



**Passione, capillarità e  
valore per il territorio:  
la Serie B come motore  
centrale del sistema  
calcio italiano**





Lega Serie B, 20 maggio 2026

## | **Contenuti**




- ❖ **Il valore di filiera della Serie B**
- ❖ Il potere propulsivo sullo sport amatoriale
- ❖ L'appeal per gli investitori nazionali e internazionali



**La filiera della Serie B** si configura come un ecosistema integrato che genera impatti economici rilevanti, attivando risorse e investimenti lungo l'intera catena del valore. **Un sistema diffuso che produce benefici economici diretti e indiretti per il sistema Paese**, contribuendo alla crescita del settore sportivo e all'attrattività dei territori

Comparti	Descrizione
 <p><b>Club</b></p>	<p>&gt; Le società militanti in Serie B generano un <b>valore della produzione</b> che attiva flussi economici diretti e indiretti lungo tutta la catena del valore</p>
 <p><b>Produttori</b> (Abbigliamento, attrezzature e altro merchandising)</p>	<p>&gt; La Serie B alimenta una domanda strutturata di <b>beni e servizi sportivi</b>, destinata sia ai club sia al mondo dei tifosi. A questa si affianca il <b>merchandising ufficiale</b>, fonte di ricavo delle società e utilizzato anche nella pratica sportiva degli appassionati a livello amatoriale</p>
 <p><b>Intrattenimento e spettacolo</b> (Media, betting e turismo sportivo)</p>	<p>&gt; Il campionato di Serie B crea valore attraverso la <b>filiera dei media tradizionali e non</b>, includendo broadcaster e piattaforme digitali. A ciò si somma il contributo del <b>betting</b> e l'impatto del <b>turismo sportivo</b>, legato alla mobilità di oltre <b>3,8 milioni di spettatori/annui</b> (di cui 89% residenti), su ospitalità e servizi locali</p>
 <p><b>Impatto sociale</b> (Esternalità)</p>	<p>&gt; La Serie B produce <b>esternalità positive rilevanti</b> in termini di impatto sociale, culturale e di benessere collettivo. Il calcio agisce <b>come fattore di inclusione, coesione territoriale e promozione di stile di vita attivo</b>, rafforzando il legame tra club, comunità locali e tessuto sociale</p>

**La Serie B lavora per il sistema Paese e per la società:** intrattenimento e spettacolo (43%) e impatto sociale (24%) generano un valore addirittura superiore a quello *core* dei club militanti nel campionato (19%)

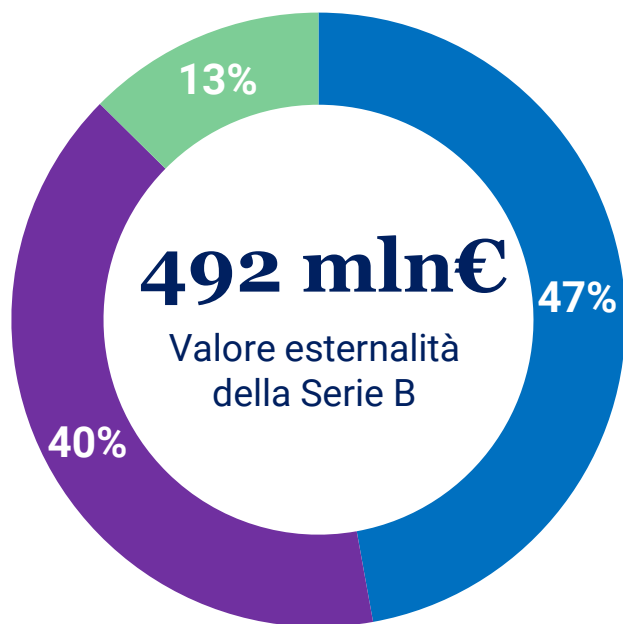
Comparti	Giro d'affari (dati 2025E in mld€)	Il contributo di ogni componente
<b>Totale filiera</b>	<b>2,1</b>	<b>100%</b>
 <b>Club</b>	<b>0,4</b>	<b>19%</b>
 <b>Produttori</b> (abbigliamento e attrezzature)	<b>0,3</b>	<b>14%</b>
 <b>Intrattenimento e spettacolo</b>	<b>0,9</b>	<b>43%</b>
Media	0,02	1%
Betting	0,47	22%
Turismo sportivo	0,41	20%
 <b>Impatto sociale</b> (esternalità)	<b>0,5</b>	<b>24%</b>

