



**ANNUARIO DELLA
SPONSORIZZAZIONE**

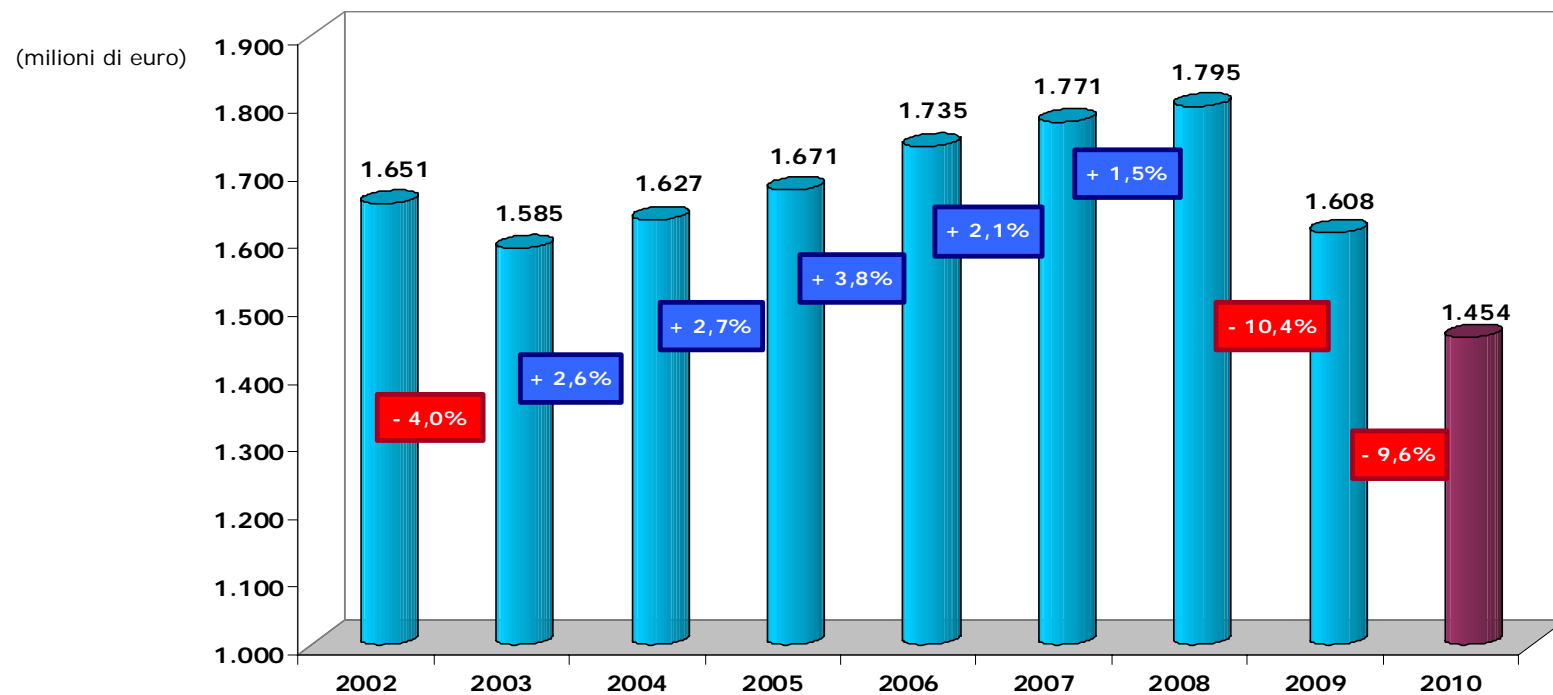
**Le sponsorship del
Campionato di Calcio di Serie A**

5 maggio 2011

- Le dimensioni del mercato sponsorizzativo in Italia pag. 3
- I ricavi da sponsor della Serie A pag. 4
- Peso delle sponsorizzazioni sul fatturato pag. 5
- Top Club Vs. Altri Club pag. 6
- Ricavi da sponsor: il podio dei Club pag. 7
- I principali settori merceologici pag. 8
- Conclusioni pag. 10

