

Comunicato Stampa 13/08/2024

**I TIFOSI DELLA SERIE A DI CALCIO IN ITALIA SONO 25,4 MILIONI.  
LA JUVENTUS È LA SQUADRA CON PIÙ APPASSIONATI.  
CRESCITA IMPORTANTE DI BOLOGNA, ATALANTA E FIORENTINA.**

Sono **25.451.000** i tifosi delle squadre del Campionato di Serie A di calcio al termine della stagione 2023/2024, **con una crescita del 3,9%** rispetto alla stagione 2022/2023 (erano 24.480.000).

I dati sono frutto della ricerca annuale **Sponsor Value** di **StageUp** e **Ipsos**, che nel report per l'avvio della Serie A 2024/25 si è soffermata anche sul trend del tifo tra il 2010 ed il 2024: i tifosi, nel loro complesso - dopo un periodo di contrazione e polarizzazione - **negli ultimi 5 anni hanno ripreso ad aumentare** grazie alla forte crescita dei fan dei 15 club non di maggiori dimensioni (Juventus, Milan, Inter, Roma, Napoli). Nel 2018/19 il fenomeno tifo riguardava il 77% degli interessati al Campionato con una quota dei 5 maggiori club del 88%. Al termine della Stagione **2023/24 il tifo riguarda l'86% degli interessati alla Serie A**, mentre i fan dei 5 maggiori club l'80% del totale.

L'approfondimento sui fan della wave **Sponsor Value** di giugno 2024, evidenzia come la **Juventus** rimanga la squadra che appassiona di più gli italiani sfiorando quota 8 milioni di tifosi, seguita dall'**Inter** (4,1 milioni), dal **Milan** (3,8 milioni), dal **Napoli** (2,9 milioni) e dalla **Roma** (quasi 1,8 milioni). Tra le squadre squadre che hanno fatto registrare la crescita maggiore nell'ultima stagione emergono, anche grazie ai risultati conseguiti, il **Bologna** (+47%), seguito a distanza da **Empoli** (+19%), **Atalanta** (+18%), **Verona** (+16%) e **Fiorentina** (+14%). *(Nella pagina successiva le dimensioni dei bacini di tutte le squadre che hanno partecipato al Campionato di Serie A 2023/2024).*

**Sponsor Value** realizzata da **StageUp** in partnership con **Ipsos** è considerata **l'auditel degli eventi sportivi e spettacolistici italiani** e monitora, dal 2000, il seguito, l'attitudine mediatica, l'immagine, il ritorno degli sponsor e i bacini di tifo dei principali eventi sportivi italiani e internazionali come, ad esempio, la Serie A di Calcio, Basket e Volley passando per la F1 e la MotoGP.

**DICHIARAZIONE DI GIOVANNI PALAZZI (Presidente StageUp)**

"L'edizione 2024 della Ricerca **Sponsor Value** di **StageUp** e **Ipsos** conferma la grande passione degli italiani per il calcio e il **tifo** come **fenomeno sociale complesso** che rappresenta, in un mondo di valori deboli, un potente strumento di identificazione collettiva, socialità, appartenenza ad un territorio. Una **risorsa importante** anche per l'economia locale per l'indotto generato, ma anche per il coinvolgimento indiretto delle aziende per le quali il club diventa il portabandiera di un territorio. Questo, nonostante il tifo debba fare i conti con una maggiore **mobilità della fede calcistica**, una **forte mediatizzazione** e una **internazionalizzazione** che porta i fan ad avvicinarsi anche a team esteri. L'importante crescita del seguito di **Bologna**, **Atalanta** e **Fiorentina** dimostrano che gli investimenti che permettono maggiore competitività rendono lo spettacolo più avvincente, favoriscono l'avvicinamento emotivo ad un club accelerando al tempo stesso la capacità di generare ricavi, creare posti di lavoro e favorire lo sviluppo locale."

