

# La presenza pubblicitaria a livello locale è efficace

## Posizionamento mirato di manifesti per Sherpa Tensing

### Cliente

Steinfels Swiss, azienda di Winterthur, sviluppa prodotti innovativi e sostenibili nel settore Home e Personal Care per Coop e altri clienti terzi nazionali e internazionali. All'interno del suo portfolio è presente da oltre dieci anni anche la marca di prodotti solari Sherpa Tensing. Sherpa Tensing offre protezioni solari per tutta la famiglia: grazie ai fattori di protezione da 20 fino a 50+, alle formulazioni leggere e ai diversi formati disponibili, è in grado di rispondere alle più svariate esigenze dermatologiche.

### Sfida

Dopo il rilancio della marca di prodotti solari Sherpa Tensing nel 2014 era necessario aumentare gradualmente la notorietà del marchio in Svizzera. In particolare l'obiettivo era comunicare su larga scala che questi prodotti sono sviluppati, prodotti e venduti soltanto a Winterthur.

### Realizzazione

- Mix mediale: strategia monomediale Out of Home
- Formati pubblicitari esterni: F12, F200, F4
- Affissione: presenza omogenea nella città di Winterthur, in particolare nei POS  
Tre ondate di affissioni: sett. 16, 19 e 27 (2016)
- Design: comunicazione briosa e concisa con un forte riferimento locale
- Misurazione dell'impatto pubblicitario e del marchio attraverso indagine online



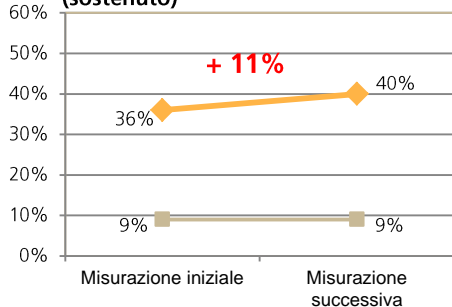
### Risultato

Pubblicità esterna di forte impatto grazie a una presenza pubblicitaria consapevole e un design del manifesto con riferimento locale ben chiaro.

- Incremento del livello di memorizzazione dei manifesti nelle zone di affissione
- Consapevolezza decisamente maggiore del «made in Winterthur»

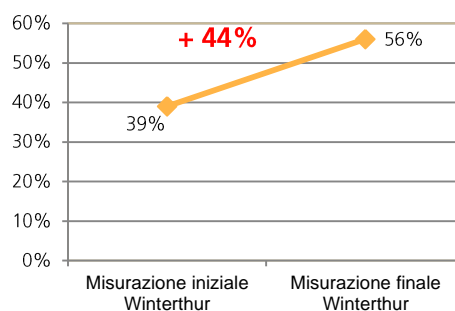
**Design appariscente**  
**+ realizzazione orientata al target**  
**+ posizionamento mirato**  
**= pubblicità esterna di forte impatto**

**Livello di memorizzazione dei manifesti (sostenuto)**



— Winterthur (campione)  
 — Bern (gruppo di controllo)

**Consapevolezza del «made in Winterthur»**



# Ricerca sull'impatto della pubblicità esterna locale

## Distribuzione mirata dei manifesti

«La campagna di affissione suddivisi in diversi periodi ha aumentato sia la notorietà del marchio sia la vendita diretta di Sherpa Tensing.»

Diana Weber Bergqvist, Product Manager Sherpa Tensing presso Steinfels Swiss

### Oggetto e obiettivi dello studio

- Monitoraggio dell'impatto dei manifesti per la campagna di Sherpa Tensing a Winterthur

### Dettagli del test

- Area di indagine: regione di Winterthur (città e zone economiche 42/43/44/26)
- Prova a campione rappresentativo: misurazione iniziale su un campione n=110 di Winterthur, gruppo di controllo di Bern n=33 misurazione successiva su un campione n=108 di Winterthur, gruppo di controllo di Bern n=33
- Età: 15-74 anni
- Partecipanti: residenti e/o persone che sono abitualmente nell'area di indagine
- Procedimento: indagine online
- Svolgimento: 18-22 luglio 2016 / Innofact AG (Zurigo)

### Oggetto d'analisi/Tematiche

- Assetto sociodemografico del gruppo target (età, sesso, struttura dell'età, posizione professionale, potere d'acquisto)
- Presenza nella regione di Winterthur (frequenza)
- Percezione della campagna pubblicitaria (sostenuto) suddivisa per ricordo, riconoscimento del marchio e gradimento nonché effetto della campagna
- Profilo del marchio «Sherpa Tensing» (familiarità, simpatia, utilità)



«Ich bin ein Winterthurer» (Sono di Winterthur) – la crema solare si presenta.



L'affissione mirata di manifesti a livello locale si dimostra efficace.

### Maggiori informazioni

[www.apgsga.ch](http://www.apgsga.ch)

APG|SGA

Società Generale d'Affissioni SA  
Christof Hotz, Responsabile Ricerche di mercato

Giesshübelstrasse 4

Postfach 1501, 8027 Zürich

T +41 58 220 78 45

[christof.hotz@apgsga.ch](mailto:christof.hotz@apgsga.ch)

Ulteriori esempi:

[apgsga.ch/best-practice](http://apgsga.ch/best-practice)