

Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro

+ Cruzeiro, Grêmio e Vasco

2022



IBOPE | REPUCOM





Arthur Bernardo Neto
Head do IBOPE Repucom

Desde o início da temporada 2022 até o término do Campeonato Brasileiro, os 20 clubes da Série A estamparam 159 patrocinadores diferentes em seus uniformes, volume 8% menor em relação a 2021 (172), resultando em uma média de 8 marcas patrocinadoras por clube. Dois motivos principais explicam o decréscimo no volume de marcas patrocinadoras na última temporada: o descenso para a Série B de duas das cinco equipes com maior volume de patrocinadores em 2021 e a diminuição de 58% no volume de patrocínios pontuais em 2022 (20 patrocínios pontuais) em comparação a 2021 (48).

A taxa de permanência das marcas patrocinadoras em na Série A superou os 50% pelo segundo ano consecutivo, onde 5 a cada 10 marcas que patrocinaram algum clube em 2021, seja em acordos regulares, pontuais ou fornecedores de material esportivo, seguiram como patrocinadoras em 2022.

O segmento de *Apostas Esportivas* aumentou sua presença em patrocínios na última temporada em 45%, ampliando os 11 contratos de 2021 para 16 em 2022. O setor também liderou em volume de marcas e contratos de patrocínios-máster na Série A, com 11 patrocínios de 7 marcas diferentes na propriedade mais nobre do uniforme.

Em contrapartida, o setor “Imobiliário, Construção e Acabamentos” passou de 30 marcas em 2021 para 18 no último ano, embora permaneça na liderança como o maior setor em volume de marcas, seguido pelo “Setor Financeiro” com 18 marcas distintas patrocinando nosso futebol em 2022.

Esperamos que este estudo seja útil em seus planejamentos e ações comerciais e desejamos um 2023 de sucesso para todo o mercado do futebol brasileiro.

Boa leitura.

Evolução do volume de marcas patrocinadoras de uniforme

20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro (2017-2022)



Var. % YoY – variação do volume de marcas únicas em relação ao ano anterior

Taxa de permanência – Percentual de marcas que permaneceram como patrocinadoras de camisa no ano em questão em relação ao ano anterior

* Período de análise se estendeu até o final do Brasileirão em fevereiro de 2021

PATROCÍNIOS

Por propriedade do uniforme de jogo

CLUBE	AMÉRICA MG	ATHLETICO PR	ATLÉTICO GO	ATLÉTICO MG	AVAI	BOTAFOGO	CEARÁ	CORINTHIANS	CUIABÁ	FLAMENGO	FLUMINENSE	FORTALEZA	GOIÁS	INTERNACIONAL	JUVENTUDE	PALMEIRAS	RED BULL BRAGANTINO	SANTOS	SÃO PAULO	CRUZEIRO	GRÊMIO	VASCO
MATERIAL ESPORTIVO																						
FRENTE																						
FRENTE SUPERIOR																						
LATERAL																						
BARRA FRONTAL																						
MANGAS																						
COSTAS																						
BARRA TRASEIRA																						
NUMERAÇÃO																						
CALÇÃO																						
MEIAO																						

Patrocínio atual do time

Propriedade anterior do patrocínio atual

Patrocínio pontual

Encerrou o contrato durante a temporada 2022

Key Insights Geral



25 patrocínios másters foram identificados no ano de 2022, 1 a mais do que em 2021. Destes, 2 contratos foram pontuais e apenas três foram encerrados durante a temporada.



28 patrocínios foram encerrados durante o ano, uma queda de 36% em relação a última temporada (44). Botafogo liderou o encerramento de contratos durante 2022.



Houve 20 contratos de patrocínios pontuais no ano de 2022, volume 58% menor que na temporada de 2021 (48), retornando aos patamares da temporada 2020 (23).



Em 2022, 7 clubes usaram marca própria de material esportivo, mesmo patamar que em 2021 (6). São eles: América MG, Atlético Goianiense, Ceará, Coritiba, Fortaleza, Goiás e Juventude.



As propriedades mais utilizadas foram a Frente Superior e o Calção, com 37 e 35 marcas expostas respectivamente. Em 2021, a frente superior também foi a mais explorada, com 56 marcas.



Assim como nos últimos três anos, em 2022 a *Lateral da Camisa* foi a propriedade menos explorada, com exposições no Atlético-MG, Ceará, Coritiba e Juventude.



As marcas que patrocinaram mais equipes diferentes em 2022 foram:
1º Pixbet (6)
2º Unimed (5)
3º BitCi (4)



Os clubes com maior quantidade de patrocínios diferentes em 2022 foram: Fortaleza (20), Ceará (16), Juventude (14), Atlético MG (14) e Santos (13). O Fortaleza lidera neste quesito desde 2019.

