



 **SPONSOR VALUE™**
CULTURA E SPETTACOLO

L' ANALISI DEI CONSUMI CULTURALI DEGLI ITALIANI E DEI RITORNI DELLE SPONSORIZZAZIONI

Caratteristiche

Sponsor Value Cultura & Spettacolo® è la ricerca lanciata da StageUp e Ipsos nel 2007 che analizza i **consumi culturali e spettacolistici** degli italiani, **l'interesse per i più importanti eventi** del settore, **il ritorno per gli sponsor**.

Realizzata in partnership dalle due società, integra le expertise specifiche di entrambe: il mercato della comunicazione e dell'intrattenimento per StageUp e le ricerche di mercato per Ipsos.

Utilità

La ricerca è orientata a supportare:

- ✓ le **aziende** (incluse quelle che vogliono verificare le potenzialità delle sponsorizzazioni culturali senza aver ancora utilizzato tale strumento) nella pianificazione, gestione e controllo di qualsiasi investimento in sponsorizzazione nel mondo della cultura e dello spettacolo;
- ✓ gli **organizzatori di eventi culturali** nel processo di fidelizzazione dei propri sponsor (fornendo loro uno strumento chiaro ed oggettivo per analizzare i ritorni dell'investimento) e nell'attività commerciale verso nuovi prospect. Sponsor Value è altresì utile nell'analisi della forza competitiva del proprio evento a confronto con gli altri e nello studio delle leve di marketing da utilizzare per promuovere l'evento.



METODOLOGIA

Casi: 800 casi

FINALITÀ

- Pianificazione - Controllo

OBIETTIVI

- Analizzare i consumi e gli interessi culturali degli italiani
- Misurare le potenzialità di comunicazione di eventi specifici
- Valutare il ritorno delle sponsorizzazioni culturali

CONTENUTI

- Analisi del potenziale dei diversi "generi" culturali
- Profilazione del pubblico interessato a ciascun genere
- Notorietà e livello di interesse per eventi specifici
- Modalità di fruizione: come il pubblico segue l'evento

POSSIBILI PERSONALIZZAZIONI

- Posizionamento di immagine dell'evento
- Verifica atteggiamento del pubblico verso gli sponsor
- Notorietà delle sponsorizzazioni
- Valutazione degli effetti della sponsorizzazione su notorietà e posizionamento della Marca, attitudine, preferenza e legame verso il brand, loyalty

I CONSUMI CULTURALI DEGLI ITALIANI – L'INTERESSE PER I DIVERSI GENERI

DEMO

ATTIVITÀ	PENETRAZIONE SU TOTALE ITALIANI	FRUITORI (NUMEROSITÀ)
Andare a teatro	%	...000
Partecipare a concerti di musica contemporanea (es. pop, rock)	%	...000
Partecipare a eventi popolari come sagre e feste di paese	%	...000
Andare al cinema	%	...000
Visitare musei	%	...000
Partecipare a fiere enogastronomiche	%	...000
Partecipare a rassegne e festival di musica classica e lirica	%	...000
Visitare mostre	%	...000
Partecipare a spettacoli e sfilate di carnevale per le vie della città	%	...000
Partecipare a festival cittadini con artisti di strada	%	...000
Partecipare a festival e rassegne cinematografiche	%	...000

© StageUp - Sport & Leisure Business. Tutti i diritti riservati.