Nel 2025 la filiera della Serie B ha generato un valore complessivo di **2,1 mld€**

- **I club calcistici producono circa 0,4 mld€ di valore**, pari al 19% del valore della filiera, e rappresentano l'innescò dell'intero sistema
- **I produttori dello sport incidono per il 14%**, attivando una domanda stabile di beni, servizi e merchandising legata alla pratica e alla fruizione del calcio di Serie B
- **L'intrattenimento e lo spettacolo rappresentano il principale driver economico**, con **0,9 mld€ e il 43% del valore complessivo**, grazie al contributo combinato di media, betting e turismo sportivo
- **L'impatto sociale vale il 24%** della filiera, con benefici diffusi per territori ed economie locali

**Serie B e comunità: un legame indissolubile.** Il primo comparto per apporto di valore è rappresentato dalle **esternalità positive** (24%), riconducibili agli effetti benefici prodotti in ambito sanitario, sociale e sportivo. Un contributo che rafforza il ruolo del **campionato cadetto come motore di benessere per persone, comunità e territori**

Incidenza per categoria di esternalità - Dati in %



### Impatto sanitario (47%)

Grazie alla passione per il calcio e al modello sportivo promosso dalla Serie B, **oltre un milione di tifosi sono incentivati alla pratica sportiva**, con effetti positivi sulla salute e una riduzione potenziale dei costi sanitari



### Attività sociali (40%)

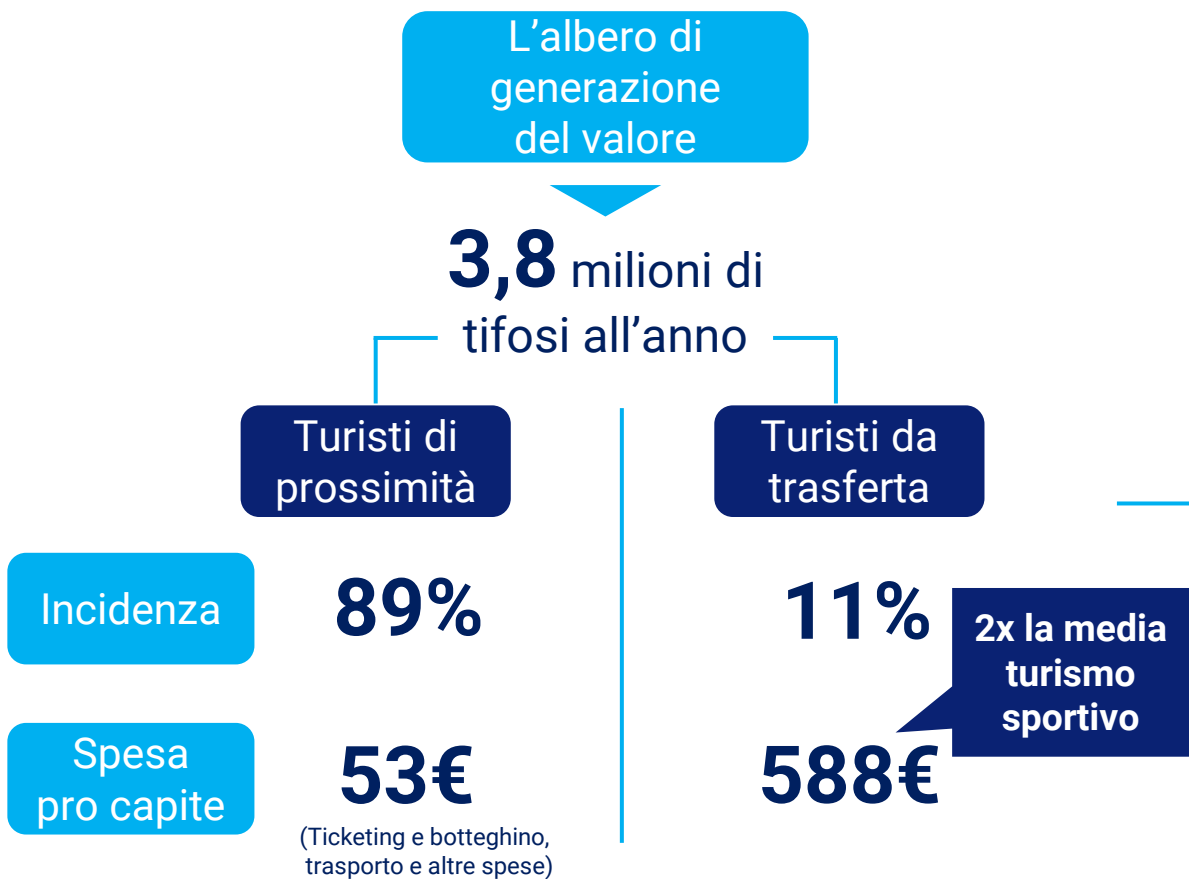
La Serie B genera valore sociale contribuendo **alla prevenzione e al contenimento dei fenomeni di marginalità**, attraverso l'aumento del volontariato, la diffusione di comportamenti improntati alla legalità e la creazione di opportunità di crescita per le giovani generazioni



