

MARZO 2019

SPORT ENDURANCE: CONOSCERE I PROPRI LIMITI (E SUPERARLI)

INTRODUZIONE

Questo report di Nielsen Sports analizza le caratteristiche dei partecipanti degli sport endurance in Italia, con il dettaglio nelle tre principali discipline (ciclismo, running e triathlon).

Lo studio è stato realizzato attingendo ai principali studi multiclient di Nielsen Sports, nonché grazie alla partnership con ENDU, la principale community italiana di praticanti di sport endurance.

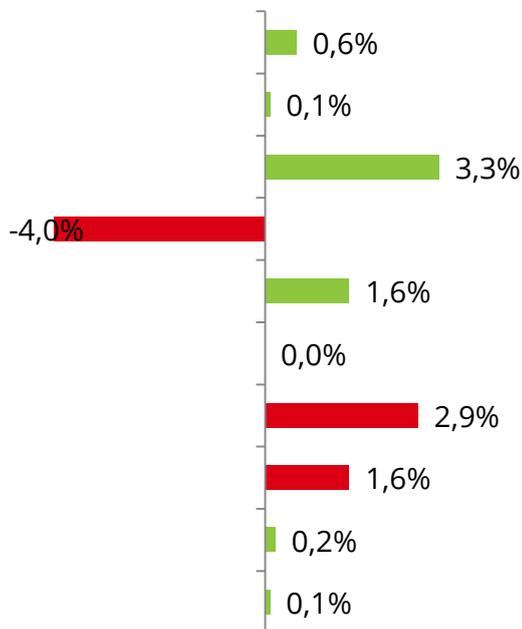
Fonti

- **ENDU:** piattaforma digitale per la condivisione di servizi, informazioni ed esperienze dedicata alla community degli sport di endurance e outdoor, che collega atleti, fan, società sportive, eventi, operatori del settore, brand, destinazioni turistiche. La partnership tra Nielsen ed ENDU è finalizzata a supportare (attraverso dati, insight, ed esperienza sul campo) Sponsor, Organizzatori di Eventi, ed Enti locali lungo l'intero processo di marketing legato al settore endurance.
- **Sponsorlink:** ricerca di mercato con cadenza bimestrale condotta su un campione rappresentativo di 1.000 italiani tra i 16 e i 59 anni (per singola rilevazione), volta ad indagare diverse variabili socio-demografiche e comportamentali degli appassionati di sport, musica e cultura;
- **SportsDNA:** ricerca di mercato con cadenza semestrale, condotta in oltre 30 mercati, su un campione rappresentativo di 1.000 intervistati tra i 16 e i 69 anni (per singola rilevazione), che indaga il seguito e il potenziale di sport, eventi sportivi e team/club;

SPORT PIÙ PRATICATI E TREND NEL PERIODO 2014-2018

SPORT (TOP 10)
Fitness
Nuoto
Jogging/Running
Calcio / calcetto
Ciclismo
Escursionismo
Danza
Pallavolo
Pilates / Yoga
Sci/Snowboard

CAGR 2014/2018



Running e Ciclismo sono i due sport che hanno registrato un maggiore incremento tra la top 10 degli sport più praticati in Italia. In generale, si riporta una crescita degli Active/wellness sports, trainati per l'appunto da running e ciclismo.

oltre 10 mln

sono gli italiani fra i 16 e i 69 anni che dichiarano di praticare jogging/running e/o ciclismo

TOP CHOICES

Dati inerenti la partecipazione a competizioni - database ENDU



In merito alla partecipazione a competizioni, Running, Trail Running (corsa in montagna) e Ciclismo su strada sono le tre discipline che attraggono maggiormente la popolazione di riferimento. Il running è decisamente l'attività più praticata.

Fonte: Nielsen Sports, Sponsorlink, 2018
Nielsen Sports, SportsDNA, 2018
ENDU

PROFILAZIONE PARTECIPANTI ENDURANCE SPORTS

Gli elementi motivazionali maggiormente associati alla pratica degli sport endurance sono:



