

Comunicato Stampa 6/5/09

SPONSOR, 'SERIE A' REGGE ALLA CRISI GRAZIE A INVESTIMENTI ESTERI

Con 141 milioni di euro incassati dagli sponsor principali, i club del massimo campionato di calcio 2008/2009, secondo l'analisi dei dati contenuti nell'Annuario delle Sponsorizzazioni Sportive di StageUp – Sport & Leisure Business, non hanno subito influssi negativi dalla crisi economica. Crescono gli investimenti esteri nei settori Giochi ed Auto.

Le 20 società della Serie A 2008/2009 hanno raccolto da sponsor di maglia e tecnici, poco più di 141 milioni di euro, l'1,6% in più rispetto al 2007/2008.

Secondo l'analisi dei dati contenuti nel volume "Sponsorizzazioni Sportive in Italia - Annuario 2009" di StageUp – Sport & Leisure Business anticipata da La Gazzetta dello Sport di oggi, i ricavi da partnership di maglia del massimo campionato di calcio italiano, nell'attuale stagione, non hanno subito effetti negativi dovuti alla crisi economica. Fra le ragioni più rilevanti si distingue la prolungata durata degli accordi: le sponsorizzazioni principali hanno una vita media oltre i due anni con picchi a tre, se non quattro anni, per i contratti più ricchi. Le sponsorizzazioni tecniche hanno una durata media di cinque anni con rapporti anche ultradecennali come nel caso di Nike con la Juventus.

Più investimenti esteri dai settori Giochi ed Auto

La stagione 2008/2009, nonostante la crisi economica globale, ha portato diverse novità fra gli sponsor principali della Serie A. Crescono in particolare gli investimenti di aziende estere provenienti dai settori 'Giochi e Scommesse' ed 'Automotive'. Del primo comparto fa parte Betshop, nuovo sponsor di maglia del Palermo. La società londinese di scommesse ha affiancato altre aziende del settore già presenti nel massimo campionato come Bwin, partner del Milan, ed Eurobet, partner del Genoa. Nonostante il calo generalizzato degli investimenti in comunicazione del settore auto, la Serie A mantiene il proprio appeal con due nuovi ingressi per questo comparto: quelli della francese Renault Trucks per il Torino e della rumena Dacia per l'Udinese che hanno sostituito due aziende italiane, rispettivamente la compagnia di assicurazioni torinese Reale Mutua, attuale co-sponsor granata, ed il marchio di abbigliamento modenese Gaudì.

"Sponsorizzazioni Sportive in Italia – Annuario 2009"

"Le Sponsorizzazioni Sportive in Italia - Annuario 2009" di StageUp – Sport & Leisure Business (www.stageup.com) è il volume di riferimento per gli operatori nel mondo delle sponsorizzazioni per conoscere nel dettaglio oltre 2.700 operazioni di partnership negli sport più amati e seguiti dagli italiani fra cui calcio, basket, volley maschile e femminile ma anche dei principali impianti sportivi ed eventi ospitati in Italia. Alla quinta edizione, il volume, pratico e leggero, può essere letto sia partendo dal soggetto sponsorizzato (sponsee) sia partendo dallo sponsor.

StageUp (www.stageup.com) opera nel mercato del leisure business (sport, eventi speciali, testimonial, fiere, turismo, manifestazioni sportive, spettacolistiche, culturali e sociali) ed è tra le aziende di riferimento nell'ambito del business dello sport con particolare riferimento al marketing, ai media ed alla comunicazione. Attraverso la sua gamma di servizi, StageUp interviene su tutta la catena del valore dei clienti, occupandosi di strategia, progettazione, pianificazione e controllo, negoziazione e buying nonché della supervisione e realizzazione di progetti operativi. StageUp ha sviluppato avanzati modelli di pianificazione e controllo che permettono di definire, ex ante, le strategie ottimali e di misurarne, ex post, i ritorni.

Tramite la divisione "StageUp Consulting", StageUp opera anche nella consulenza di direzione e nell'advisoring connessi all'internazionalizzazione, all'innovazione e alla tecnologia.

Fra i clienti di StageUp si annoverano: sport & leisure makers (tra cui Ferrari, Fipav, Juventus, Lega Basket Serie A, Lega Pallavolo Serie A, Lega Pallavolo Serie A Femminile, Milan), aziende e



sponsor (Assicurazioni Generali, Coca-Cola, Edison, Il Sole 24 Ore, Luxottica, Mazda Motor, Michelin, Nokia, Obiettivo Lavoro, Peroni, Rcs Pubblicità, Samsung, Telecom Italia, VitaVision-Festivalbar), istituzioni ed enti pubblici (Associazione Nazionale Comuni Italiani, Camera dei Deputati, Provincia di Milano, Comune di Venezia).

StageUp fa parte di European Sponsorship Association (Esa), la più grande associazione europea di aziende legate al mondo della sponsorizzazione.

Sono partner di StageUp: Ipsos (www.ipsos.it) e Global Startups (www.globalstartups.com).

Per ulteriori informazioni e approfondimenti:

Daniele Cencioni

StageUp -Sport & Leisure Business

Via Cairoli, 9 - 40121 Bologna

Cel. +39.339.120.81.52

Tel. +39.051.58.71.554

Fax. +39.051.58.71.504

Email: dcencioni@stageup.com

StageUp S.r.l.

Bologna - Via Cairoli 9 • **Milano** - via M. Macchi 97 • **Camino Al Lago** (Usa) Atherton - CA 261

Tel: (+39) 051.58.71.554 - Fax: (+39) 051.58.71.504 - Web site: www.stageup.com - E mail: info@stageup.com