

БОДИПОЗИТИВ

ИССЛЕДОВАНИЕ В СИНДИКАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ IPSOS COMCON

МАЙ, 2019



БОДИПОЗИТИВ: ГОРЯЧАЯ ТЕМА

Количество поисковых запросов о **бодипозитиве** выросло в полтора раза за прошедшие 2 года.* Тема активно эксплуатируется разными брендами не только в сфере моды:

Fashion индустрия и модели plus size



**

Dove и демонстрация разнообразной, не глянцевої красоты



Nike и поддержка атлета с ДЦП





В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ, СТОИТ ЛИ ВАШЕМУ БРЕНДУ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТЕМУ БОДИПОЗИТИВА, И В КАКОЙ ФОРМЕ:

1

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ БОДИПОЗИТИВ

- ▶ Позитивные ассоциации, визуальные образы
- ▶ Привлекательные кейсы и триггеры
- ▶ Потенциальные драйверы роста тренда

2

ВОЗМОЖНЫЕ УГРОЗЫ И РИСКИ

- ▶ Барьеры к бодипозитиву
- ▶ Негативные ассоциации и маркеры
- ▶ Неудачные кейсы, отвергаемые потребителями

3

ЛОКАЛИЗАЦИЯ БОДИПОЗИТИВА

- ▶ Бодипозитив “по-русски”: релевантность движения российскому контексту
- ▶ Возможные амбассадоры
- ▶ Естественный потребительский вординг для построения коммуникации

4

ПЕРСПЕКТИВЫ БОДИПОЗИТИВА

- ▶ Потенциал развития тренда для разных аудиторий
- ▶ Направления коммуникации для разных сегментов целевой аудитории

ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ.
СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА 60 ТЫС РУБ БЕЗ НДС

*Google Trends. Данные по России.

** [Cosmopolitan.com](https://www.cosmopolitan.com)

*** [Dove.com](https://www.dove.com)

**** [News.nike.com](https://www.news.nike.com)

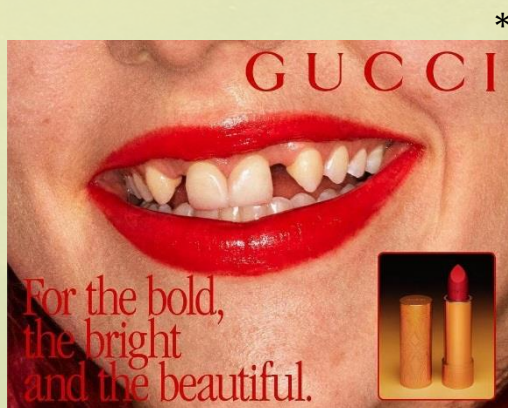


О ЧЕМ ЭТО ИССЛЕДОВАНИЕ

Несмотря на хайп вокруг бодипозитива, **говорить о едином понимании термина все еще сложно.**

Наши участники:

- рассказали, знают ли они в принципе о бодипозитиве как явлении и что думают о нем без подсказок;
- поискали связанные с темой публикации и поделились впечатлениями;
- подумали о том, что будет с бодипозитивом через 10-15 лет.



*



**

СПОНТАННЫЕ РЕАКЦИИ



Сомнительное достижение
фем-движения

Впервые слышу
Учиться мириться
с изьянами

Оправдание лени
Любовь к своему телу

Эпатажность
радикальных
феминисток

Принятие себя

Нездоровье



Adobe Stock



Adobe Stock



Adobe Stock

* [Официальный аккаунт Gucci в Twitter](#)

** [Sostav.ru: «Обычный мужик, или dad bod в маркетинге»](#)



НАСКОЛЬКО ОСОЗНАНЫ СУЖДЕНИЯ О БОДИПОЗИТИВЕ?

- ▶ Очевиден низкий уровень понимания как термина, так и возможных интерпретаций
- ▶ Доминирующая точка зрения на бодипозитив еще не сформирована, что дает брендам пространство для коммуникаций
- ▶ Можно выделить как минимум **три различных трактовки бодипозитива**

«

Я точно знаю, что это очередное движение феминисток, которые настаивают на том, что все они поголовно прекрасны, даже если они расплылись в ширину аки Титаник.

Это что-то связанное с любовью к своему телу, его принятием.

Позитивный взгляд на мир в не зависимости от своей фигуры и комплекции.

Бодипозитив как принятие себя и практика заботы о себе путем ЗОЖ, правильного питания и т.п.

Бодипозитив как избавление от личных комплексов, когда нестандартная внешность вызвана объективными отклонениями от нормы.

Агрессивное движение феминисток – нарочитое несоблюдение доминирующих правил ухода за собой.



Adobe Stock



*



**

* [Wonderzine.com](https://wonderzine.com): «Модели с нетипичной внешностью, блиставшие в 2015-м»

** [Блог фотографа Бена Хоппера. Проект "Natural beauty"](#)



ЧЕМ ПРИВЛЕКАЕТ БОДИПОЗИТИВ?

- ▶ Бодипозитив, трактуемый как ЗОЖ, привлекает правильностью идеи заботы о себе – резонирует с общим актуальным трендом
- ▶ Инклюзия как социальное явление: возможность быть оправданным и принятым, несмотря на физические особенности
- ▶ Толерантное отношение, отчасти граничащее с жалостью – ценность нашей культуры



Лично для меня бодипозитив это когда ты смотришь в зеркало, и ты сам себе нравишься, несмотря на то что может быть даже есть какие-либо недостатки (нет кубиков на животе, жирка на боках немного больше чем положено по стандарту (90-60-90), ноги худоваты и прочее).

ЧЕМ ОН ОТТАЛКИВАЕТ?



Я рада, что есть такое движение, но... мне не нравится смотреть на пятки, подмышки и голых женщин с явными признаками избыточного веса. Я не буду писать им гневные комментарии, но и подписываться на них тоже не буду.

- ▶ Использование бодипозитива как прикрытия нежелания ухаживать за собственным телом
- ▶ Открытая демонстрация несовершенств внешности в их крайней форме
- ▶ «Агрессивное» продвижение: “крики о себе на каждом углу”



*



Adobe Stock

О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных российских городов.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
ВЫБОРКА: 50-60 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2019 ГОДУ:

- ▶ Бодипозитив
- ▶ Близость к брендам
- ▶ Русские корни в брендах
- ▶ Новая маскулинность
- ▶ Поколение Z
- ▶ Органические продукты
- ▶ Персональные данные
- ▶ Sharing-экономика
- ▶ Родительство
- ▶ Путешествия
- ▶ Благотворительность
- ▶ Технологические вызовы
- ▶ Телемедицина
- ▶ Паттерны экономии
- ▶ Восприятие вопроса переработки мусора

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1	Опция 2	Опция 3
1 отчет	5 отчетов	12 отчетов
60 000 Руб.	250 000 Руб.	600 000 Руб.

- ▶ 1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2019
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчет (summary в формате MS PowerPoint объемом до 15 слайдов)

AdHoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Тема по запросу
от 140 000 Руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

Области применения:

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Pavel.Lebedev@ipsos.com

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Цены указаны без учета НДС (20%)