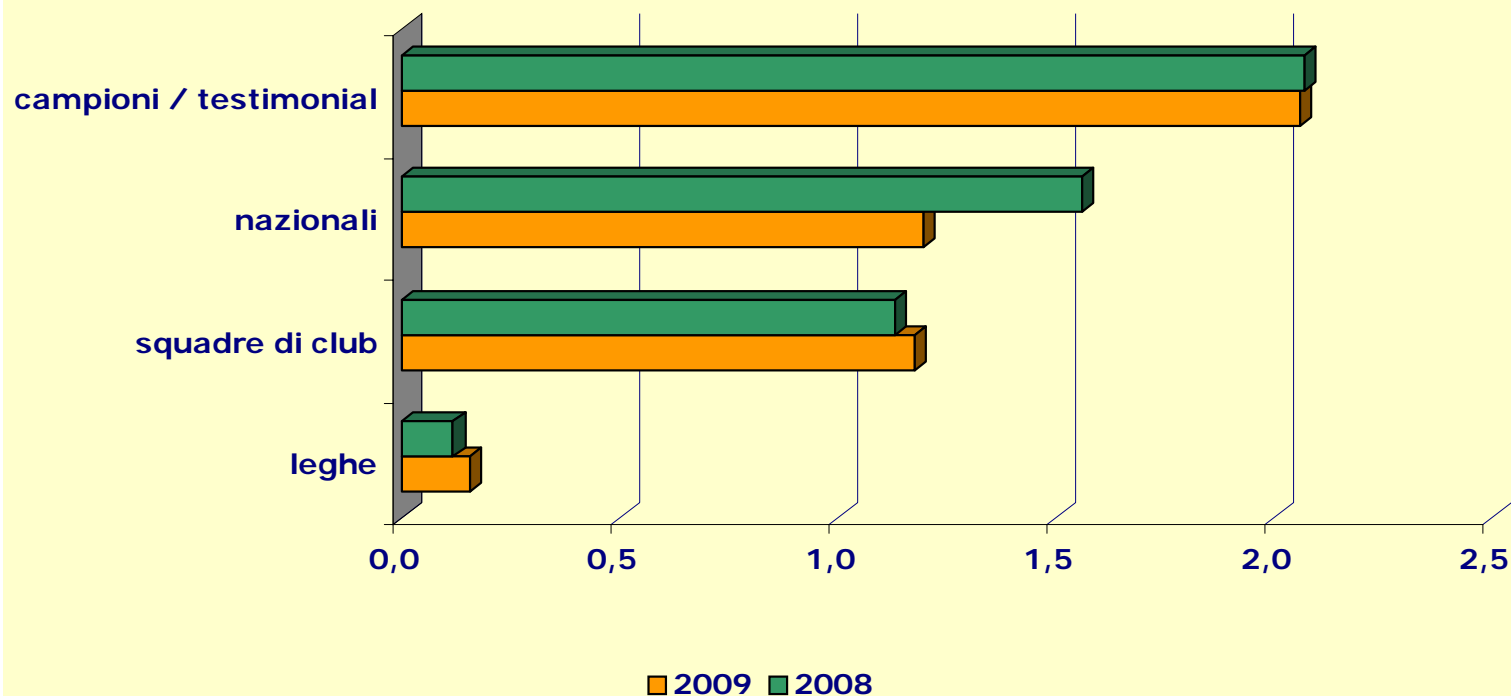
Verso quale tipologia di sport si orienteranno le sponsorizzazioni nel prossimo futuro



