

Comunicato Stampa 18/08/09**SCOMMESSE DI 'SERIE A': LA FEBBRE E' PER LE MILANESI**

Secondo l'analisi di StageUp-Sport&Leisure Business in collaborazione con Agipronews, il derby della Madonnina è la partita di campionato che nel 2009 ha raccolto il più alto importo di giocate, 5,5 milioni di euro. Fra le prime dieci partite più scommesse, Inter e Milan figurano ben nove volte.

La febbre per le scommesse sul campionato di calcio di 'Serie A' nel 2009 si è particolarmente concentrata sulle squadre milanesi. Il **derby fra Inter e Milan** del 15 febbraio scorso, **secondo l'analisi di StageUp-Sport&Leisure Business in collaborazione con Agipronews**, è stata **la partita di campionato più giocata dagli italiani con i suoi 5,5 milioni di euro di movimento netto**. Seconda in graduatoria è Milan-Juventus con 4,8 milioni di raccolta mentre sul terzo gradino del podio si trova Roma-Milan con 4,7 milioni.

Nella classifica delle prime dieci partite più giocate, le società meneghine figurano ben nove volte: oltre al derby della Madonnina, il Milan è presente altre cinque volte e l'Inter in altre tre occasioni.

Il popolo degli scommettitori dimostra dunque di rispondere a logiche in parte differenti da quelle dei tifosi. In classifica la Juventus figura appena due volte così come Roma e Lazio. Una presenza per Bologna, Fiorentina, Napoli e Sampdoria.

I fattori calendario e Champions affossano gli altri 'Big Match'

L'analisi di StageUp e Agipronews si sofferma anche su **due importanti fattori di influenza delle scommesse sul calcio: il calendario e la Champions League**.

Nove delle dieci partite più giocate si sono disputate nei mesi invernali fra gennaio e marzo quando solitamente aumenta il numero di scommettitori. Unica eccezione è il secondo posto in classifica della sfida fra Milan e Juventus giocatasi il 10 maggio. Altri 'Big Match' come il derby d'Italia Inter-Juventus, il derby della Capitale Roma-Lazio, il derby della Lanterna Genoa-Sampdoria si sono svolti fra aprile e maggio. Proprio in questi mesi, fra l'altro, entra nel vivo la stagione di Champions League che dimostra di attirare le preferenze degli scommettitori: in aprile i primi cinque eventi calcistici più scommessi sono partite del massimo torneo europeo di club, in maggio i primi due.

PARTITA	DATA	MOVIMENTO NETTO (Euro)
INTER – MILAN	15/02/2009	5.542.600,00
MILAN – JUVENTUS	10/05/2009	4.822.503,85
ROMA – MILAN	11/01/2009	4.714.127,08
LAZIO – JUVENTUS	18/01/2009	4.704.030,73
INTER – SAMPDORIA	25/01/2009	4.240.245,47
NAPOLI – MILAN	22/03/2009	4.114.676,00
INTER – ROMA	01/03/2009	4.067.856,34
LAZIO – MILAN	01/02/2009	4.061.570,69
INTER – FIORENTINA	15/03/2009	3.693.666,43
BOLOGNA - MILAN	25/01/2009	3.312.831,31

Nota: secondo i dati di Aams, Lazio-Roma dell' 11 aprile 2009 ha ottenuto un movimento netto di 1,8 milioni di euro rispetto ai 5,2 milioni del derby di andata giocatosi il 16 novembre 2008.

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

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