Le dimensioni del mercato sponsorizzativo in Italia

Nel 2010 sono stati investiti in Italia 1.454 milioni di euro in sponsoring (sport, cultura e spettacolo, sociale) al netto degli investimenti a supporto derivanti da forme above & below the line finalizzate a rinforzare ed integrare la comunicazione derivante dalla partnership. La crisi economica che ha colpito il Paese nell'ultimo biennio ha determinato tra il 2009 e il 2010 una forte contrazione delle sponsorizzazioni. Si tratta di un deficit consistente per recuperare il quale saranno indispensabili tempi non brevi. In particolare nello sport, che continua a raccogliere la maggior fetta di investimenti (61% del totale per quasi 900 milioni) si è assistito ad una flessione del 22% nell'ultimo biennio (2008-2010).



Fonte: Indagine Predittiva 2011 "Il Futuro della Sponsorizzazione" di StageUp e Ipsos

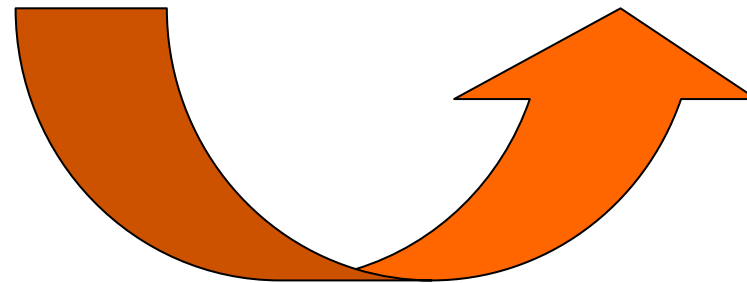
I ricavi da sponsorizzazione della Serie A

STAGIONE 2008/09

STAGIONE 2009/10

223,4 MLN

220,9 MLN



-1,1%

Fonte: analisi StageUp su dati di bilancio dei club

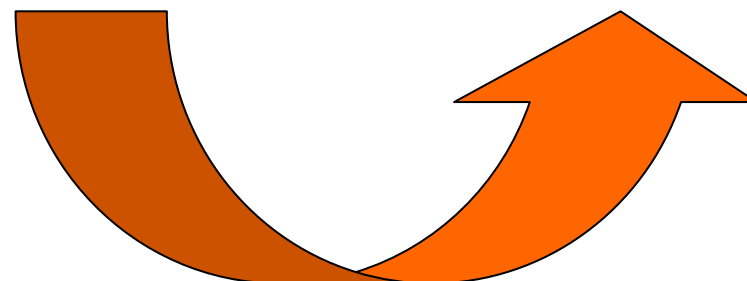
Peso delle sponsorizzazioni sul fatturato di Serie A