SEGMENTOS

Segmento de mercado dos patrocinadores

Key Insights Segmentos de mercado



Os 5 segmentos mais presentes em 2022 foram: “Imobiliário, construção e acabamento” (19 marcas únicas), “Setor Financeiro” (18), “Apostas Esportivas” (16), “Serviços de Saúde” (15) e Varejo (9).



O setor “Apostas Esportivas” se destacou ao contabilizar 16 marcas diferentes no patrocínio de uniformes da Série A ao longo de 2022, um crescimento de 45% em relação a 2021 (11).



O setor de “Alimentação” apresentou a maior retração entre os principais setores ao registrar 6 marcas diferentes ao longo de 2022, uma diminuição de 57% em relação a 2021 (14).

PATROCÍNIO MASTER

Na propriedade mais nobre do uniforme, lideram os Sites de Apostas Esportivas com 11 patrocínios de 7 marcas diferentes, seguido pelo Setor Financeiro com 8 acordos de 6 marcas diferentes.



O Setor Financeiro totalizou 19 marcas diferentes, distribuídas em 42 acordos de patrocínio, durante 2022. Em 2021 foram 20 marcas deste segmento.



Mais uma vez a Umbro foi a principal fornecedora de material esportivo, com 5 times (em 2021 foram 7). A Adidas ocupa a segunda colocação, com 3 equipes da Série A.



O Banrisul, Banco de Brasília, Governo do Ceará e Prefeitura de Fortaleza foram as únicas empresas públicas dentre todos os patrocinadores da Série A em 2022.



Efeito do contexto da pandemia, o setor de Serviços de Saúde permanece em evidência em 2022. Ao todo foram 16 marcas, representando uma diminuição de 20% em relação ao ano de 2021.

Imobiliário, Construção e Acabamento (19)

1º -37% marcas únicas que em 2021 (30)



2º

Setor Financeiro* (18)

-10% marcas únicas que em 2021 (20)



3º

Apostas esportivas (16)

+45% marcas únicas que em 2021 (11)



abc
da construção

apodi
CIMENTO

brasilit
SAINT-GOBAIN

CAUÊ

CL7
IMÓVEIS

CORR PLASTIK
TUBOS E CONEXÕES

CROSSFOX ELÉTRICA

DIRECIONAL
engenharia

GOIÁS
CIMENTO DE RACIA

JAGUAR
TINTAS

maxgrass
GRAMA SINTÉTICA

moura dubeux

MRV
Engenharia

quartzolit
SAINT-GOBAIN

TEK BOND
SAINT-GOBAIN

TELASRS

VECTRA

WAM

VVOA

ASSIST CARD

AUTO TRUCK

BRB
BANCO DE BRASÍLIA

Banrisul

BINANCE

Bitci

Bitso

BMG

crefisa

cvpar
business capita

FORTE ALIANÇA

INTER

MERCADO BITCOIN

Multimarcas
(31) 3036-1666

mundiale

Sicredi

sum up®

vero

.3
AMULETOBET

BETANO

betcris

Betmotion! **BETPIX365** .COM **betsson**

betsul

blaze

dafabet



ESTRELA BET

galera.bet

LuckSports.bet

MARSBET

NetBet

pixbet

Sportsbet.io

* Bancos tradicionais e digitais, financeiras, consórcios, capitalização, seguros ou meios de pagamento.

Obs.: Para trazer um panorama mais completo, as listagens acima contém as marcas patrocinadoras de Cruzeiro, Grêmio e Vasco na temporada.

4º

Serviços de Saúde (15)
-25% que em 2021 (20)



5º

Varejo (9)
Mesma quantidade que em 2021 (9)



6º

Alimentação (6)
-57% marcas únicas que em 2021 (14)



BENEGRIP

Cartão de TODOS

Centrum

ENERGICLIN

Epocher

fátima
Saúde

hapvida
Faz bem pra você

HEBRON

HOSPITAL DE CLÍNICAS
ITAJUBÁ - MG

Hospital na
Residência

neo
química

NEODENT

SAMOC
Saúde

Unilife
Vitamins

Unimed

Freitas
varejo
Desde 1988

GAZIN
COLCHÕES

HAVAN

americanas

PROSOCKS
A MEIA DOS ATLETAS

SUPERMERCADOS
BH

SPANI

zenir
MÓVEIS

Z
ZINZANE

Cristal
ALIMENTOS

FRESCATTO

Kicaldo

Kodilar

MARQUESPAÑ
ALIMENTOS

NUTRATA
SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS

Frente (máster)



Em 2022, na propriedade mais nobre do uniforme, lideram os Sites de Apostas Esportivas com 11 patrocínios de 7 marcas diferentes, seguido pelo Setor Financeiro com 8 acordos de 6 marcas diferentes.