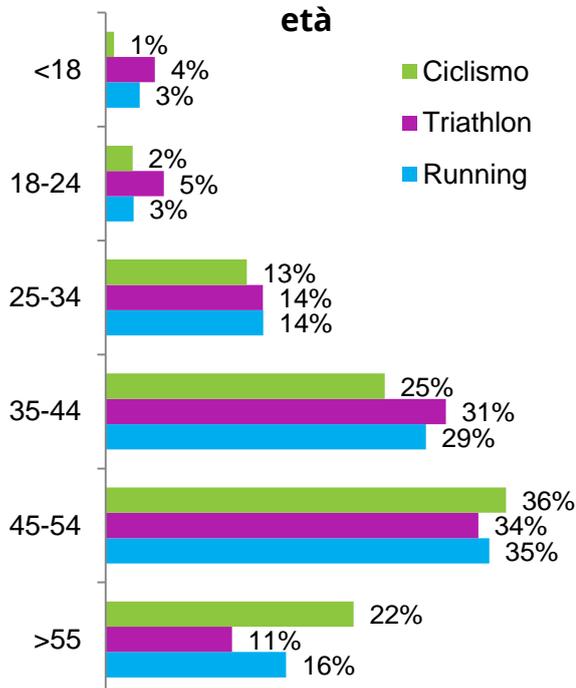
Tali attributi dimostrano un forte legame dell'endurance con la competitività, in una dimensione di carica positiva per andare oltre i propri limiti, e lo stimolo di corpo e mente.

I principali praticanti sono uomini tra i 45 e i 54 anni, perlopiù provenienti dal Nord-Ovest.

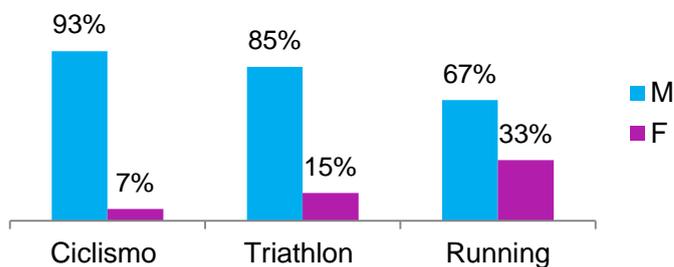


Entrando nel dettaglio delle singole discipline, il running è quella maggiormente capace di attrarre una partecipazione femminile (33%). Il Triathlon, la disciplina maggiormente competitiva, ha il gruppo di partecipanti con l'età media più bassa. Ciclismo e Running sono largamente praticati anche oltre i 55 anni, in linea con il trend che vede queste discipline sempre più scelte come fonte di benessere e salute.

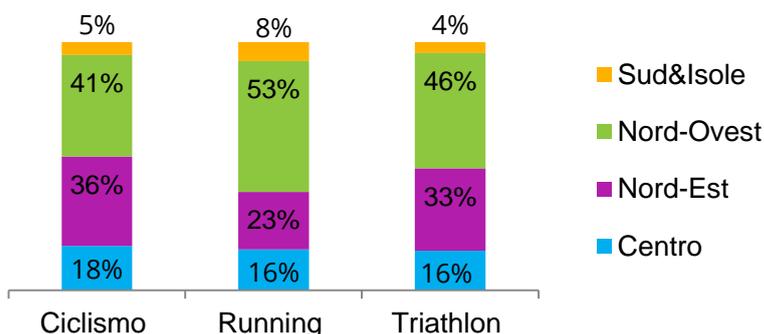
Profilo dei partecipanti per età



Profilo dei partecipanti per sesso



Profilo dei partecipanti per area geografica



Fonte: Nielsen Sports, Sponsorlink, 2018
ENDU

INFORMAZIONI SU NIELSEN SPORTS

Nielsen Sports è il principale fornitore di analisi e insight nel settore dello sport, offre la fonte più affidabile di dati indipendenti e olistici del mercato e la visione più completa dei trend e delle abitudini dei consumatori in tutto il mondo ed è il leader globale nella fornitura di soluzioni ad hoc per team, leghe, federazioni, brand, broadcaster ed agenzie. Attraverso il mix di soluzioni che comprendono l'analisi sull'efficacia delle sponsorizzazioni e la competenza relativa ai fan, unitamente alla competenza che Nielsen possiede in termini di comportamento dei consumatori e della loro fruizione dei media, Nielsen Sports si posiziona in modo unico nel supportare lo sviluppo del business attraverso lo sport. I dati di brand exposure e le misurazioni di Nielsen Sports sono considerati come moneta corrente nel mercato dello sport mondiale. Unendo i dati relativi alle sponsorship con quelli di Nielsen relativi agli acquisti e agli intenti degli acquirenti, Nielsen Sports fornisce a più di 1.700 clienti soluzioni estremamente efficaci e integrate per supportarli nel prendere le decisioni migliori.