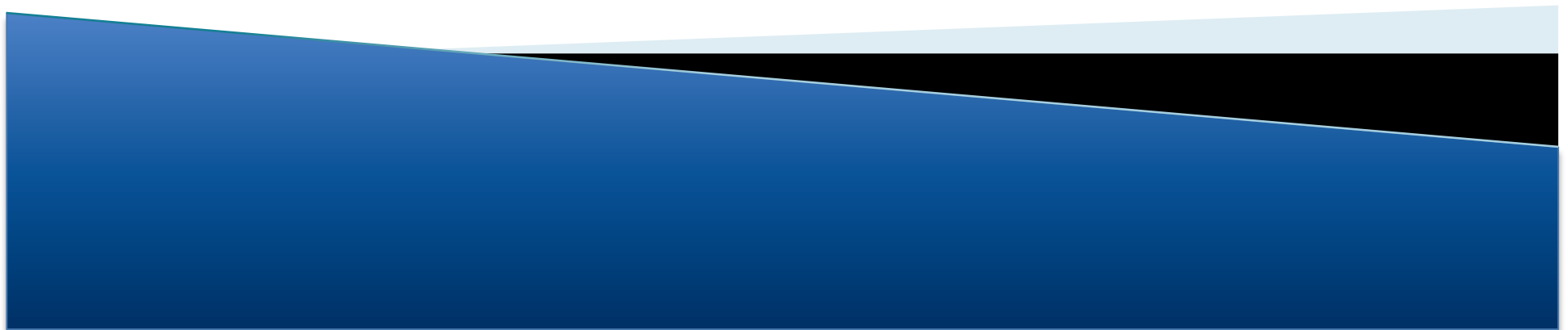


Strumenti e Strategie della comunicazione d'impresa

Lezione 17: valorizzare la sponsorizzazione
Stella Romagnoli



Valorizzare la sponsorizzazione

- ▶ La sponsorizzazione è uno strumento di comunicazione in cui il **messaggio** è rappresentato proprio dall'**associazione** dell'impresa o della marca **con i significati e i valori dell'evento** (non è un messaggio pubblicitario separato, creato e controllato dall'impresa)
- ▶ Il mezzo di comunicazione (principale) è rappresentato dall'evento stesso. In effetti ci si accontenta sempre meno di utilizzare solo l'evento come media.

Valorizzare la sponsorizzazione

- ▶ Obiettivo: integrare la sponsorizzazione con altri strumenti di comunicazione in modo da massimizzarne l'efficacia:
 - Aumentarne l'**awareness**
 - Migliorare l'effetto positivo sull'**immagine** di marca
 - Sfruttarla per incrementare **vendite e consumi**
 - Sviluppare **attività PR** con diversi target

Obiettivi e target della Sponsorizzazione

OBIETTIVI	TIPO DI EVENTO					
	SPORTS		FINE ARTS		MUSIC	COMMUNITY
	Local	National	Local	National		
CORPORATE IMAGE			X	X		X
CORPORATE AWARENESS			X	X		X
FINANCE RELATIONS				X		
COMMUNITY RELATIONS	X		X			X
EMPLOYEE RELATIONS	X		X			X
EMPLOYEE MOTIVATIONS	X	X			X	X
SALE FORCE INCENTIVES	X	X			X	
GOVERNMENT RELATIONS			X	X		X
PRODUCT AWARENESS	X	X			X	X
PRODUCT POSITIONING	X	X			X	
SALES OR SAMPLING	X	X	X	X	X	X
ENHANCE AD CAMPAIGN	X	X	X	X	X	X
CLIENT ENTERTAINMENT	X	X	X	X	X	

fonte: A.C.Gross - M.B. Traylor - P.J. Shuman, Corporate Sponsorship of art and sports events in North America, 1987

Valorizzare la Sponsorizzazione

Gli **strumenti di comunicazione** con cui integrare l'attività di sponsorizzazione sono principalmente:

- ▶ **Brand** (co-branding, co-marketing)
- ▶ **Pubblicità**
 - Istituzionale
 - Di prodotto
- ▶ **Promozione delle vendite**
- ▶ **Relazioni pubbliche**
- ▶ **Eventi**
 - Nazionali
 - Locali

Co-branding

- ▶ Attraverso gli **accordi di *licensing*** (es. utilizzo del logo dello sponsee) è possibile valorizzare la sponsorizzazione anche attraverso **co-marketing** con l'obiettivo di perseguire gli stessi obiettivi dei co-marketing (materiali e immateriali)
- ▶ Anche per le sole attività di **co-branding** spesso si parte da una sponsorizzazione
- ▶ Il **Partner logo** (formato dall'unione dei brand di sponsor e sponsee) sancisce l'**associazione** con la sponsorizzazione e la fa durare nel tempo (es. Prada Luna Rossa)

Pubblicità di Prodotto

▶ TIM e la TIMMIZZAZIONE

Es. personalizzazione delle classifiche su Gazzetta e Corriere dello Sport

(cornice rossa e blu) e “piedone” pubblicitario:



CON  VIVI LE EMOZIONI DEL CAMPIONATO PIÙ BELLO DEL MONDO.

BRIONVEGA N7100 UMTS TV e HI-SPEED a soli 149 euro. Calcio e tv inclusi.

 **Vivere senza confini**

Promozione "Prova TIM TV" riservata ai clienti TIM che acquistano un telefonino UMTS TV, valida 30 giorni dalla data di attivazione chiamando il 4433 entro il 30/06/08. L'offerta include la visione dei canali generalisti, dei canali SKY e il Calcio. Alla scadenza della promozione il servizio TIM TV viene disattivato. Per riattivarlo, e per conoscere l'offerta e i costi disponibili al momento, vai in un negozio TIM o visita il sito www.tim.it o chiama il 119. Servizio soggetto a restrizioni e disponibile solo su telefoni DVB-H. Verifica preventivamente la copertura DVB-H nelle aree di interesse su www.tim.it. Copertura DVB-H riferita ad aree aperte. Per info chiama il 119.

Pubblicità istituzionale

La Gazzetta dello Sport lunedì 13 agosto 2007 | 7




Amichevole ma non troppo.

Juventus, Inter e Milan
si sfidano al 7° Trofeo TIM.
14 Agosto 2007. Stadio Meazza, Milano.
Diretta su Canale 5, ore 20.30.

Trofeo TIM 

 **Vivere senza confini**

Stella Romagnoli






SUPERCOPPA TIM.
QUESTA NOTTE A SPLENDERE SARA' SOLO IL CALCIO.

NON PERDETEVI LA SUPERCOPPA TIM.

Stasera i campioni d'Italia dell'Inter affrontano la Roma, vincitrice della TIM Cup, per il primo trofeo ufficiale della stagione: la Supercoppa TIM. Una sfida unica tra due squadre stellari con giocatori capaci di illuminare il gioco in ogni momento. Appuntamento questa sera, ore 20:45, RAI 1.

TIM SPONSOR UFFICIALE DEL CAMPIONATO DI CALCIO

 **Vivere senza confini**

Strumenti e Strategie della Comunicazione d'Impresa 8

Agenzia specializzata



mec:access
Active Engagement