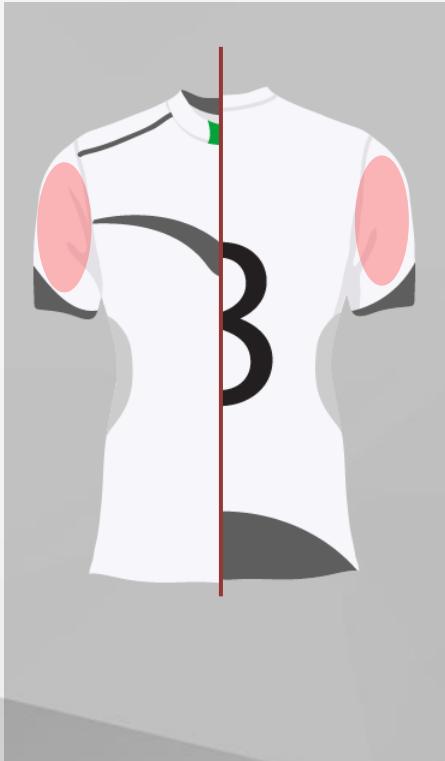
Dos 20 clubes, 10 contaram com apoio de empresas de Apostas Esportivas.

8 clubes terminaram a temporada 2022 com patrocínios de marcas deste Setor. Destaque para a Pixbet, na propriedade máster em 5 clubes



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Mangas



Havan e Betcris investiram nesta propriedade em mais de um clube. A Havan no Atlético-Paranaense e Flamengo, e a Betcris nas mangas de Ceará e Fortaleza.

Também há a MRV, nas mangas de Atlético Mineiro e figurou nesta propriedade do Fortaleza em certo momento da temporada.

Todos os 20 clubes encerraram a temporada 2022 com patrocinadores ativos nesta propriedade.

Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.



Costas



Propriedade muito utilizada por patrocínios regulares, 16 clubes encerraram a temporada com contratos ativos.

Brisanet e Gazin são as únicas marcas a patrocinarem mais de um clube nesta propriedade com Ceará e Fortaleza, e Fluminense e Goiás, respectivamente.

Atualmente, Atlético Goianiense, Botafogo, Corinthians e Red Bull Bragantino não contam com patrocinadores para esta propriedade.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Fornecedor de Material Esportivo



Na temporada 2022, mais uma vez a Umbro dominou a categoria de fornecedor de material esportivo. Ao todo, 5 times estamparam a marca durante a temporada. A Adidas aparece na sequência com 4 clubes. Nike e Puma possuem contrato com apenas um clube cada.

América Mineiro, Atlético Goianiense, Ceará, Coritiba, Fortaleza, Goiás e Juventude foram os 6 clubes que estamparam marcas próprias este ano e permanece a maior concentração (30%) deste modelo na Série A da série histórica.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Frente Superior



Dentre todos as propriedades analisadas no estudo, a frente superior foi a mais utilizada, ao todo 34 marcas diferentes apareceram nessa posição 37 vezes, dentre contratos regulares, pontuais e contratos que se encerraram durante 2022.

Quatro clubes não encerraram o ano com patrocinadores nesta propriedade: Botafogo, Cuiabá, Red Bull Bragantino e São Paulo.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Barra Traseira



A Unimed foi o patrocinador que mais utilizou a propriedade durante a temporada, fazendo-se presente em 5 clubes: Atlético Goianiense, Ceará, Fortaleza, Goiás e Internacional. Atualmente é o segundo patrocinador com exposição em mais clubes diferentes.

Ceará, Cuiabá e Internacional encerraram a temporada exibindo mais de uma marca nesta propriedade simultaneamente.



