



LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

Il Popolo della Vela in Italia (sintesi)

Ricerca condotta da Censis Servizi per Telecom Italia su stili di vita e profili di consumo. Elaborazione Acciari Consulting

Roma, 23/11/05





LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

Premessa

L'obiettivo della ricerca è definire l'ampiezza del target e, nell'ambito del segmento, individuare i valori che spingono la vela ad essere uno sport di successo nella società italiana. Al fine di uno sviluppo dell'attività si è poi investigato su stili di vita e profili di consumo del popolo della vela.

Metodologia

L'indagine del Censis Servizi si è articolata prevedendo sia fasi quantitative che qualitative: sondaggio demoscopico, focus group, sondaggio con i velisti, opinion leader.



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

1. Sondaggio demoscopico

L'indagine è stata realizzata attraverso interviste telefoniche (con metodologia CATI) che ha interessato 2.000 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne.

E' stato utilizzato un questionario semi-strutturato composto da nove domande specifiche oltre quelle strutturali sulla società.

2. Focus group

Ne sono stati realizzati due con:

- Giovani 14-18 anni velisti e non
- Adulti 25-55 anni velisti e non



LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

3. Sondaggio velisti

E' stato realizzato un sondaggio presso i circoli velici. Le risposte rese sono state fornite sia tramite interviste dirette che attraverso autocompilazione da parte degli interessati. Nei 16 circoli selezionati in 8 regioni italiane sono stati raccolti oltre 600 questionari.

4. Opinion Leader

Sono stati intervistati "Face to Face" alcuni responsabili dei circoli velici coinvolti nell'indagine. Tali interviste si sono basate su una griglia di argomenti sia di tipo qualitativo che quantitativo. L'indagine è stata effettuata



YCI

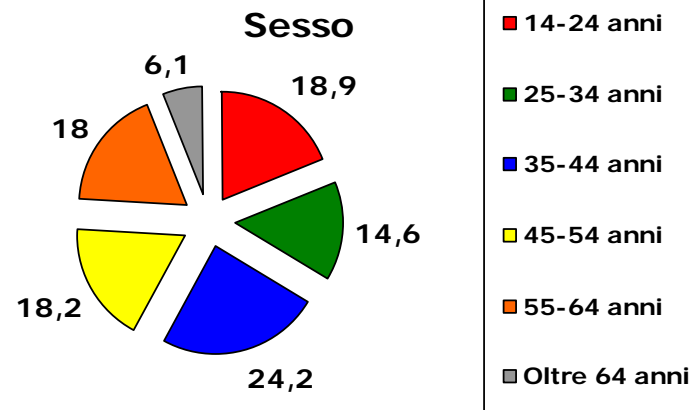
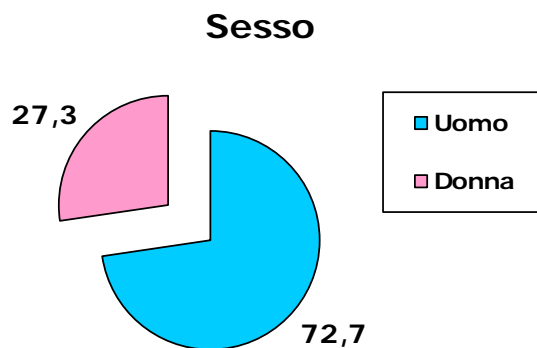
LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

Classificazione dei velisti intervistati





LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

I Risultati della Ricerca II Mondo della Vela

➔ Esperienza

Un italiano su cinque (18,8 %), nel corso della sua vita, ha avuto un'esperienza di vela.

Tra questi prevalgono le categorie:

- Dirigenti / professionisti / ceto medio
- Maschi
- Età compresa fra i 18 e i 44 anni



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➔ Conoscenza

Un italiano su tre (32,9 %) è in grado di citare una manifestazione velica. La più nota è la Coppa America.

Più di un italiano su tre (38,2 %) ha memoria di una barca italiana:

- al primo posto Luna Rossa (29,5 %), seguono Azzurra e Moro di Venezia



LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

➡ Valori

In generale la vela rappresenta:

- LIBERTA' (37,4 %)
- VACANZA (35,7 %)
- AVVENTURA (30 %)



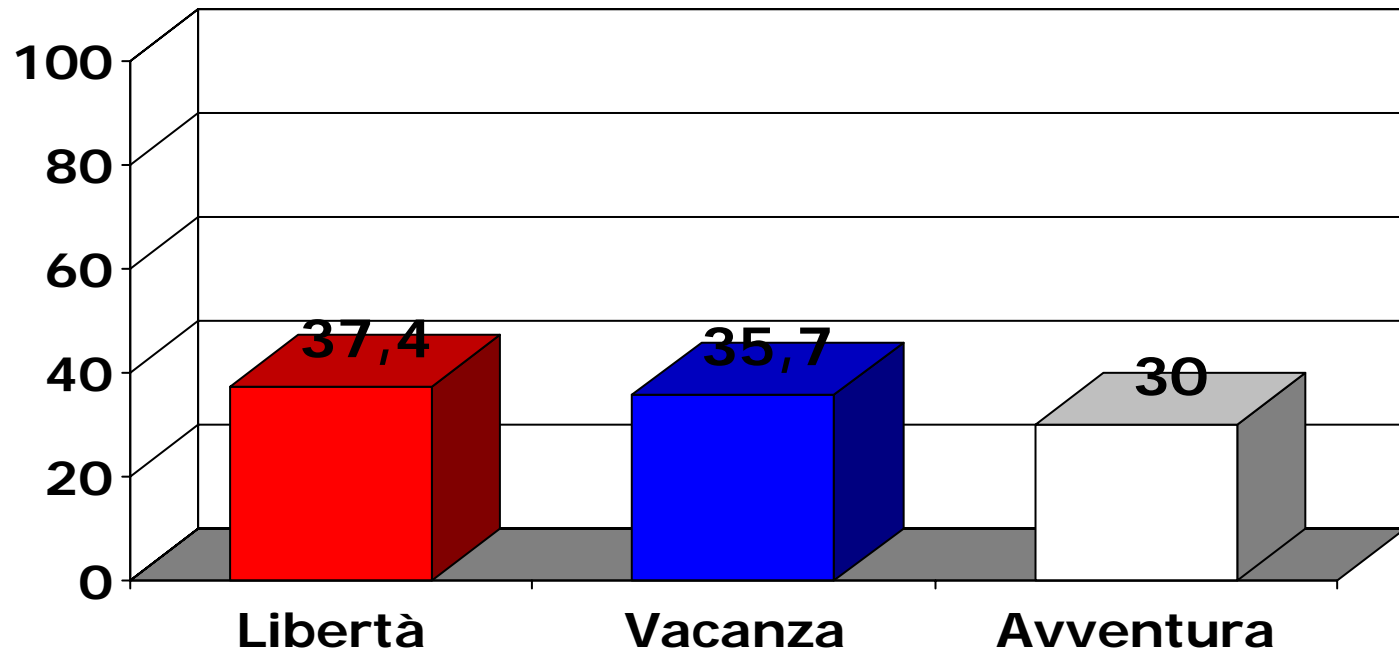
LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

La Barca a vela è:





LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➡ Appassionati

Circa 2 milioni di italiani sopra i 14 anni (1,827 mln) sono interessati alla vela e la seguono stabilmente.

➡ Praticanti Agonisti

230.000 italiani praticano abitualmente la vela.



LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

➡ Il Vissuto della Vela

- Immagini: il vento che gonfia la vela, il blu del mare, il sole, un veliero che solca le onde, la forza del mare.
- Sensazioni: libertà
indipendenza
avventura
passione



LUNA ROSSA

CHALLENGE 2007



ACCIARI CONSULTING

- Emozioni: tensione / competizione
spirito di squadra
calma / serenità
- Personaggi: Corto Maltese
Giovanni Soldini
Ernesto Bertarelli
- Situazioni: viaggiare nel silenzio
il mare in tempesta
personaggi famosi



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➡ Aggettivi che definiscono il mondo della Vela

- Emozionante
- Rilassante / Rigenerante
- Socializzante



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➔ Stili di Vita e Profili di Consumo

Il target del popolo della vela si caratterizza per un elevato livello socio-culturale e un'alta capacità di spesa.

- nella maggioranza (28 %) hanno barche superiori agli 11 metri
- assistono a spettacoli teatrali e cinematografici più della media nazionale (2,76 % vs 1,76 %)
- possiedono in maggioranza auto di cilindrata superiore a 1500 cc (38,4 %; oltre 2.500 cc 10,4 %)



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➡ Stili di Vita e Profili di Consumo

- oltre il 40 % utilizza case di proprietà per le proprie vacanze
- leggono un libro in percentuale doppia rispetto alla media (94 % vs 41,4 %)
- vestono sportivo (45 %) e casual (20,9 %)
- sono forti utilizzatori di alberghi
- auto e aereo sono i loro mezzi preferiti di spostamento (barca a vela per le vacanze)
- sono forti consumatori di DVD / CD ROM



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➡ Stili di Vita e Profili di Consumo

- sono forti consumatori media. Per informarsi sulla vela mediamente usano 3 canali (62,5 %):
 - Riviste specializzate
 - Internet
 - Quotidiani (sportivi per i giovani)



LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



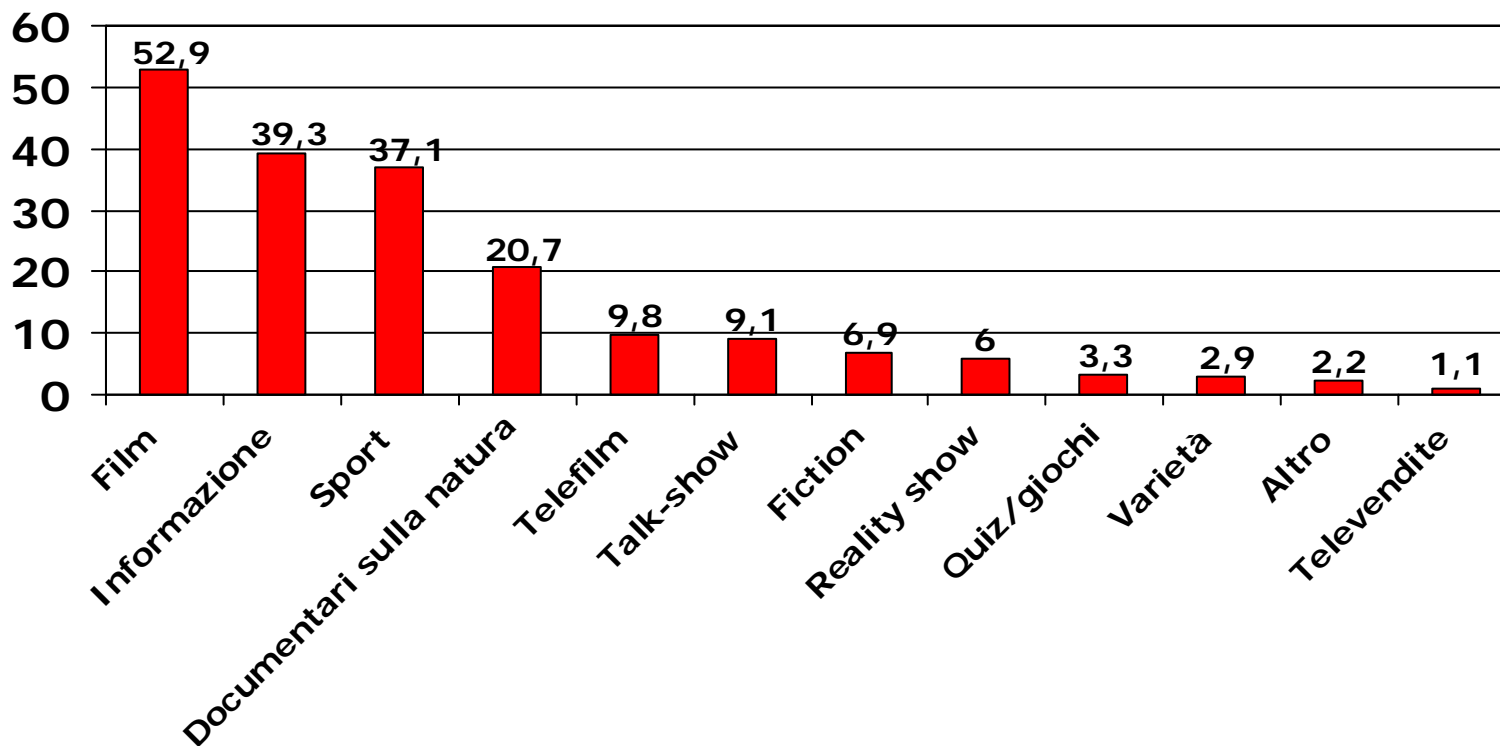
ACCIARI CONSULTING

➡ Stili di Vita e Profili di Consumo

- in televisione seguono principalmente:
 - Film
 - Informazione
 - Sport



Programmi Tv preferiti





LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



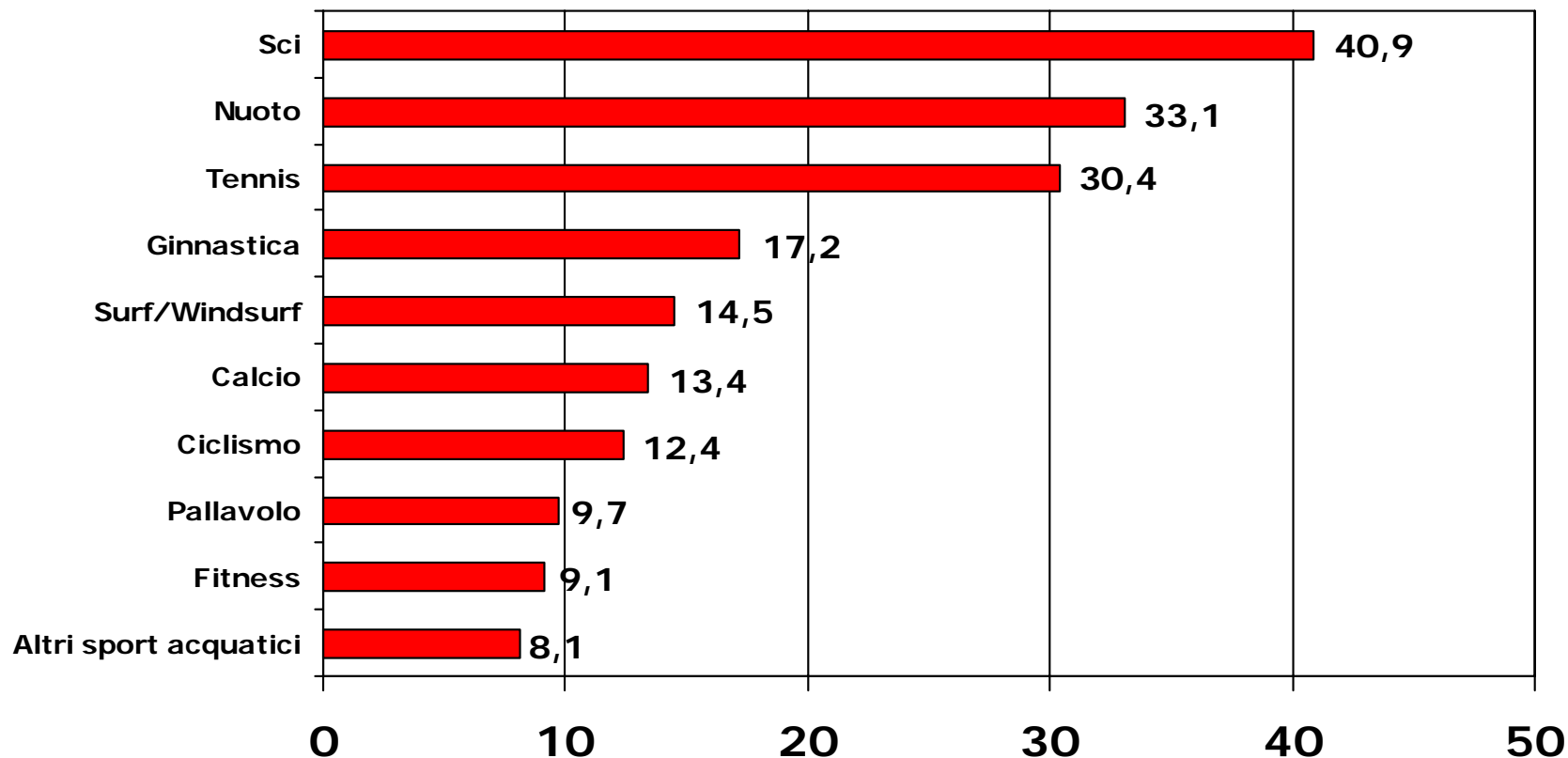
ACCIARI CONSULTING

➡ Stili di Vita e Profili di Consumo

- Sci, nuoto, tennis sono gli altri sport più praticati



Altri sport praticati





LUNA ROSSA

C H A L L E N G E 2 0 0 7



ACCIARI CONSULTING

➡ Telecom e Luna Rossa

(Popolazione italiana)

- L'abbinamento Telecom – Luna Rossa è noto ad un italiano su cinque (21,5 %). (34,3 % fra quelli che hanno avuto esperienza di mare).
- Solo 3 italiani su 100 sanno che i diritti televisivi di Coppa America sono stati acquistati da La7

(Popolazione Velisti)

- Il canale tematico Sailing Channel è conosciuto quasi da un intervistato su 2
- Solo il 4% degli appassionati di vela dichiara di non essere intenzionato a seguire la Coppa America (48,4 % seguirà sempre; 47,3 % qualche volta; 4,3 % mai)