STAGIONE 2008/09

STAGIONE 2009/10

13,5%

12,9%



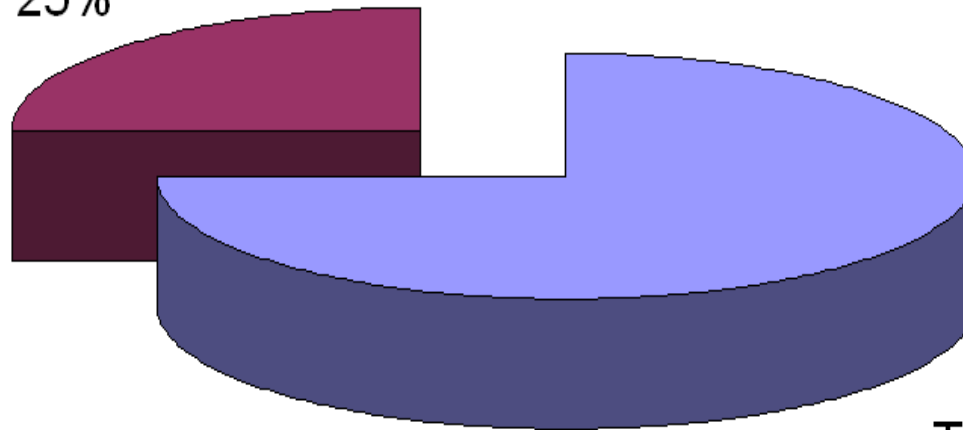
-0,6%

Fonte: analisi StageUp su dati di bilancio dei club

STAGIONE 2009/10

**Peso della raccolta cumulata dei
7 Club che incassano di più da sponsor
(Fiorentina, Inter, Juventus, Lazio, Milan, Napoli e Roma)**

Altri Club;
55,50 mln; 25%



Top 7 Club;
165,40 mln; 75%

Fonte: analisi StageUp su dati di bilancio dei club

Ricavi da sponsor: il podio dei Club

| CLUB | 2009-10 | Main Sponsor 2010-11 |
|-------------|----------------|---------------------------------|
| Juventus* | 45,7 mln | Betclic (6,5 mln) |
| Inter | 32,3 mln | Pirelli*** (13,1 mln) |
| Milan** | 28,9 mln | Fly Emirates^ (12 mln) |

* il dato della Juventus include anche i ricavi pubblicitari

** il dato del Milan si riferisce al bilancio 2009

*** Pirelli ha versato 13,1 mln inclusi i premi

^ stima sulla base del contratto di 5 anni da 60 milioni complessivi di parte fissa

Fonte: analisi StageUp su dati di bilancio dei club

I principali settori delle Main Sponsorship in Serie A (1/2)

STAGIONE 2010/11

| Settore | Investimento (mln di €) | % sul Totale |
|-------------------|----------------------------|--------------|
| Trasporto aereo | 12 | 20,4% |
| Automotive | 11,5 | 19,6% |
| Gestione Giochi | 10 | 17% |
| Food & Beverage | 8,7 | 14,8% |
| Telecomunicazioni | 6 | 10,2% |

Fonte: Annuario delle Sponsorizzazioni 2011 di StageUp

STAGIONE 2010/11

| Settore | % Numerosità |
|------------------------|--------------|
| Gestione Giochi | 20% |
| Banche e Assicurazioni | 20% |
| Automotive | 15% |
| Energia | 10% |

1. La decisa flessione del mercato sponsorizzativo italiano nel 2010 (-9,6%) che ha colpito fortemente anche lo sport non ha sostanzialmente modificato la raccolta della Serie A che resta rilevante e dinamica, dimostrando di poter attirare, in particolare per i Top Club, anche investimenti esteri.

Tale assunto è dimostrato dal fatto che:

- a) I ricavi da sponsor della Serie A nella stagione 2009/10 si sono mantenuti sostanzialmente stabili a 11 milioni di media per singolo Club, contro gli 11,2 milioni della stagione precedente (-1,1%).
 - b) Il rapporto fra ricavi da sponsor e fatturato dei Club ha subito, nello stesso arco temporale, una flessione di appena lo 0,6% da 13,5% a 12,9% quando il fatturato complessivo, al netto delle plusvalenze, è cresciuto del 3% (da 1.658 milioni a 1.707 milioni).
2. La tenuta della raccolta della Serie A è sostenuta in particolare da un terzo dei Club che sono in grado assieme di reperire dal mercato il 75% delle risorse sponsorizzative.



© StageUp® - Sport & Leisure Business
Tutti i diritti riservati

E' vietata la riproduzione, anche parziale, di quanto contenuto nel presente documento senza la citazione della fonte.

StageUp S.r.l.

Sede principale: Bologna • Via Cairoli 11 - 40121

Tel. 051.58.71.554 - Fax. 051.58.71.504

Web Site: www.stageup.com

Altre sedi:

Milano Via Macchi 97 – 20124 / Atherton California (Usa) CA 261 Camino Al Lago