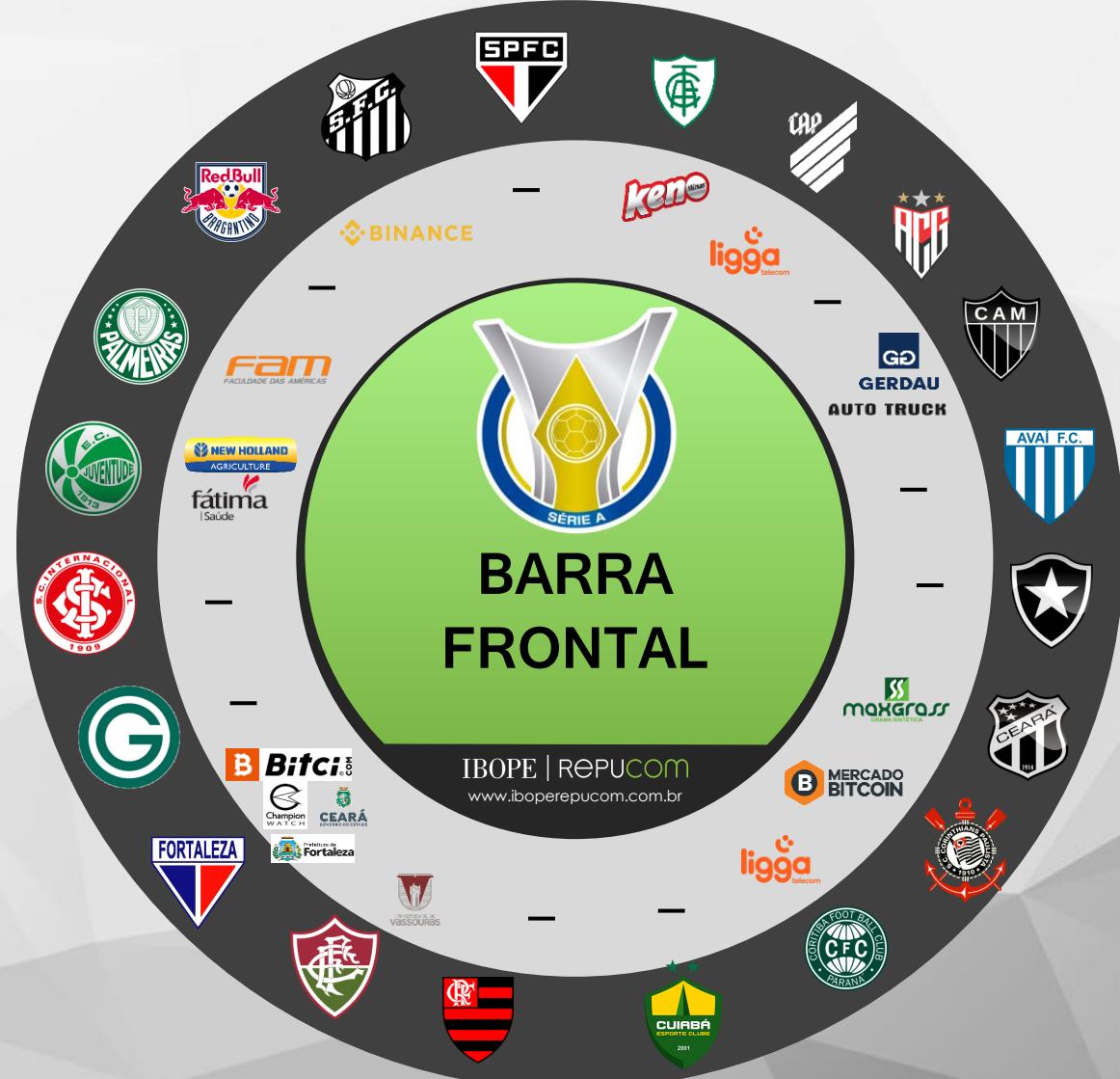
Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Barra Frontal



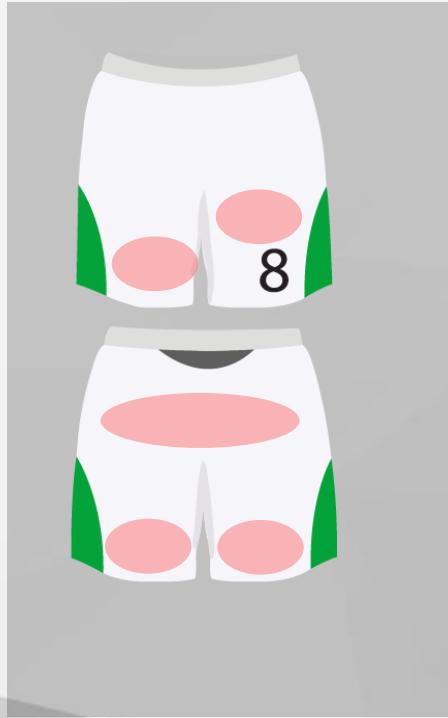
Pelo segundo ano consecutivo, apenas 11 clubes encerraram o ano com patrocinadores ativos nesta propriedade de seus uniformes.