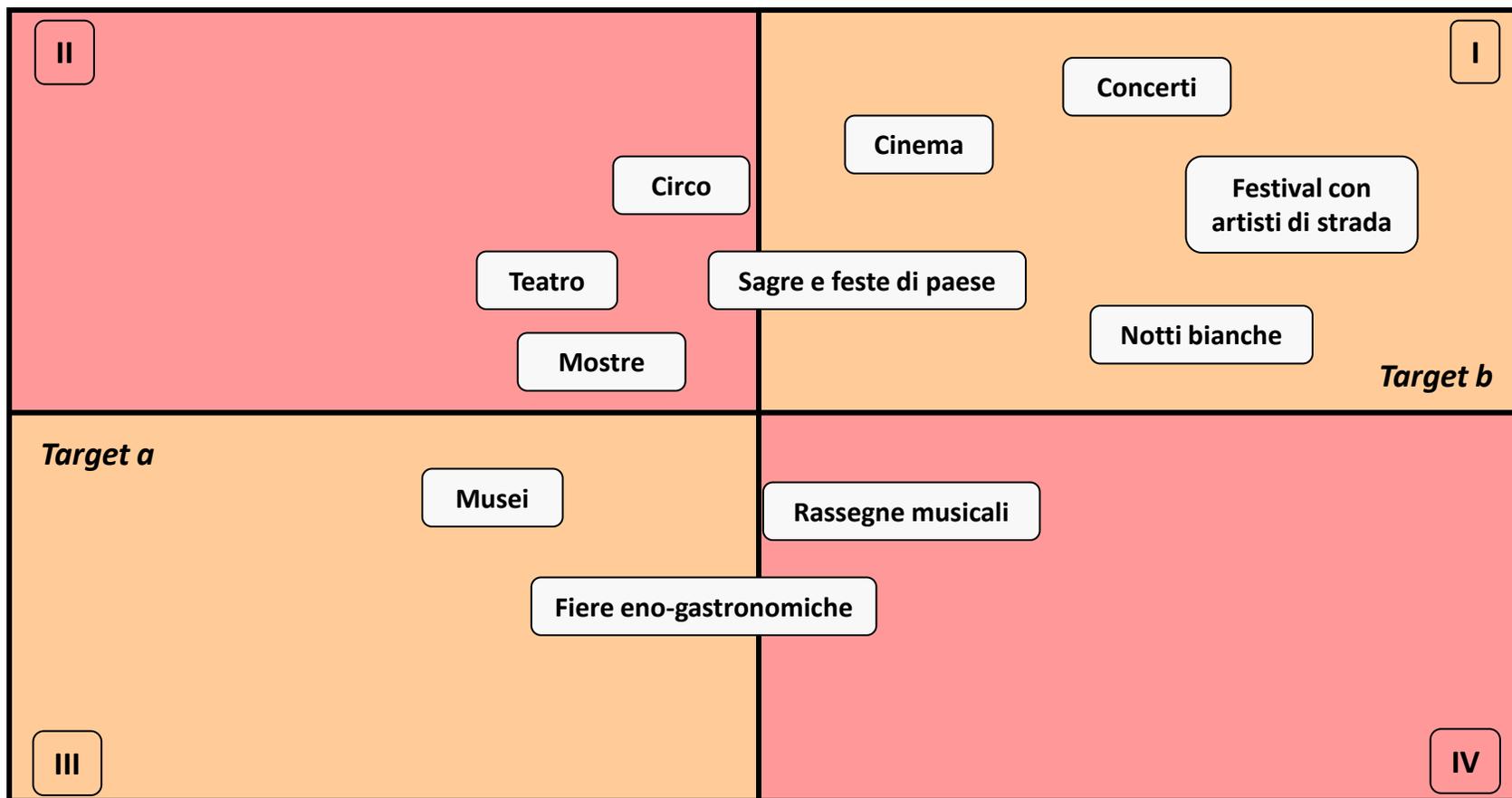
Viene misurata anche la frequenza di partecipazione con riferimento agli ultimi 12 mesi: spesso / qualche volta / raramente

Contenuti esemplificativi della ricerca

I CONSUMI CULTURALI DEGLI ITALIANI – L'INTERESSE PER I DIVERSI GENERI

DEMO

Caratteristiche socio-demografiche del pubblico ...



Caratteristiche socio-demografiche del pubblico ...

© StageUp - Sport & Leisure Business. Tutti i diritti riservati.

