



Il Sole 24 Ore

Commenti e inchieste – pagina 34

SPORT MARKETING AWARD

Un premio per l'industria italiana dello sport

di **Laura Di Pillo**

Un premio ai migliori progetti di marketing e comunicazione dedicato ai brand dello sport, con il chiaro obiettivo di sostenere e diffondere i numeri da primato di un settore che significa crescita e occupazione. Parliamo dello Sport marketing award, il riconoscimento voluto da Assosport per le aziende che investono nello sport e sostengono eventi, come ad esempio la candidatura di Roma alle Olimpiadi del 2024 o quella di Cortina per i mondiali di sci del 2021. L'iniziativa è stata presentata ieri nella sede di Confindustria a Roma, alla presenza del presidente del Coni, Giovanni Malagò e del numero uno del Comitato promotore Roma 2024, Luca di Montezemolo, accolti come «ambassador» dello sport.

«Pochi sanno quanto vale veramente lo sport in Italia a livello industriale» ha spiegato Luca Businaro, presidente di Assosport (145 le aziende associate con 12 mila dipendenti e un fatturato aggregato da 4,5 miliardi). «Parliamo di circa 800 imprese ha sottolineato Businaro - per un totale di 9 miliardi di fatturato e 25 mila impiegati solo nel territorio nazionale». Ma non solo. Lo sport in Italia può contare su «10.800 punti vendita su tutto il territorio, con ulteriori 62 mila addetti alla vendita e alla distribuzione». Settore che produce una quota del 1,9% del Pil nazionale. Senza dimenticare il valore economico della comunicazione sportiva. L'investimento globale in sponsorship sportive è valutato tra i 40 e i 50 miliardi di dollari nel 2014 e l'Europa rappresenta almeno il 40% del mercato globale (concentrate soprattutto nel mondo del calcio). Tra i casi presentati dal professor Moreno Mancini dell'università Ca' Foscari

di Venezia quello di Lionel Messi. I compensi del campione argentino, attaccante del Barcellona, nel 2015 sono stati stimati in 65 milioni di euro, di cui 28 milioni derivanti da accordi commerciali.

Il lancio dello Sport Marketing Award ha voluto sottolineare le cifre di un settore che genera un volume d'affari importante e cogliere l'occasione della candidatura di Roma 2024 per dare visibilità al comparto. Il presidente del Comitato promotore Luca di Montezemolo ha ricordato la «vision» di Roma 2024. «Sarà una festa dello sport - ha detto Montezemolo - che in un Paese come il nostro vuol dire un'opportunità straordinaria di crescita e l'occasione per superare scetticismi vari». Saranno ha aggiunto «i Giochi della cultura, della bellezza, dell'innovazione tecnologica, della trasparenza e del lascito per la città». Il progetto italiano ha sottolineato il presidente del Coni Giovanni Malagò «ha una matrice sportiva più delle altre: questa filosofia caratterizza tutto il dossier ed è una carta che ci giochiamo». In corsa con Roma anche Budapest e candidature pesanti come quella di Parigi e Los Angeles.

Le aziende che vorranno partecipare allo Sport marketing award avranno tempo fino al prossimo 20 maggio per candidarsi sul sito web dedicato. Tre i premi individuati che andranno alla miglior campagna di comunicazione integrata, alla migliore strategia di sponsorizzazione, al miglior progetto di retail marketing. Una giuria di esperti valuterà i brand fino a eleggere i vincitori delle varie categorie che saranno premiati con una cerimonia il 30 giugno.