

Comunicato Stampa dell'1/04/2022

CALCIO: DAGLI SPONSOR DI MAGLIA DELLA SERIE A I CLUB INCASSANO 335 MILIONI

Il dato emerge dal 1° approfondimento di ChainOn, il marketplace delle sponsorizzazioni, sugli investimenti degli sponsor nei campionati italiani. Netta la crescita degli sponsor commerciali, 230 milioni di euro: +35% rispetto al 2020/2021. Le sponsorizzazioni tecniche a quota 105 milioni di euro.

Gli investimenti complessivi in **sponsorizzazioni sulle maglie da gioco** (ottenuto sommando la spesa per Main, Second, Back, Sleeve e Technical Sponsor) dei **20 club della Serie A di calcio** è di **€ 335 milioni**, di cui **230 milioni** (69%) derivano dalle **partnership commerciali** e il restante 31%, **105 milioni**, da **quelle tecniche**.

I dati che emergono dal report **“Analisi economica delle sponsorizzazioni - Calcio di Serie A 2021/2022”**, realizzato da **ChainOn**, il **marketplace digitale** per vendere e comprare **sponsorizzazioni** nello sport attraverso l'utilizzo di algoritmi proprietari, blockchain e intelligenza artificiale, **in collaborazione con StageUp**, tra le aziende di riferimento a capitale italiano nella ricerca e consulenza nel medesimo settore. Il rapporto è il **1° di una serie** che approfondirà gli investimenti in sponsorizzazione nei campionati italiani.

La spesa dei partner commerciali (€ 230 milioni) è aumentata del 35%, rispetto alla stagione 2020/2021 dove aveva raggiunto quota 170 milioni. I motivi di questa importante crescita? In primis l'avvento degli sponsor del settore **blockchain e criptovalute**, che investono € 62 milioni, seguito dall'adozione anche da parte dei top team delle **“sleeve sponsorship”** (presenti sulla manica dell'uniforme da gioco).

Il settore merceologico con i maggiori impieghi si conferma l'**automotive** (30% di quota di mercato), al secondo posto **blockchain e criptovalute** (27%), chiude il podio l'**Information Communication Technology (14%)**. Tra le punte di spesa si segnalano gli abbinamenti Jeep/Juventus e Mediacom/Fiorentina.

Le sole **main sponsorship** (presenti sul fronte delle uniformi di gioco e di grandezza maggiore rispetto alle altre) **valgono 173 milioni**. Inter, Juventus e Milan, da sole, raccolgono il 46% di questa somma mentre gli altri 17 club hanno una quota del 54%. La somma che mediamente uno sponsor deve rendere disponibile per diventare **“main”** di un club di Serie A è di € 8.650.000. L'intero rapporto di ricerca è stato reso disponibile agli **early adopters della piattaforma www.chainon.it**.

I signori giornalisti possono avere copia del report completo facendo richiesta a comunicazione@stageup.com.

DICHIARAZIONI - Giovanni Palazzi - Ceo and Founder di ChainOn

“La grande crescita delle sponsorizzazioni da parte di aziende operanti nel settore della blockchain è la maggiore novità della Serie A in questa stagione agonistica. Una crescita repentina che ha anche origine nell'impossibilità legislativa di effettuare investimenti da parte delle società di betting che ha originato un vuoto occupato da aziende, quelle operanti con la blockchain, di un settore vicino per struttura digitale del prodotto, vicinanza allo sport e necessità di aumentare la notorietà di marca. Va sottolineato che questo fatto ha un aspetto molto importante per il Paese. La forte presenza di questa tipologia di sponsor ha accelerato la conoscenza in Italia di una delle innovazioni su cui si deciderà il futuro. Oggi il 10% degli italiani conosce la blockchain: otto mesi fa solo il 2% ne conosceva l'esistenza.”

ChainOn (www.ChainOn.it) è un **marketplace digitale**, il primo al mondo, per vendere e comprare sponsorizzazioni nello sport e nell'intrattenimento attraverso l'utilizzo di algoritmi proprietari, blockchain e intelligenza artificiale. Con ChainOn, nata da **StageUp** e **Par-Tec** (www.par-tec.it), trovare il proprio partner sponsorizzativo diventa più facile, veloce, trasparente e con risparmi rispetto a oggi di oltre il 95%.

StageUp, partecipata da **FiBo Spa** (la finanziaria del sistema cooperativo di Bologna che vede tra i soci i più importanti player del territorio), si occupa di consulenza direzionale, di comunicazione e marketing anche attraverso servizi di outsourcing e temporary management. Negli ultimi 20 anni si è affermata come una delle aziende di riferimento a capitale italiano nei servizi di **ricerca** e **advisoring** nei mercati dello **sport**, della cultura e dello spettacolo.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI E APPROFONDIMENTI

Luca Marozzi

Comunicazione@stageup.com

Cell. + 39 320.03.85.977