Contenuti esemplificativi della ricerca

IL PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEGLI INTERESSATI AD UNO SPECIFICO GENERE CULTURALE

DEMO



Donne 25-34enni: 25%
(+ 16% media campione)

Imprenditori / Dirigenti / Liberi professionisti: 14%
(+ 21% media campione)
Impiegati / Insegnanti: 7%
(+ 18% media campione)



35-44enni: 12%
(+ 13% media campione)



Reddito benestante: 8%
(+ 43% media campione)



Centri + 250 mila ab.: 18%
(+ 25% media campione)
Centro: 24%
(+ 31% media campione)

Laureati: 18%
(+ 62% media campione)



© StageUp - Sport & Leisure Business. Tutti i diritti riservati.

LA NOTORIETÀ DEGLI EVENTI

DEMO

EVENTO	NOTORIETÀ
Carnevale di Venezia	%
Mostra Internazionale del Cinema di Venezia	%
Carnevale di Viareggio	%
Palio di Siena	%
Eurochocolate di Perugia	%
Festival di Sanremo	%
Festa Internazionale del Cinema di Roma	%
Meeting per l'Amicizia fra i popoli di Rimini	%
Festival della Letteratura di Mantova	%
Ferrara Buskers Festival	%
Etc.	%

L'INTERESSE PER GLI EVENTI

DEMO

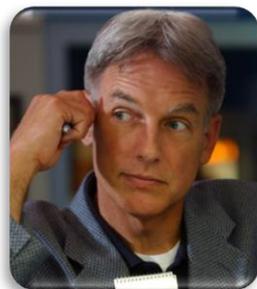
EVENTO	PENETRAZIONE SU TOTALE ITALIANI	APPASSIONATI* (NUMEROSITÀ)
Carnevale di Venezia	%	...000
Mostra Internazionale del Cinema di Venezia	%	...000
Carnevale di Viareggio	%	...000
Palio di Siena	%	...000
Eurochocolate di Perugia	%	...000
Festival di Sanremo	%	...000
Festa Internazionale del Cinema di Roma	%	...000
Meeting per l'Amicizia fra i popoli di Rimini	%	...000
Giffoni Film Festival	%	...000
Ferrara Buskers Festival	%	...000
Etc.	%	...000

* Appassionati: coloro che dichiarano di essere molto o abbastanza interessati all'evento

Contenuti esemplificativi della ricerca

DEMO

IL PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEGLI INTERESSATI AD UNO SPECIFICO EVENTO



45-54enni: 23%
(+ 18% media campione)
55-64enni: 24%
(+ 12% media campione)

Uomini: 69%
(+ 23% media campione)

Commercianti / Artigiani: 6%
(+ 31% media campione)
Operai / Agricoltori: 14%
(+ 27% media campione)



Famiglie numerose con bambini



Reddito benestante: 5%
(+ 15% media campione)
Reddito inferiore alla media: 21%
(+ 15% media campione)

Da 30 a 100 mila ab.: 24%
(+ 14% media campione)
Centro: 20%
(+ 11% media campione)

