

**I FATTORI DI
OFFERTA SPORTIVA
ALLE AZIENDE**





AGENDA

- 01** LA SQUADRA/ATLETA/EVENTO
COME MEDIA DI COMUNICAZIONE
- 02** IL PREZZO E LA VALORIZZAZIONE DELLA
SPONSORIZZAZIONE
- 03** LA COMUNICAZIONE ALLE AZIENDE
- 04** L'ATTIVITÀ DI VENDITA
- 05** LA GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI SPONSOR



**01. LA SQUADRA/ATLETA/EVENTO
COME MEDIA DI COMUNICAZIONE**

UNA SOCIETÀ SPORTIVA PUÒ OFFRIRE:

SPAZI

Spazio fisico all'interno del quale il logo dell'azienda, o del suo prodotto ,può trovare collocazione e disposizione.

Le tipologie di spazio offerte sono:

- **Owned Communication:** spazi gestiti direttamente dalla società sportive; (es. striscione o Rollup c./sso Stadio della Vittoria - Bari)
- **Earned Communication:** spazi ottenuti dalla società sportiva, ma non direttamente gestiti; (ec. rollup da utilizzare negli eventi a cui partecipiamo)
- **Paid Communication:** spazi a pagamento inseriti nella comunicazione della società sportiva

SERVIZI

Momenti ed occasioni in cui il logo,o il prodotto dello sponsor possono apparire su:

- **Sito Web:**
www.navysealsbari.it
- **Canali Social:**
Instagram
TikTok
YouTube
Facebook
- Area Hospitality Stadio:
Stadio della Vittoria - Bari
- Foto Ufficiale.

CONTO TERZI

Possiamo acquistare Prodotti e servizi conto terzi di interesse dell'azienda / Sponsor consentendo all'azienda la totale deducibilità del costo.(es. Stampe grafiche, materiale fieristico, servizi pubblicitari con agenzie tradizionali)



Benefici nel sponsorizzare i Navy Seals Bari

1. Campagne vendita prodotti servizi sul territorio, o target del team
2. Campagna per valorizzare il Brand
3. Risparmio Fiscale

1. Campagne vendita prodotti servizi sul territorio o target gestito dal team



Molte aziende, che per fare business devono vendere prodotti e servizi, decidono pertanto di allestire campagne **pubbлицitarie** più o meno costose per ricavarne introiti economici e, nel contempo, crearsi dei costi per abbassare il proprio utile e quindi pagare meno tasse.

Con i Selas si può disporre di una soluzione economica ed efficace che contiene anche delle risorse uomo per la produzione di contenuti, oltre che dei professionisti in grado di realizzare contenuti Marketing professionali.

Abbiamo maturato diverse partnership che ci consentono di realizzare contenuti professionali per meglio veicolare il prodotto servizio

Partecipiamo a campionati a livello nazionale, estendendo la visibilità del prodotto servizio anche oltre il territorio all'intera comunità del Football Americano in Italia.

Inoltre in caso di Business affini al target di utenza gestito dal team sarà possibili individuare nuovi clienti tra gli atleti e loro rete di contatti.



2. Campagna per valorizzare il Brand



Alcune nostre attività Social:

- Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Dirette social per incrociare i diversi target di utenti con tanti video



+ di 4.000 Visualizzazioni solo su Instagram



+ di 18.000 Visualizzazioni solo su Instagram



- Generatori di contenuti: Oggi le società di marketing e le aziende hanno grande difficoltà a creare contenuti attrattivi. I Seals ed il Football Americano sono un contenuto fortemente attrattivo (FIGO da vedere)

3. Risparmio Fiscale (totale deducibilità)



Le spese per le sponsorizzazioni risultano essere **interamente deducibili** ed equiparate, dal nostro ordinamento, a quelle di **pubblicità** se la sponsorizzazione rispetta alcune **regole fondamentali** che andrò ad evidenziare in questo articolo.

Sempre per lo sponsor, ai fini IVA, se l'importo della sponsorizzazione rientra tra le spese pubblicitarie l'imposta diventa detraibile

Vantaggi:

- 1) Deducibilità IRPEF per i soci
- 2) Deducibilità imposte sugli Utili di esercizio

Aliquota IRPEF Dal 2022

Scaglioni di reddito (€)	Aliquota	Imposta dovuta
fino a 15.000	23%	23%, 0% se il reddito è inferiore alla no tax area (1.500 per i lavoratori autonomi)
da 15.000,01 a 28.000	25%	3.450 € + 25% sulla parte eccedente i 15.000 €
da 28.000,01 a 50.000	35%	6.700 € + 35% sulla parte eccedente i 28.000 €
oltre 50.000	43%	14.400 € + 43% sulla parte eccedente i 50.000 €

Esempio Società di capitale (Srl, Srls, Spa)



Quindi se la tassazione sugli utili di una SRL oggi è al 27 % significa che puoi abbattere quel 27% con la totalità della sponsorizzazione.