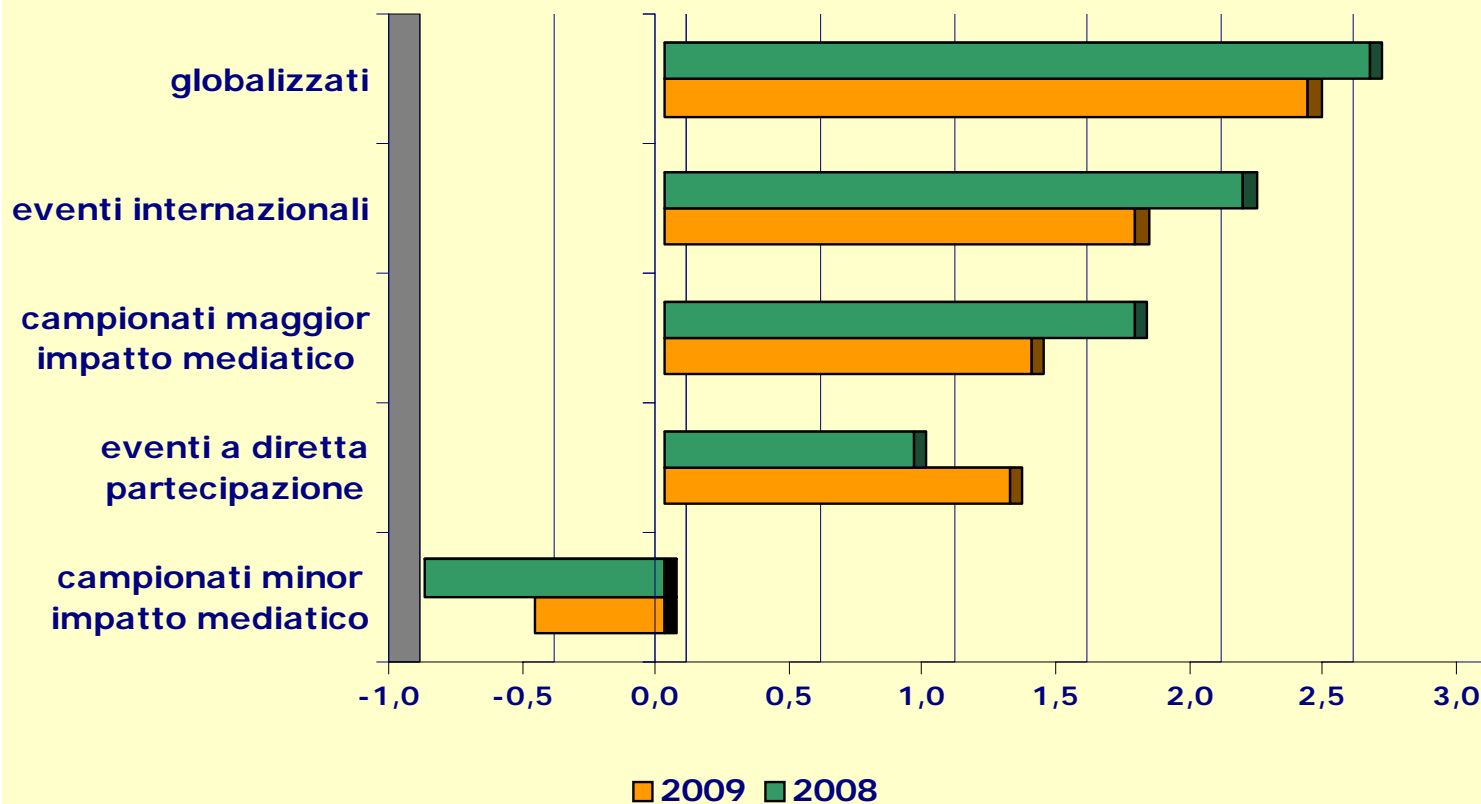
- sport di tribù: vela, golf, rugby, basket
- sport di massa: calcio, F1, motociclismo, ciclismo
- sport di nicchia: snowboard, skate
- sport tradizionali: volley, tennis, nuoto, ecc.

- L'orientamento futuro – secondo gli esperti interpellati – sarà quello di continuare ad investire, per comunicare attraverso lo sport, su campioni affermati e grandi eventi...
- ... cresce, seppure in maniera ancora marginale, la voglia di eventi a diretta partecipazione del pubblico.

Andamento futuro degli investimenti per le sponsorizzazioni sportive: soggetti (scala -4=forte diminuzione +4=forte crescita)



Andamento degli investimenti futuri per le sponsorizzazioni sportive: eventi (scala -4=forte diminuzione +4=forte crescita)



Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

➤ La riduzione degli investimenti non impatta solo sui grandi eventi o sui grandi team ma – a cascata – anche sullo sport di base (le società sportive dilettantistiche).

Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

- Lo scenario 2009 segnala una marcata riduzione degli investimenti da parte delle Piccole e Medie Imprese, le stesse che più di frequente agiscono “localmente” in territori circoscritti.

Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

- Abbiamo visto che le sponsorizzazioni legate al territorio perdono colpi rispetto ad altre opzioni di investimento (grandi eventi) anche in termini di prospettive per il 2010.

Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

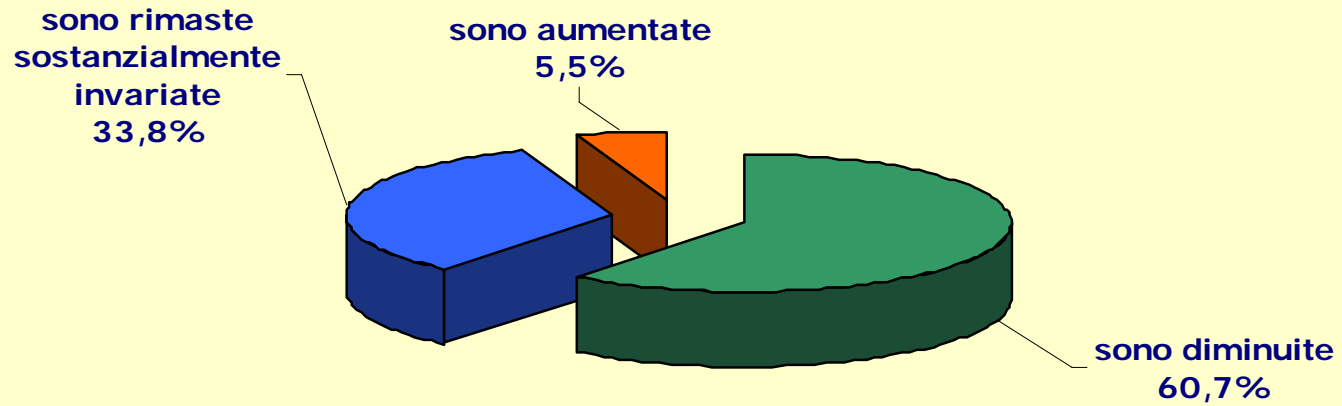
- L'effetto è significativo.
 - Su 100 società sportive solo il 5,5% ha visto incrementare le proprie entrate tra il 2008 ed il 2009;

Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

- il 60,7% ha visto ridursi il proprio "giro d'affari";
- ed una su tre ha mantenuto inalterato il proprio budget.

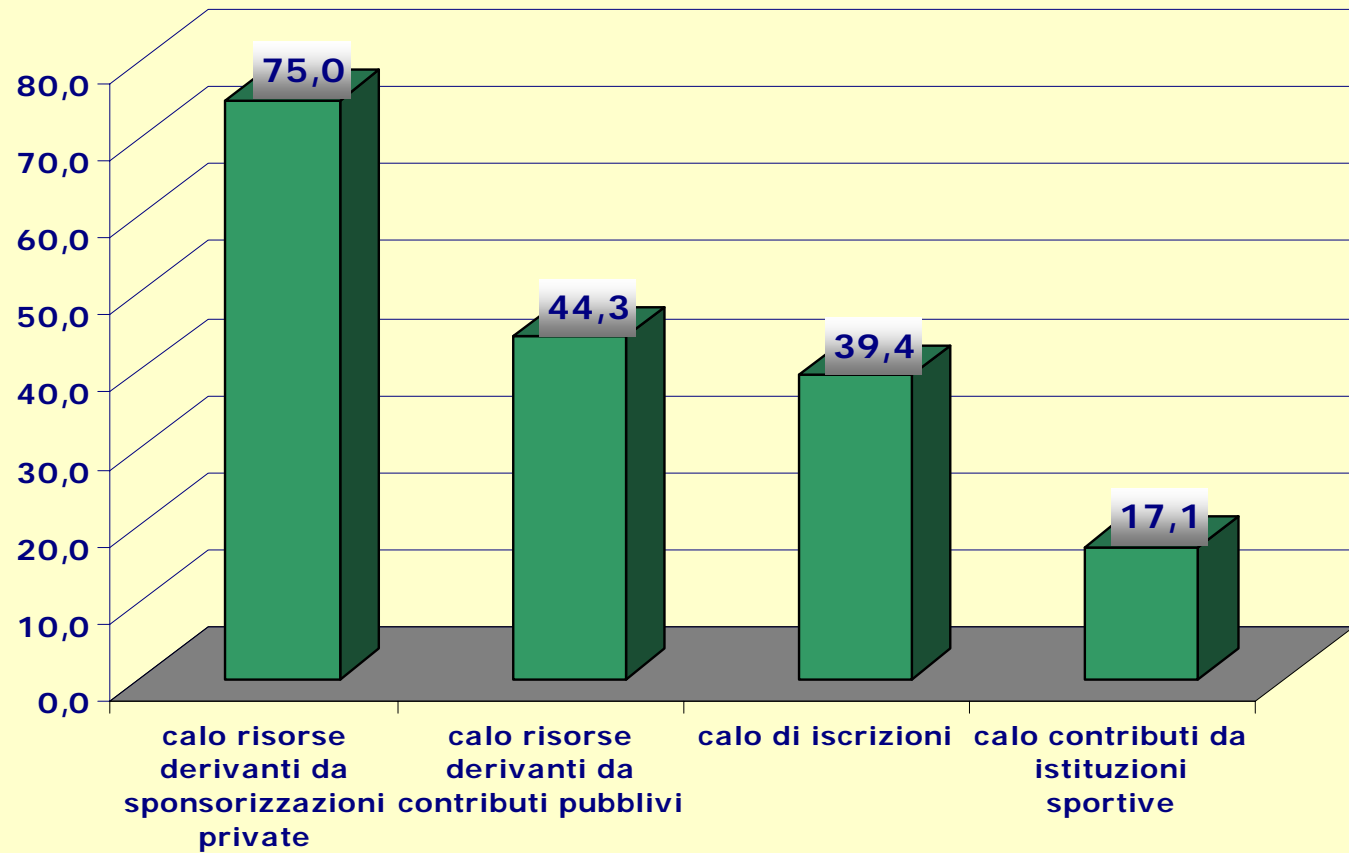
Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

Andamento entrate rispetto al 2008



Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

Conseguenze della congiuntura



Gli impatti della crisi economica sullo sport di base

Reazione alla riduzione delle entrate

