

L'ANALISI DI BANCA IFIS

Basket, sponsor, imprese una lunga storia d'amore

1.533 le aziende che lavorano
con i club di A, la maggior parte
con un forte legame sul territorio

di Fabrizio Fabbri

La storia d'amore tra la serie A di basket e gli sponsor ha radici profonde. Per tante stagioni, quando la pallacanestro scorreva in bianco nero sui televisori degli italiani, grandi marchi come Ignis, Simmenthal, Sinudyne, solo per citarne alcuni, troneggiavano sulle canottiere dei club che lottavano per lo scudetto e quasi oscuravano le città di appartenenza.

I tempi da allora sono cambiati ma il grande appeal della palla a spicchi resta immutato se non addirittura aumentato. E' questo che racconta dettagliatamente l'Osservatorio sullo Sport System italiano di Banca Ifis, che dai playoff della scorsa stagione a quella in corso è ufficiale sponsor della Lega di Serie A, nel focus "Basket: un'alleanza di successo tra sport e impresa del territorio" presentato al margine della Final Eight di Coppa Italia che si sta giocando a Torino nella splendida cornice del Pala Alpi Tour.

STORIA. Nell'analisi dell'Osservatorio di Banca Ifis la forbice del tempo che lega le imprese-sponsor all'intero mondo dello sport si perde nell'antichità tanto da trovarne traccia fin dai tempi dell'età classica. In quei tempi non erano le imprese ma le città stesse della Grecia antica a occuparsi di tutto quanto potesse permettere all'atleta di concentrarsi sulla sola performance sportiva.

Perché un successo in ambito olimpico avrebbe regalato grande lustro nel panorama delle polis rivali. Un'attività di sponsorship ante-litteram in piena regola.

PRESENTE. Ma è bene tornare ai giorni di oggi e all'importanza del legame tra il basket, sport seguito da un nucleo consistente di veri appassionati, e le imprese che lo supportano nella sua espressione massima tra i confini nazionali: la serie A. Sono 1.533 quelle che insieme formano le fondamenta su cui poggiano i ricavi delle squadre che animano la Lega Basket Serie A. Il primo numero che emerge dal nuovo studio di Banca Ifis vuole essere la dimostrazione lampante di quanto la sponsorizzazione del basket italiano sia appannaggio di una platea vasta di imprese che presenta molte peculiarità. Ma non è

solo il numero nella sua totalità a essere consistente, lo sono anche i differenti ambiti di business dalle quali queste imprese provengono, rappresentando infatti oltre 20 industry, che spaziano dal banking all'hospitality, dall'automotive alla GDO, sino ad arrivare anche a micro imprese della logistica e trasporti o ai servizi

di pulizia.

Il 59% degli sponsor, 908 imprese, è catalogabile come PMI (Piccole e Media Imprese), e genera un fatturato medio di 8,7 milioni di euro. Forte è la connotazione territoriale, considerato che il 75% delle imprese proviene dalla stessa regione, se non addirittura provincia o comune, della squadra che sostiene.

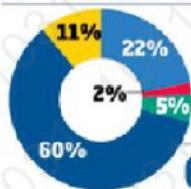
Grazie al loro impegno anche il terribile momento dell'emergenza Covid è stato in qualche modo assorbito. Perché gli investimenti delle aziende sponsor hanno consentito di contenere al solo -3,1% il calo dei ricavi medi delle squadre, portando l'incidenza sul totale del fatturato dal 60% della stagione 2018/2019 (54,7 mln€) al 75% della stagione 2020/2021 (71,4 mln€.) Dall'indagine emerge con chiarezza che investire nel basket garantisce un ritorno sugli 8 milioni di italiani che seguono questo sport per riconoscibilità del brand, considerazione da parte del pubblico attuale ma anche per potenziale e influenza sulla propensione all'acquisto. Questo perché la pallacanestro rimane un potente portatore di valori: come il rispetto reciproco, la motivazione, la buona collaborazione per il raggiungimento dell'obiettivo comune.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DISTRIBUZIONE DEI RICAVI DELLE SQUADRE LBA

Le sponsorizzazioni sono un pilastro dei ricavi delle squadre LBA. Il traino delle sponsorship è così forte che, anche in un periodo di limitazione di pubblico (stagione 2020/2021), ha consentito di contenere al solo -3,1% il calo dei ricavi dalle squadre, portando l'incidenza dal 60% della stagione 2018/2019 (54,7 mln€) al 75% della stagione 2020/2021 (71,4 mln€)

Stagione 2018/2019
(ultima senza limitazioni)

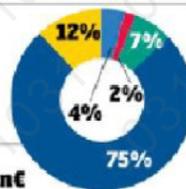


- Biglietteria
- Merchandising
- Diritti audio-visivi
- Sponsorizzazioni
- Altri ricavi

Ricavi per team pro capite

6,5 mln€

Stagione 2020/2021
(con limitazioni pubblico)



6,3 mln€

La dinamica moderatamente negativa [-3,1%] delle squadre LBA nella stagione 2020/2021 è determinata da: ● **Sponsorizzazioni**: le imprese sponsor attutiscono l'impatto della limitazione di pubblico incrementando gli investimenti +31% (71,4 mln€ vs 54,7 mln€), anche grazie ai benefici fiscali previsti. ● **Biglietteria**: componente in forte calo [-81% il valore del ticketing, 3,8 mln€ vs 20 mln€ della stagione precedente] per l'impossibilità dei tifosi di seguire dal vivo la propria squadra

Identikit degli sponsor dei team Lba

1.533

le aziende che sponsorizzano i sedici team LBA

75%

degli sponsor LBA è un'azienda del territorio ossia che ha sede nello stesso Comune, Provincia o Regione della squadra

59%

degli sponsor LBA è una Pmi si tratta di 908 imprese con un fatturato inferiore ai 50 mln€

8,7 mln€

il fatturato medio delle Pmi sponsor LBA a conferma del forte legame tra basket e realtà imprenditoriali del territorio

Fonte: Banca Itis

IL TABELLONE: DOMANI LE SEMIFINALI E DOMENICA LA FINALE

Quarti di finale

	MILANO	72
	BRESCIA	75
	PESARO	84
	VARESE	80

Semifinali

DOMANI ORE 20.45

	BRESCIA	--
	PESARO	--



Finale

DOMENICA ORE 18

	--
	--

Su Eleven, Nove, Eurosport2

	VIRTUS BOLOGNA	82
	VENEZIA	68
	TORTONA	74
	TRENTO	70

DOMANI ORE 18

	VIRTUS BOLOGNA	--
	TORTONA	--

Su Eleven, Nove, Eurosport2

Ultime vincitrici

2008 Avellino	2016 Milano
2009 Siena	2017 Milano
2010 Siena	2018 Torino
2011 Siena	2019 Cremona
2012 revocato	2020 Venezia
2013 revocato	2021 Milano
2014 Sassari	2022 Milano
2015 Sassari	2023 ?