Su ogni 10.000 € di utile => Hai imposte per 2.700 €

Hai un socio occulto che si porta via il 27 % dei tuoi Utili senza offrire alcun contributo al tuo Business.

Puoi evitare questo con una sponsorizzazione che quantomeno produce un effetto di visibilità e fidelizzazione sul territorio.

E se sei una ditta individuale La quota di utile netto del socio, va ad alimentare la Base imponibile IRPEF persone fisiche riferita al Socio, in particolare nella categoria "Redditi d'Impresa".

Il reddito prodotto dall'impresa è quindi attribuito a ciascun socio, indipendentemente dalla effettiva percezione, in proporzione alla quota di partecipazione degli utili.

Facendo un rapido calcolo, se una S.r.l. paga normalmente il 27% di tasse sugli utili di esercizio, e una società sportiva dilettantistica soltanto il 5%, "girando" una sostanziale fetta dell'utile di una S.r.l. ad una A.S.D., è possibile ottenere un risparmio in termini di imposte veramente elevato.

Maggiori info su: <https://www.navysealsbari.it/p.php/8670/Deducibilita.html>

Esempio Società di persone (Ss, Sas, Snc, ...)



Tizio è socio al 50% di una snc. L'utile della Snc anche se non ancora distribuito è di 100.000€.
La quota spettante al socio come Reddito di Impresa è così pari a 50.000€.

Tizio ha inoltre ha Redditi fondiari per 25.000 €.

Ha oneri deducibili per rendita catastale dell'immobile destinato ad abitazione principale e per contributi a fondi integrativi del SSN per un totale di 1.500 € .

+ Reddito complessivo (al netto degli utili derivante da partecipazioni) – Oneri deducibile = Reddito Netto Imponibile

Il suo Reddito imponibile netto è pari a **23.500 €** .

I 50.000 € aggiuntivi derivanti da utili per partecipazioni, vanno quindi a sommarsi ai 23.500 €

L'aliquota marginale per il calcolo della tassazione del socio parte quindi da una base di 23.500 €.

I 50.000 € di utile saranno così tassati: 15.000€ saranno tassati al 23% (3.450 €), 13.000 € al 25% (3.250 €), e i rimanenti 22.000 € al 35% (7.700 €).

L'imposta totale sui 50.000 € è di 14.400, quindi l'utile finale per i redditi da partecipazione dell'imprenditore è pari a 35.600 €.

Con questo passaggio riusciamo quindi a capire quanto è l'utile finale per il socio , derivante dalla sua partecipazione ad una SNC.

Maggiori info su: <https://www.navysealsbari.it/p.php/8670/Deducibilita.html>



LA SQUADRA/ATLETA/EVENTO COME MEDIA DI COMUNICAZIONE

La notevole diffusione dello sport ha permesso alle società sportive di avere a disposizione la possibilità di veicolare l'immagine e/o i prodotti di altre aziende.

La capacità di poter essere un potente mezzo di comunicazione chiaro e coinvolgente assicura forti vantaggi nei confronti di altri mezzi tradizionali.

Al cliente business è offerto un certo ammontare di utenti interessati a seguire una squadra, un atleta, un evento, ecc. e che tendono a collegare il nome dello sponsor con il soggetto sportivo.





02. Il Prezzo e la valorizzazione della sponsorizzazione



Valori del Football Americano che condivideremo nella sponsorizzazione



In quanto veicolo marketing esaltiamo i valori del tuo prodotto servizio incrociandoli con quelli del Football Americano:

- Inclusività (Abbiamo praticanti di ogni costituzione corporea e genere)
 - Praticanti di ogni stazza (Alti, bassi, magri, grassi)
 - Partecipanti di diverse etnie ed estrazioni sociali (Cubano, ...)
 - Praticanti single e con famiglia e figli
 - Praticanti di sesso Femminile
 - Praticanti minori 18 Anni
- Dedizione ed impegno
 - Dedichiamo 3 gg a settimana agli allenamenti e gli altri giorni in palestra o comunque sempre dediti
- Disciplina e rispetto delle regole
 - Pratichiamo uno sport estremamente regolato da schemi e organizzazione maniacale.
 - Denso di regole dentro e fuori dal campo che normano ogni fase del gioco
- Cuore e passione (siamo tutti volontari e paghiamo quota associativa)
 - Attività volontaria
 - Paghiamo quota associativa mensile per auto finanziarci
- Preparazione:
 - Coach Certificati a livello federale (FIDAF) [Coaching Staff](#)