### Contributo performance sportive (13%)

Il miglioramento delle performance delle squadre di Serie B **si riflette su una maggiore professionalizzazione del sistema**, con un aumento degli stipendi e dell'occupazione diretta e indiretta nel comparto sportivo

La seconda voce per generazione di valore è il **turismo sportivo** (20%), che muove circa **3,8 milioni di persone all'anno** e cuba **oltre 400 milioni di euro** di impatto stimato sul territorio



### Incidenza per categoria di spesa – Dati in %



## | Contenuti

- ❖ Il valore di filiera della Serie B
- ❖ **Il potere propulsivo sullo sport amatoriale**
- ❖ L'appeal per gli investitori nazionali e internazionali



## Che cosa produce il potere attrattivo? E perché è importante per il Paese?

**77%**

i tifosi di club di Serie B che ritengono che **il campionato abbia un ruolo nell'incentivare la pratica sportiva**



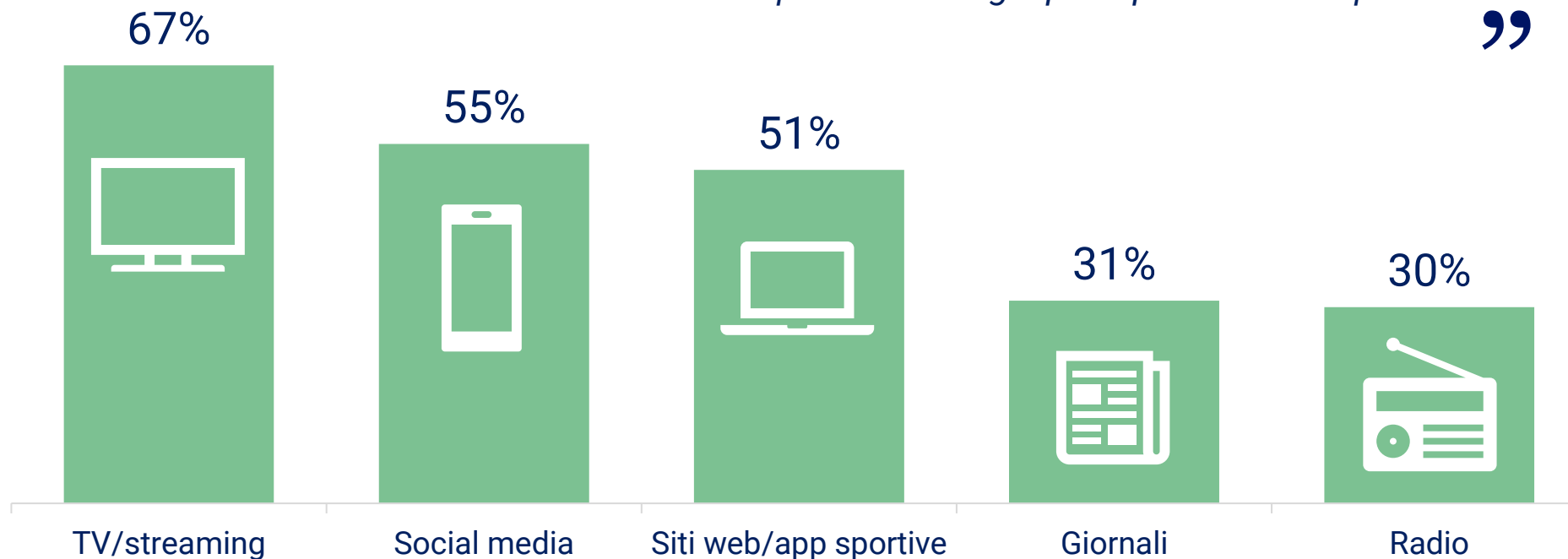
L'attrattività del campionato sullo sport amatoriale ha la possibilità di **generare valore** per:

**1 ECONOMIA**

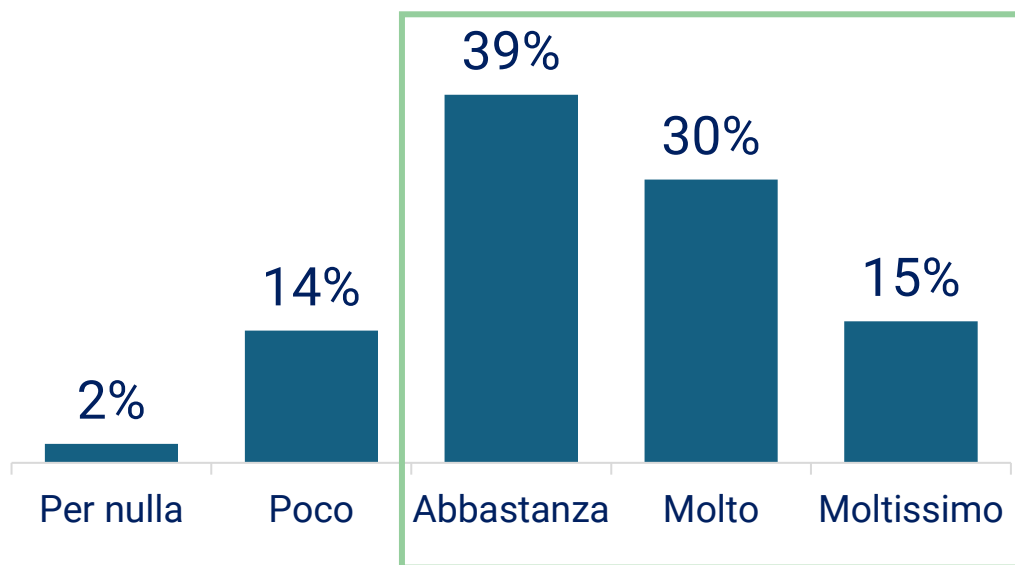
**2 SALUTE E BENESSERE**

**L'appassionato della Serie B non si limita a guardare le partite in tv.**  
 Seguire il club attraverso un **mix bilanciato di canali**, tradizionali e non, è un modo per rimanere sempre aggiornato sulla propria squadra del cuore

“ *Attraverso quali canali segui principalmente la squadra?* ”

