



# SportifSIMM

## Pour réussir votre mariage Sportif & Marque

### Sportifs, Agents,

Vous souhaitez connaître les marques les plus pertinentes à contacter.

➤ **SportifSIMM** vous fait bénéficier :

- d'un ciblage optimal des entreprises et des marques en adéquation avec votre image, pour construire un partenariat solide.
- d'arguments de conviction pointus pour étayer vos dossiers de financement et de collaboration auprès des annonceurs.

### Annonceurs, Conseils,

Vous recherchez parmi les sportifs le meilleur ambassadeur pour votre marque.

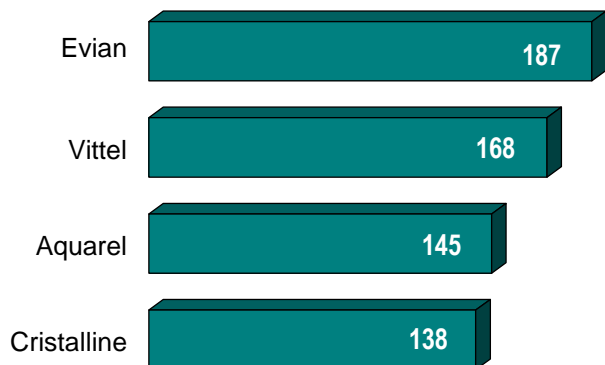
➤ **SportifSIMM** vous apporte :

- l'analyse de référence du ciblage marketing sur les champions les plus en affinité avec votre marque, vos consommateurs.
- l'étude de profilage SIMM des publics de la marque et du sport, pour construire de vraies relations fusionnelles en sponsoring.

# SportifSIMM : une approche rationnelle des partenariats Sportifs & Marques

## Pour le sportif étudié, quelle association privilégiée entre la marque et le sportif?

Exemple tiré du marché des eaux en bouteille.



Lecture : 100 est l'affinité moyenne du sportif sur l'univers des eaux en bouteille – un indice supérieur à 100 indique l'affinité croissante avec les marques et références.

**SportifSIMM** apporte la liste concrète des marques et des entreprises dont les consommateurs sont en forte affinité avec les sportifs étudiés.

L'analyse peut être détaillée sur 800 marchés de consommation et plus de 5 000 marques.

Tarif à partir de 1 500 €, données disponibles sous 7 jours.  
Les indices présentés ici sont fictifs.

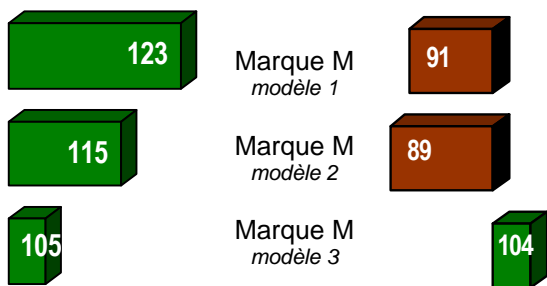
## Pour la Marque M en automobile, quel sportif permettra de cibler de nouveaux acheteurs ?

Lecture : 100 est l'affinité moyenne des marques automobile sur les sportifs étudiés – un indice supérieur à 100 traduit des consommateurs supporteurs de la marque, quand un indice plus en retrait indique des consommateurs encore à conquérir.

Les Français appréciant Sébastien C. ou Yoann G. sont mesurés en affinité avec le secteur automobile. Toutefois, les fans des deux sportifs montrent des différences d'attractivité pour les marques.

Pour la marque M, l'analyse **SportifSIMM** permet de choisir une stratégie : s'allier avec Sébastien C. dans un objectif de **fidélisation**, ou bien s'appuyer sur Yoann G. pour **conquérir** de nouveaux clients.

Tarif : sur devis, données disponibles sous 10 jours.  
Les indices présentés ici sont fictifs.



profil Sébastien C.

profil Yoann G.

L'image d'un champion porte des valeurs humaines importantes, le plus souvent en forte affinité avec l'entreprise et ses marques.

Découvrez ces valeurs et ces affinités avec **SportifSIMM** !

### Méthodologie

L'analyse **SportifSIMM** est basée sur les données de référence de SIMM 2009 : l'étude décrypte les tendances de consommation sur 800 marchés et plus de 5 000 marques, à partir d'un échantillon de 10 000 interviewés représentatif de la population française de 15 ans et plus.

Dans **SportifSIMM**, retrouvez ainsi chaque sportif associé à un territoire de marques portant sur plus de 5 000 références (35 champions étudiés).