Atlético Mineiro, Fortaleza e Juventude se destacaram ao estampar dois patrocinadores ou mais nesta propriedade ao final da última temporada.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Calção



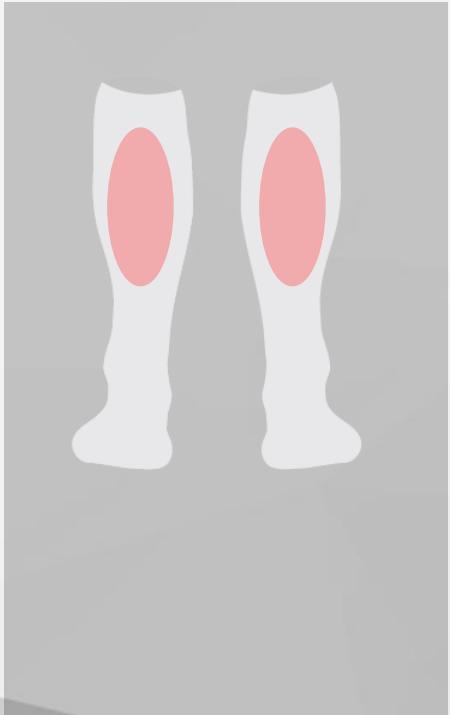
A propriedade “calção” terminou a temporada 2022 com 14 clubes expondo um ou mais patrocínios.

Apenas Athletico Paranaense, Atlético Goianiense, Avaí, Botafogo Juventude e Red Bull Bragantino não contam atualmente com patrocinadores para esta propriedade. ABC da Construção se destaca com 3 contratos para esta propriedade, enquanto Atlético Mineiro e Ceará destacam por concentrarem 3 marcas diferentes no calção do uniforme.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Meião



A propriedade manteve em 2022 volume similar de marcas que nos anos de 2019, 2020 e 2021. Foram 6 no total. Kodilar e FAM completaram cinco anos de presença nesta propriedade.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Pontuais

Durante a temporada 2022, 9 clubes contaram com patrocínios pontuais. Ao todo, houve 20 patrocínios pontuais na temporada, 58% menos que na temporada de 2021 (48), retornando aos patamares da temporada 2020 (23).

Destaque para o Coritiba (4 contratos pontuais), Corinthians, Fortaleza e Juventude com 3 patrocínios pontuais cada na temporada.



Realização:

IBOPE | REPU_{COM}

Apoio:



IBOPE | REPU_{COM}

© COPYRIGHT & TERMOS & CONDIÇÕES

COPYRIGHT

Os processos, metodologias, estratégias, técnicas de análise e de materiais que são detalhados nesta apresentação são confidenciais e permanecem como propriedade única e exclusiva do IBOPE REPUCOM. Eles estão sendo divulgados em sigilo e não podem ser reproduzidos, distribuídos, exibidos publicamente, adaptados ou usados de qualquer maneira, por qualquer outra pessoa, ou qualquer outra entidade, sem a expressa autorização por escrito do IBOPE REPUCOM.

Qualquer reprodução, distribuição, exibição, adaptação ou outra utilização de tais conceitos constituem quebra de proteção de direitos de propriedade que são realizadas pelo IBOPE REPUCOM, incluindo, mas não limitado a segredos comerciais, direitos autorais, assim expondo a pessoa infratora ou entidade jurídica as consequências legais cabíveis.

O IBOPE REPUCOM está fazendo esta apresentação com o entendimento de que ele vai ser compensada por qualquer uso de processos, metodologias, estratégias, técnicas de análise contidos neste documento. Por ter visto esta apresentação, concordaram em fornecer uma compensação adequada para o IBOPE REPUCOM se você distribuir, exibir, adaptar ou utilizar de outra forma os processos divulgados, metodologias, estratégias ou análise.

TERMOS & CONDIÇÕES

Por favor, note que este relatório é sujeito a acordos de direitos autorais. Todos os direitos são reservados pelo IBOPE REPUCOM. Em particular, o direito autoral é reservado para o projeto de investigação em conjunto com as avaliações de especialistas e de avaliação dos resultados, que são propriedade intelectual do IBOPE REPUCOM. Se pretende-se que este estudo, na íntegra ou trecho seja publicado, o consentimento prévio por escrito é necessário por parte dos proprietários, IBOPE REPUCOM.

Enquanto o devido cuidado e diligência foram tomados na preparação deste documento, o IBOPE REPUCOM não pode garantir a precisão da informação contida e não aceita qualquer responsabilidade por qualquer perda ou dano causado como resultado do uso de informações ou recomendações contidas neste documento.