**PER ULTERIORI INFORMAZIONI E APPROFONDIMENTI**

**StageUp Srl**

Giacomo Bianchi

giacomo.bianchi@stageup.com

Cell. + 39 392.74.09.787

## I TIFOSI DELLE SQUADRE DI SERIE A 2023/2024

Squadra	Stagione 23/24	Stagione 22/23	Delta %
JUVENTUS	<b>7.975.000</b>	7.897.000	+1,0%
INTER	<b>4.109.000</b>	4.017.500	+2,0%
MILAN	<b>3.807.000</b>	3.943.000	-3,0%
NAPOLI	<b>2.904.000</b>	3.010.000	-4,0%
ROMA	<b>1.799.000</b>	1.804.000	=
FIorentina	<b>727.000</b>	639.000	+14,0%
LAZIO	<b>707.000</b>	684.000	+3,0%
CAGLIARI	<b>567.000</b>		
TORINO	<b>462.000</b>	452.000	+2,0%
BOLOGNA	<b>389.000</b>	264.000	+47,0%
ATALANTA	<b>386.000</b>	327.000	+18,0%
GENOA	<b>347.000</b>		
LECCE	<b>310.000</b>	288.000	+8,0%
VERONA	<b>227.000</b>	195.000	+16,0%
UDINESE	<b>204.000</b>	202.000	+1,0%
SALERNITANA	<b>182.000</b>	186.000	-2,0%
MONZA	<b>125.000</b>	145.000	-14,0%
FROSINONE	<b>82.000</b>		
SASSUOLO	<b>73.000</b>	68.000	+7,0%
EMPOLI	<b>69.000</b>	58.000	+19,0%

## I TIFOSI DELLE NEOPROMOSSE (stime)

Squadra	Stagione 23/24
VENEZIA	<b>175.000</b>
COMO	<b>154.000</b>
PARMA	<b>138.000</b>

**Fonte: StageUp /Ipsos**

**STAGEUP**, nata nel 2000, è tra le aziende di riferimento a capitale italiano nei servizi di ricerca e advising nei mercati dello sport, della cultura e dello spettacolo. Offre servizi sull'intera catena del valore dei clienti (sponsor, televisioni, sport maker, produttori di eventi culturali e di spettacolo, concessionarie, centri media ed enti pubblici): ideazione, strategia, progettazione, pianificazione e controllo, negoziazione, buying e commercializzazione. Nel marzo 2022 ha lanciato ChainOn ([www.chainon.it](http://www.chainon.it)), il marketplace della sponsorizzazione basato su blockchain e intelligenza artificiale.

**IPSOS** è una delle società leader a livello mondiale nei servizi di ricerca demoscopica e di mercato. Il Gruppo, quotato alla Borsa di Parigi, nasce in Francia nel 1975 ed è attualmente presente in 89 Paesi, con oltre 16.000 dipendenti che sviluppano un fatturato di 1,8 miliardi di euro. Ipsos Italia occupa circa 300 professionisti che gestiscono, ogni anno, più di 2.000 progetti di ricerca per conto di oltre 400 clienti.

**SPONSOR VALUE** è una ricerca multicliente periodica realizzata da StageUp e Ipsos (tra le società leader nel Mondo nelle ricerche di mercato, quotata alla Borsa di Parigi) che ha preso avvio nella stagione agonistica 2000/01. Monitora i principali eventi sportivi italiani e internazionali come, ad esempio, la Serie A di calcio, basket e volley passando per la F1 e il MotoGp. Analizza: (i) l'interesse e la passione degli italiani per i principali eventi sportivi; (ii) il profilo socio-demografico degli interessati, le modalità di seguito e il posizionamento valoriale di ciascun evento; (iii) l'atteggiamento degli interessati verso le sponsorizzazioni; (iv) il modello di consumo degli eventi; (v) la notorietà, l'impatto sulla brand equity e la predisposizione all'acquisto indotta verso le aziende sponsor; (vi) il ritorno dell'investimento delle sponsorizzazioni; (vii) la numerosità, il target e il preferenze di acquisto dei tifosi dei massimi campionati di calcio, basket e volley.