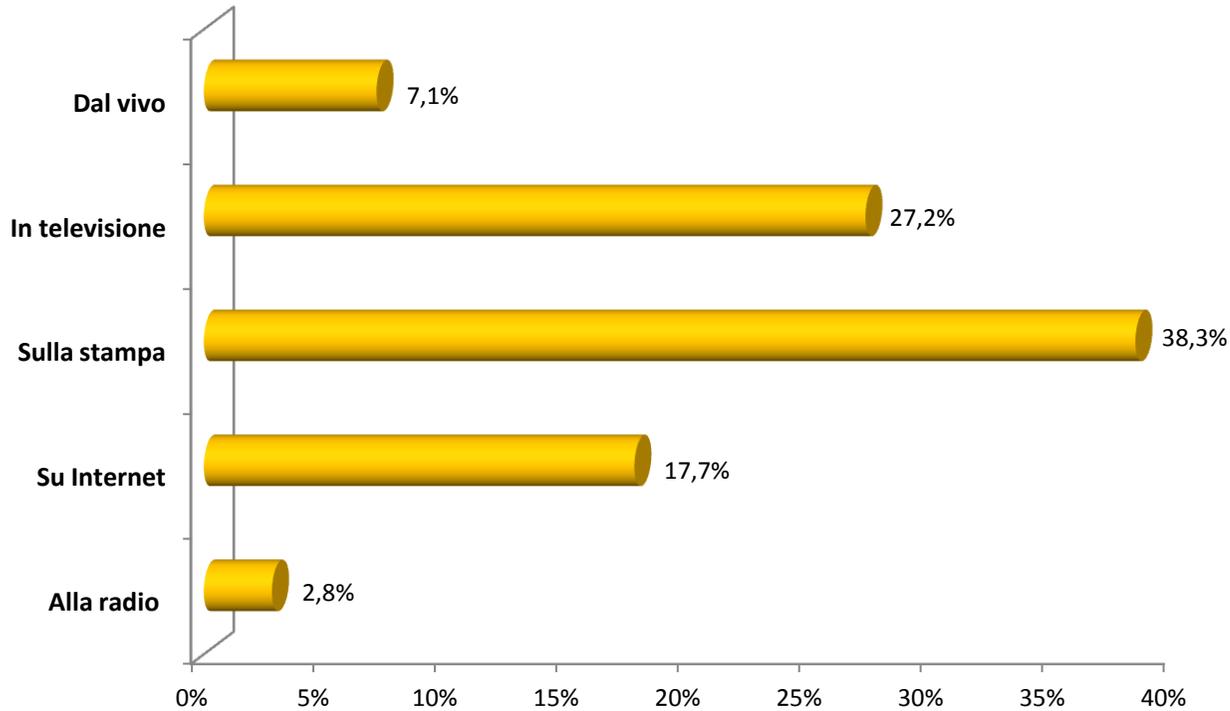
Responsabile investimenti: 68%
(+ 23% media campione)



© StageUp - Sport & Leisure Business. Tutti i diritti riservati.