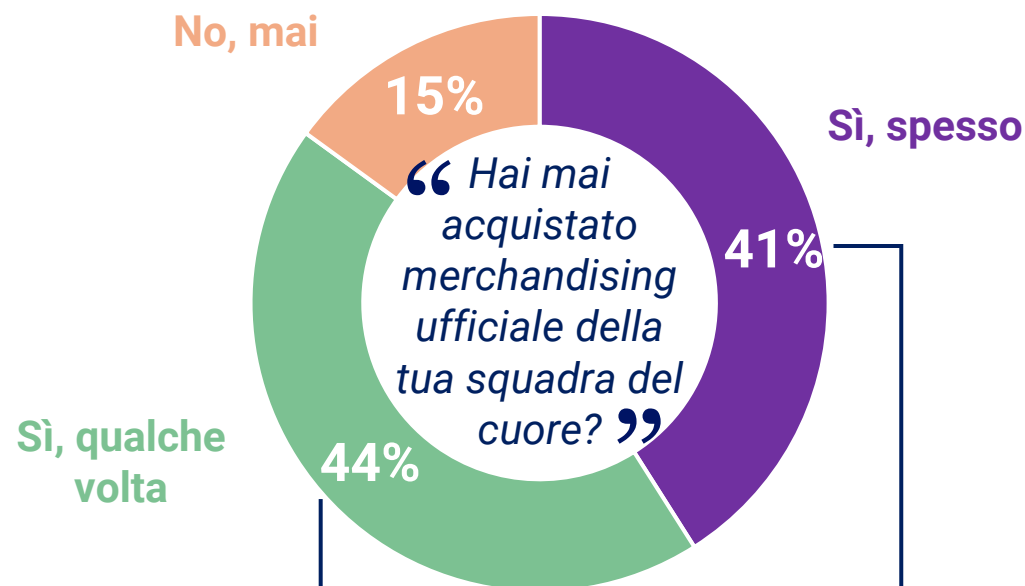


**La Serie B sostiene l'economia dello sport.** Il legame identitario tra club e città di riferimento è forte per l'84% dei tifosi. Il rapporto tifosi-squadra si **traduce in quasi 9 casi su 10 in sostegno attivo**, tra cui l'acquisto di merchandising



**84%**  
Ritiene che il  
legame tra club  
e città sia  
presente

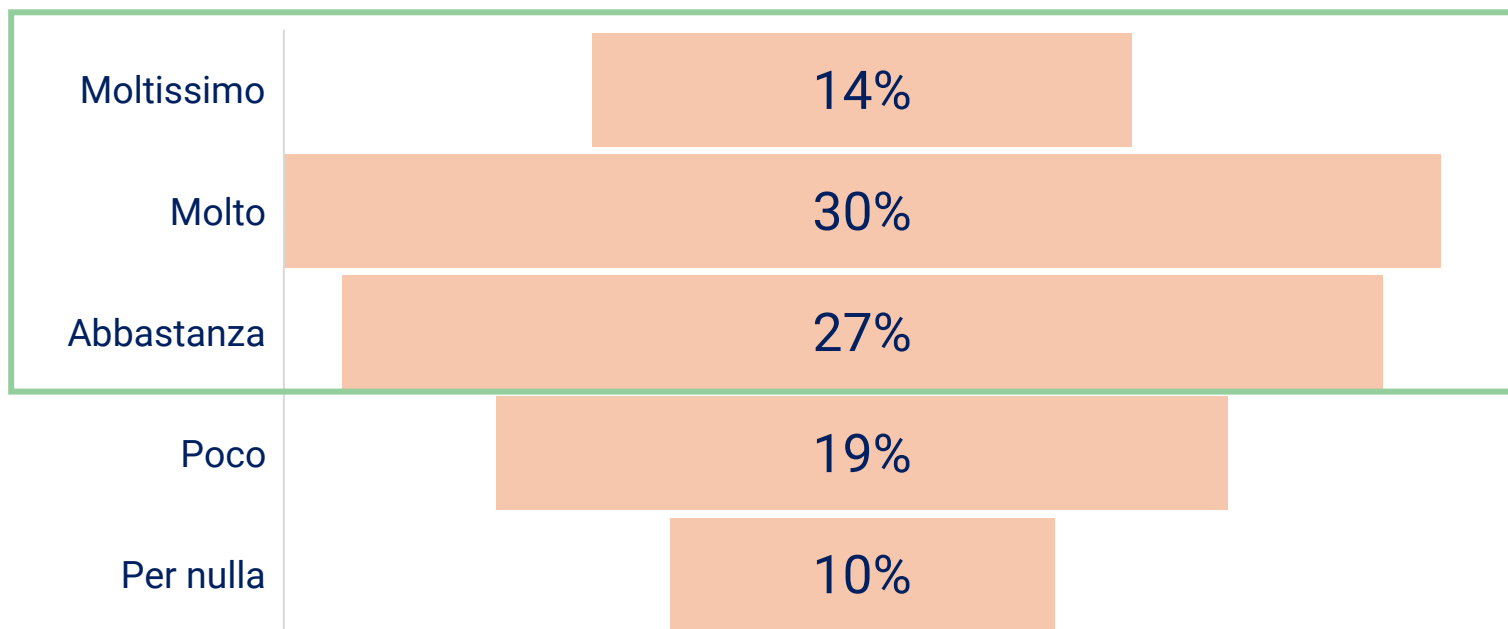
“ Quanto la squadra rappresenta per te un elemento identificativo della sua città di appartenenza? ”