02. Il Prezzo e la valorizzazione della sponsorizzazione

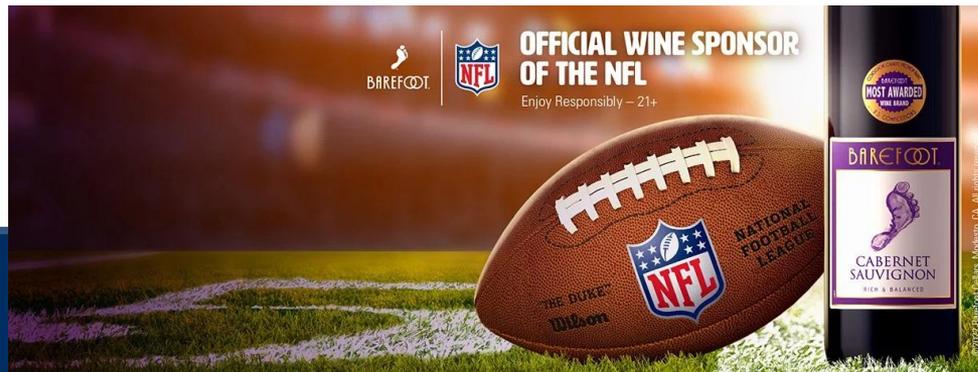


Il prezzo della sponsorizzazione è definito in funzione delle attività da porre in essere per incontrare la buona soddisfazione dello sponsor in funzione dell'entità economica della sponsorizzazione, di seguito alcuni esempi:

Importo	Attività	Ritorno atteso
1.000 €	Promozione sui canali Online	Aumento visibilità del Brand
2.000 €	Banner (300 x100) Stadio della Vittoria per tutta la durata dell'Anno Servizi di promozione Online con logo visibile nelle attività di promozione del Team	Aumento visibilità del Brand Risultati di visibilità Fidelizzazione dei clienti Effetto di azienda Etica
5.000 €	Banner (300 x100) Stadio della Vittoria per tutta la durata dell'Anno Servizi di promozione Online con Reel dedicati al prodotto/servizio da promuovere	Aumento visibilità del Brand Risultati di visibilità Fidelizzazione dei clienti Effetto di azienda Etica
15.000 €	Banner (300 x 100 cm) + Roll Up (100 cm) + Logo sulla divisa da Gioco Stadio della Vittoria per tutta la durata dell'Anno Campagna Marketing dedicata con calendarizzazione delle attività marketing Partecipazione ad eventi	Aumento visibilità del Brand Risultati di visibilità Fidelizzazione dei clienti Effetto di azienda Etica Ricadute sulle Vendite
XXX €	Da concordare	



03. La comunicazione delle Aziende



03. La comunicazione delle Aziende



La comunicazione per essere efficace deve caricarsi di uno o più valori caratterizzanti, e se questi valori vengono associati ad attività motorie sono spesso più comprensibili perchè associano un'attività visiva ad un valore spesso intangibile.

Per questo è opportuno verificare l'aderenza del prodotto servizio o Brand da promuovere con i valori evidenziati dal Football Americano, così da individuare la migliore strategia per assicurare allo sponsor delle attività affini ai propri valori condivisi con i Navy Seals Bari.

04. L'attività di vendita



04. L'attività di vendita



L'attività di vendita dello sponsor può essere veicolata sia sulle campagne social con promo dedicate che sull'indotto dei membri del team e loro parenti previo coupon dedicato:

- 1) Vendo online sfruttando la visibilità del team sui canali social con possibile collegamento a strumenti di e-commerce dello sponsor o del Team
- 2) Vendo offline con un numero di coupon riservato ai membri del team che potranno distribuirli ai loro contatti per favorire l'acquisto dei beni distribuiti dallo sponsor
- 3) Vendita servizi tramite la realizzazione di convenzioni con il team che segnalerà i membri che intendono fruire dei servizi in quanto parte del gruppo dei Navy seals Bari



05. Gestione rapporti con gli Sponsor



05. Gestione rapporti con gli Sponsor



Oltre a garantire la massima visibilità possibile attraverso i canali di comunicazione gestiti dal Team si garantisce il pieno coinvolgimento ad attività straordinarie come manifestazioni o apparizioni pubbliche che possono favorire la visibilità dello sponsor in contesti più peculiari:

- 1) Settimana Bianca dello sport a Modugno
- 2) Eventi in Piazza a Bari e provincia
- 3) Eventi in spiaggia o altre aree pubbliche
- 4) Partecipazione ad inaugurazioni e fiere (Es. Fiera del Levante)

Inoltre agli sponsor viene rendicontato periodicamente con opportuno materiale fotografico la relativa visibilità negli eventi ordinari e straordinari gestiti dal Team dei Navy Seals Bari.