LE MODALITÀ DI FRUIZIONE DELL'EVENTO

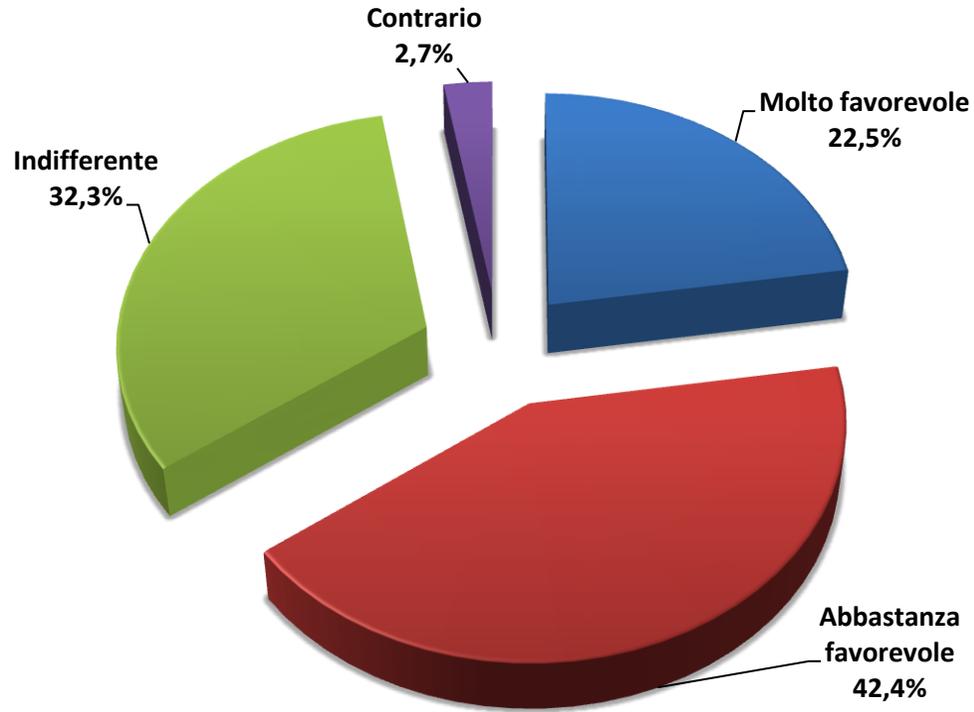
DEMO



Base: interessati ad uno specifico Evento

L'ATTEGGIAMENTO DEL PUBBLICO NEI CONFRONTI DEGLI SPONSOR

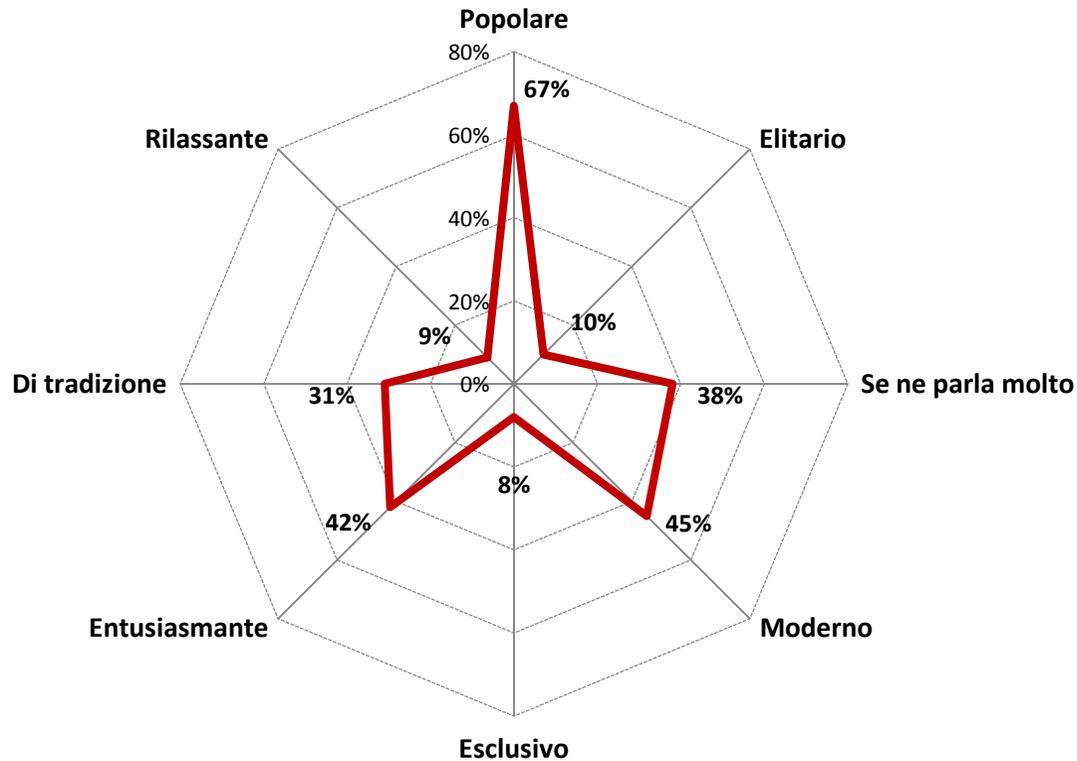
DEMO



Base: interessati ad uno specifico genere culturale / Evento

IL POSIZIONAMENTO VALORIALE DELL'EVENTO

DEMO



LA NOTORIETÀ DELLE SPONSORIZZAZIONI

DEMO

SPONSOR EVENTO A	NOTORIETÀ
Marca 1	%
Marca 2	%
Marca 3	%
Marca 4	%
Marca 5	%
Marca 6	%
Marca 7	%

Base: interessati ad uno specifico Evento

Personalizzazioni ad hoc

La ricerca Sponsor Value® è flessibile e consente numerose personalizzazioni in funzione di specifici interessi del committente, attraverso l'inserimento nel questionario di **domande esclusive**.

