

Publicità o Sponsorizzazioni ?

Sponsorizzare il calcio consente ritorni di immagine superiori rispetto alla pubblicità.

Le principali differenze tra investire in pubblicità e in sponsorizzazioni sportive possono essere schematizzate con la seguente tabella:

Publicità

La **durata del messaggio è breve**

Capacità di penetrazione del messaggio scarsa, lo spettatore può cambiare canale oppure passare davanti ad un tabellone pubblicitario senza mostrare interesse

Le fonti di comunicazione sono i mass media (giornali , radio tv) o la cartellonistica stradale. Mezzi di comunicazione a cui l'utente è abituato (Vi ricordate l'ultima pubblicità vista in tv o il cartellone stradale visto stamattina ?)

Il coinvolgimento dell'utente medio e il ricordo è basso in quanto siamo pieni di troppi messaggi pubblicitari, pochi rimangono impressi.

I costi sono alti rispetto al tempo di visibilità del messaggio, basti pensare ai pochi secondi di tv o radio

Sponsorizzazione

La **durata del messaggio è lunga** e può arrivare ad un anno

Penetrazione del messaggio alta, lo spettatore segue una partita per tutta a sua durata , l'attenzione è rivolta al giocatore e alla sua maglia

Le fonti di comunicazione sono varie, si va dalla maglia, alla borsa, alla tuta, alla brochure, al web. In questi casi la presenza pubblicitaria non è un fastidio ma anzi ma anzi acquisce un valore positivo e continuativo nella vita di chi l'osserva.

Il coinvolgimento è altissimo, lo spettatore o genitore si appassiona durante l'evento sportivo di cui lo sponsor è parte integrante. Lo sponsor diventa parte della quotidianità.

I costi sono bassi rispetto al tempo di visibilità , si pensi ad un ora di partita, il tempo di uno striscione fisso a bordo campo..

**DIVENTA NOSTRO
SPONSOR**

Fai aumentare la tua visibilità : sponsorizza il LOW PONTE CALCIO