**85%**  
Dichiara di aver acquistato,  
almeno una volta,  
merchandising ufficiale

**La Serie B sostiene salute e benessere delle persone.** Seguire la propria squadra del cuore motiva alla pratica: oltre 2 tifosi di club, militanti nel campionato cadetto, su 3 dichiarano che l'essere *follower* impatta positivamente sulla voglia di fare sport

“ Quanto il seguire la tua squadra del cuore influenza la tua voglia di fare sport? ”

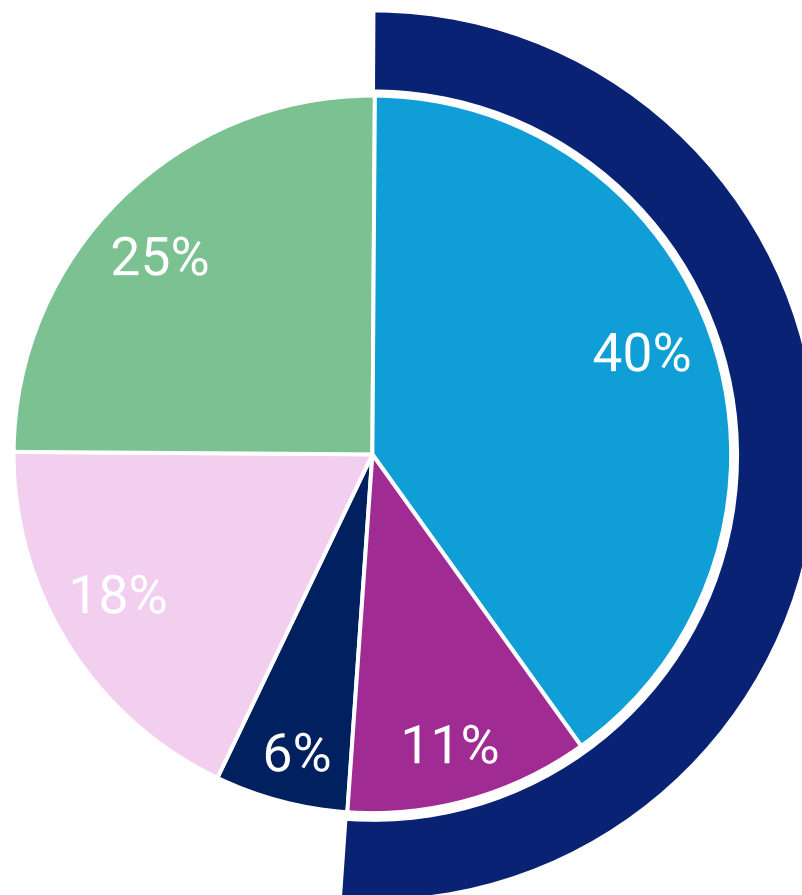


**71%**

Dichiara che **il seguire la propria squadra ha effetti positivi sulla propria voglia di fare sport**

## Le vittorie sul campo fanno da propulsore di sport: un tifoso di club in Serie B su due aumenterebbe in maniera rilevante il proprio coinvolgimento nella pratica sportiva in caso di successo da parte della squadra del cuore

“ Se la tua squadra del cuore dovesse ottenere una promozione/disputare una stagione positiva, quanto aumenterebbe il tuo coinvolgimento personale nella pratica sportiva? ”



**51%**

Dichiara che una **stagione sportiva positiva della propria squadra aumenterebbe in maniera rilevante il proprio coinvolgimento nel praticare sport**