Le possibilità di ampliamento customizzato sono riconducibili, a mero titolo esemplificativo, all'analisi di:



Altre possibili **personalizzazioni** riguardano:

- ✓ la realizzazione dell'indagine in periodi di specifico interesse per il committente (in qualsivoglia momento dell'anno)
- ✓ l'analisi di altri eventi (rispetto a quelli monitorati nell'ambito della ricerca base multicliente)



 **SPONSOR VALUE™**
CULTURA E SPETTACOLO

LE SOCIETÀ REALIZZATRICI

Nata nel 1999, StageUp si articola in 2 divisioni: StageUp - Sport & Leisure Business e StageUp - Consulting.

StageUp - Sport & Leisure Business è tra le società italiane di riferimento nel mercato dello sport business e dell'intrattenimento.

Opera nella consulenza di direzione, in particolare nel marketing, nei media e nella comunicazione. Nel supportare le proprie strategie di marketing si è affermata anche come società di ricerca, stringendo partnership con importanti istituti, quali Ipsos - leader mondiale nelle indagini di mercato.

Affianca i propri clienti (primarie aziende nazionali e multinazionali, agenzie della comunicazione, organizzazioni sportive e culturali, istituzioni ed enti pubblici) nella strutturazione di piani strategici, progetti, attività di controllo, negoziazione e buying. Si occupa anche della supervisione e realizzazione di progetti operativi.

StageUp è specializzata nei seguenti ambiti: sponsorizzazioni, diritti audiovisivi, operazioni promozionali, celebrities, Product Placement, organizzazione eventi, media relations.

StageUp è "Media & Marketing advisor esclusivo" del Campionato di Basket Serie A.

Tramite la divisione **StageUp - Consulting**, la Società opera nell'ingegneria e consulenza di direzione connessa all'innovazione e alla tecnologia. Ha sviluppato applicazioni proprietarie che colloca sui mercati internazionali.

StageUp – Sport & Leisure Business

Sede legale e direzionale: Bologna Via Amendola 8 – 40121

Altre sedi: Milano Via Macchi 97 – 20124 / Atherton California (Usa) CA 261 Camino Al Lago

Tel 051.58.71.554 - Fax 051.58.71.504

Web Site: www.stageup.com

Seguici anche su:



Ipsos è una delle società leader a livello mondiale nei servizi di ricerca di marketing.

Il Gruppo, presente in 84 paesi, nasce in Francia nel 1975 ed è quotato alla Borsa di Parigi. Occupa la seconda posizione a livello mondiale nel segmento delle ricerche survey based: le informazioni di specifico interesse dei committenti vengono raccolte direttamente intervistando gli individui.

La sede italiana, guidata da Nando Pagnoncelli, è leader nel settore, operando in 5 aree di specializzazione: le ricerche sulla Comunicazione Pubblicitaria; le ricerche sul Marketing Mix; le ricerche sui Media (tradizionali e new); le ricerche di Public Affairs; le ricerche sulla Qualità, Customer Satisfaction e CRM.

Ipsos effettua sia ricerche quantitative sia indagini qualitative per le principali aziende internazionali.

Membro dell'Esomar (l'associazione mondiale dei professionisti del marketing e dei sondaggi d'opinione), è partner di StageUp per quel che riguarda le ricerche demoscopiche sul mercato dello sport e del leisure.

Ipsos Italia

Via Tolmezzo, 15 - 20132 Milano

Tel 02.36105.1

Web site: www.ipsos.it



SPONSOR VALUE™

CULTURA E SPETTACOLO

© StageUp Sport and Leisure Business

Tutti i diritti riservati



StageUp – Sport & Leisure Business

Bologna Via Amendola 8 – 40121

Milano Via Macchi 97 – 20124

Atherton California (Usa) CA 261 Camino Al Lago

Tel. 051.58.71.554 - Fax 051.58.71.504

Web Site: www.stageup.com

Seguici anche su:

