

# **IL FENOMENO DELLE TRIBÙ E L'IMPORTANZA DELLO SPORT NELLA SEGMENTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE**

**Alberto Acciari**

Presidente della Acciari Consulting

Professore Marketing dello sport Università Cattolica



# Società e Media

La frammentazione dei media è un adeguamento al mercato e non causa dei cambiamenti nella comunicazione sportiva



# Sport e Società

Lo sport è sempre più importante nella società

- Cresce l'importanza nei palinsesti
- Gli atleti testimonial sempre più richiesti
- 3,7% del PIL europeo
- 15 mln di addetti, 5,4% forza lavoro EU
- Indice di crescita in continuo aumento

Perché?



# Sport e Società

La società muta continuamente alla ricerca dello “stare meglio”

Lo sport sta interpretando meglio di altri settori le esigenze, le necessità della società civile.



# La Società Cambia

Dall'individualismo tonante all'incertezza solitaria

- Straniamento familiare
- Degrado ambientale
- Precarietà del lavoro
- Paura del progresso
- Sfiducia nella classe politica



# La Società Cambia

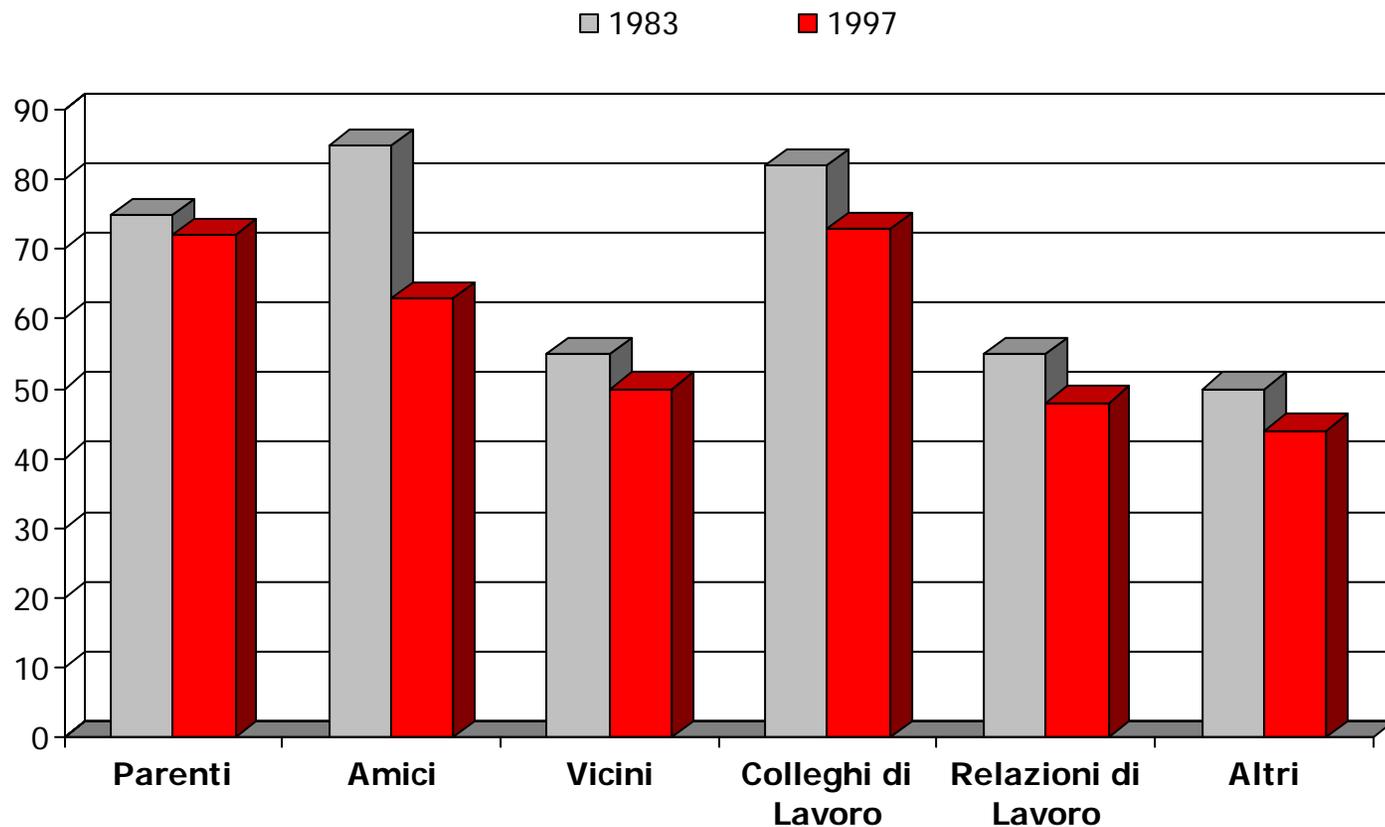
Siamo soli:

- ↗ Si chatta e non ci si incontra
- ↗ Si mandano sms, e-mail, invece di parlare
- ↗ Il nostro negozio è altrove
- ↗ Il quartiere non ci appartiene
- ↗ La piazza è deserta



# La Società Cambia

% delle persone che hanno parlato con almeno un interlocutore nella settimana secondo il tipo di relazione



Fonte: Insee, 1998



# La Società Cambia

Dal cowboy della Marlboro alla paura della solitudine e dell'incertezza



# La Società Cambia

L'uomo ha bisogno di stare con gli altri

L'aggregazione contro la solitudine

Si forma una nuova società

I tentativi di ri-radicalamento, nascono

## Le Tribù Postmoderne



# Le Tribù Postmoderne

- ↗ I motivi di aggregazione sono effimeri
- ↗ Il legame conta più del bene
- ↗ L'aggregazione contro la solitudine

I requisiti:

- Linguaggio
- Abitudini (riti)
- Luoghi di Raduno (spazi)
- Abbigliamento e Cose



# Le Tribù Postmoderne

In una società che muta e va verso forme riaggregative di comunità lo sport è sempre più importante



# Le Tribù Postmoderne

Il nuovo ruolo dello sport:

- Lo sport è il più moderno ed efficace fattore di aggregazione duratura
- I suoi valori vanno oltre l'effimero, danno regole e certezze, sono il collante per i nuovi stili di vita



# Le Tribù Postmoderne

## Sport e Tribù

### I requisiti:

- Linguaggio
- Abitudini (riti)
- Luoghi di Raduno (spazi)
- Abbigliamento e Cose
- **Valori** (uguaglianza, rispetto delle regole, gioventù,...)
- **Scopo** (agonismo, affermazione, realizzazione, vittoria)
- **Stile di Vita** (definito, chiaro, da imitare )



	Abbigliamento che fa divisa	Parole entrate nel linguaggio	Luoghi di raduno	Valori aspirazionali	Senso di appartenenza
Alpinismo	si	no	no	si	si
Arti Marziali	no	no	no	si	no
Atletica Leggera	no	no	no	no	no
Automobilismo	no	si	no	si	no
Baseball	si	no	no	no	si
Beach Volley	no	no	si	no	no
Bocce	no	si	si	no	no
Body Building	no	no	si	si	no
Caccia	si	si	si	no	si
Calcio	si	si	no	no	no
Calcio – Tifosi	si	no	si	no	si
Canoa, Kayak	no	no	no	no	si
Ciclismo	no	si	si	no	no
Equitazione	si	si	no	si	si
Fitness	no	no	no	si	no
Golf	si	si	si	si	si
Hockey Ghiaccio	si	no	no	no	si
Immersione	no	no	no	no	si
Motociclismo	si	si	si	si	si



	Abbigliamento che fa divisa	Parole entrate nel linguaggio	Luoghi di raduno	Valori aspirazionali	Senso di appartenenza
Nuoto	no	no	no	si	no
Pallacanestro	si	si	si	si	si
Pallavolo	no	no	no	no	no
Pattinaggio Ghiaccio	no	no	no	si	no
Roller	no	no	no	no	si
Pesca Sportiva	si	si	si	no	si
Pugilato, Lotta	no	si	no	no	no
Rugby	si	si	si	si	si
Scherma	no	si	no	si	si
Sci Alpino, Pista	no	si	no	no	no
Sci Fondo	no	no	no	no	no
Skateboard	si	si	si	si	si
Snowboard	si	no	si	si	si
Squash	no	no	no	no	no
Tennis	si	si	si	no	no
Trekking	no	no	no	si	si
Vela	si	si	si	si	si
Windsurf, Surf	si	si	si	si	si
Wrestling	no	no	no	no	si



# I new Media in questa nuova era

“Il primo compito del marketing tribale è il considerare ogni offerta o servizio, destinato alle tribù, dal punto di vista del valore di legame piuttosto che dal suo valore d'uso”

(Bernard Cova)



# I new Media in questa nuova era

- Dal marketing individuale al marketing tribale
- Un prodotto tribale ridiventa essenziale per il consumatore perché è un mezzo per affermare se stesso ed il suo modo di essere
- I new media come interpreti delle nuove nicchie



# I new Media in questa nuova era

- Costruire un prodotto funzionale all'affermazione della tribù, diventarne un segno di riconoscimento
- Creare programmi capaci di far progredire la tribù
- Far diventare il mezzo essenziale a queste nuove realtà