## I club di Serie B possono giocare un ruolo attivo anche fuori dal terreno di gioco. Le società del campionato cadetto investono nel territorio per promuovere l'attività sportiva e riescono a comunicarlo efficacemente agli appassionati: l'**89% dei tifosi ricorda almeno uno tra i progetti sociali dei club**

“

*In che modo la tua squadra del cuore incoraggia la pratica sportiva?*

”



Solo un rispondente su dieci non è a conoscenza delle iniziative fatte dai club, **simbolo di efficacia comunicativa!**

## | Contenuti

- ❖ Il valore di filiera della Serie B
- ❖ Il potere propulsivo sullo sport amatoriale
- ❖ **L'appeal per gli investitori nazionali e internazionali**



La Serie B si conferma un campionato caratterizzato da una **forte eterogeneità proprietaria** tra i 20 club militanti nel torneo, sia dal punto di vista di nazionalità (70% è italiano) che di tipologia degli azionisti principali



### Tipologie di proprietà club di Serie B

<input type="checkbox"/> Holding/gruppo imprenditoriale	<b>30%</b>
<input type="checkbox"/> Imprenditore singolo	<b>30%</b>
<input type="checkbox"/> Famiglia proprietaria	<b>20%</b>
<input type="checkbox"/> Fondo d'investimento	<b>20%</b>

Tanto Made in Italy ma processo di globalizzazione in atto dal 2020

Un assetto ibrido tra sport, business, territorio, tradizione e asset management

Il processo di globalizzazione in atto implica la **necessità di comprendere i razionali** dietro la scelta dell'investimento di un player internazionale, nonché quelli di un acquirente italiano

“

*Quali sono le motivazioni che spingono un investitore, italiano o straniero, ad acquisire la proprietà di un club di Serie B?*

”

## Dall'ingresso nel capitale alle potenzialità infrastrutturali: la Serie B si configura come un mercato attrattivo per investitori domestici e internazionali



**Costo d'ingresso più accessibile della Serie A**

*Efficienza di capitale*



Il fondo **Beckett Layne Ventures** ha colto un'opportunità a Monza: dopo la retrocessione dell'anno passato, l'obiettivo stagionale è riportare subito il club nella massima serie



**Possibilità di turnaround sportivo**

*Club da valorizzare*



L'ingresso di **Gestio Capital** in un club storico e con *fanbase* radicata come la Sampdoria, per garantire stabilità economica e aspirazione sportiva



**Spazio per investimenti infrastrutturali**

*Nuove infrastrutture sportive e commerciali*



Gli investimenti infrastrutturali di **JRL Investment Partners**, tra restyling dello stadio (area hospitality) e museo del Cesena all'interno dell'impianto

# Dal legame territorio-business nascono ulteriori driver, che interessano in modo differente gli investitori italiani e stranieri

## Investitore italiano

### Territorio e Business



Identificazione del business con l'heritage territoriale

Responsabilità sociale e ritorno al territorio



Il legame con Modena della **famiglia Rivetti** è forte: l'investimento nel calcio dopo il successo nella moda con Stone Island



Integrazione con attività industriali e familiari

Sinergie industriali e branding



Il neo-proprietario **Banzato**, nativo di Padova e patron di Acciaierie Venete, che ha prelevato la società dopo la gestione francese

## Investitore Straniero

### Entry point per il mercato italiano



Attrattività globale del brand Italia

Soft power e ingresso nel mercato italiano



Venezia e l'iconicità mondiale del territorio: l'acquisto del club lagunare da parte del consorzio americano **VFC Newco 2020**



Multiproprietà internazionale e «feeder» club

Coltivazione del talento ed economie di scala



L'acquisizione del **City Football Group**: il Palermo entra nel network «City», insieme a realtà come Manchester e New York

**Grazie**



# Avvertenza generale

**LA PRESENTE PUBBLICAZIONE  
È STATA REDATTA DA BANCA IFIS.**

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Banca Ifis affidabili, ma non sono necessariamente complete e non può esserne garantita l'accuratezza.

La presente pubblicazione viene fornita per meri fini di informazione e illustrazione, non costituendo pertanto, in alcun modo, un parere fiscale e di investimento.