

Proiektuak **merkatu mistoa** du, **Business to Consumer (B2C)** eta **Business to Business (B2B)** eredu bidez.

B2C segmentua honako hauek osatzen dute:

- **8 eta 18 urte bitarteko kirolari gazteak**, batez ere kontaktuzko edo arrisku handiagoko kirolak praktikatzen dituztenak (futbola, saskibaloia, errugbia, hockeya, borroka-kirolak, etab.).
- **Kirola modu erregularrean egiten duten seme-alabak dituzten familiak**, aho-hortzen babes egokiaren garrantziaz jabetuta daudenak.
- **Prebentzioan eta osasunean arreta jartzen duten gurasoak**, produktu seguru, eroso eta ekonomikoki eskuragarria bilatzen dutenak.

Segmentu honen erosketa-erabakia normalean **gurasoek** hartzen dute, baina **erabiltzaile nagusiak kirolari gazteak** dira; horregatik, erosotasuna, egokitzapena eta diseinu pertsonalizatua funtsezko faktoreak dira.

B2B segmentua honako hauek osatzen dute:

- **Kirol-klubak**, beren jokalariei babes-ekipamendu egokia eskaintzea eta lesioak prebenitzea helburu dutenak.
- **Ikastetxeak eta institutuak**, eskola-kirolaren eta jarduera fisikoaren testuinguruan ikasleen segurtasuna bermatu nahi dutenak.
- **Kirol-eskolak eta akademiak**, gazteen prestakuntza eta ongizatea lehenesten duten erakundeak.

B2B segmentuan, proiektua bereziki erakargarria da **akordio edo lankidetza bidezko salmenta-ereduari** esker, talde edo ikasle kopuru handiari irtenbide pertsonalizatua eskaintzeko aukera ematen duelako.

Merkatua **hazkunde-fasean** dago, kirolean aho-babesleen erabilerari buruzko **kontzientzia gero eta handiagoa** dagoelako. Gainera, **merkatu errepikakorra** da, aho-babesleak aldian-aldian berri behar direlako, bai higaduragatik bai kirolarien hazkundearen ondorioz.