

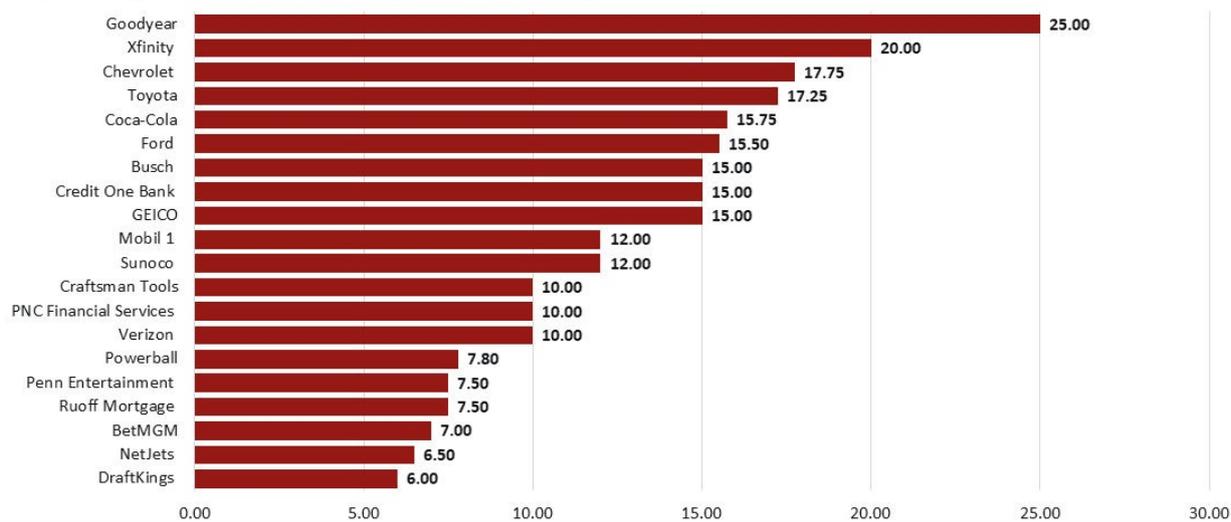
Alla fine del 2022, Goodyear ha esteso il suo contratto di fornitura/sponsorizzazione per la serie automobilistica statunitense Nascar, ma a quel tempo non ha fornito ulteriori dettagli sulla durata dell'accordo concluso con l'omonima National Association for Stock Car Auto Racing, nè sul suo costo.

Un nuovo rapporto GlobalData su questa competizione automobilistica, intitolato *The Business of Nascar 2024*, indica che l'impegno del produttore di pneumatici per una delle categorie più seguite in Nord America si estende dal 2023 al 2027. Inoltre, lo specialista dell'analisi dei dati afferma che la sponsorizzazione di Goodyear costerà all'azienda 25 milioni di dollari all'anno durante questo periodo.

“Data la popolarità della Nascar, soprattutto negli Stati Uniti, non sorprende che la competizione abbia un ampio portafoglio di sponsorizzazioni, con marchi in grado di generare una grande quantità di esposizione durante le competizioni Nascar. Poiché la Nascar è uno sport automobilistico, non sorprende che la più grande partnership di sponsorizzazione sia con Goodyear, un produttore di pneumatici”, commenta **Olivia Snooks**, analista sportiva presso GlobalData.

GlobalData stima che il volume totale di sponsorizzazione della Nascar sia di 362 milioni di dollari all'anno, il che significa che la sponsorizzazione di Goodyear rappresenta circa il 7% di questa cifra. Altri sponsor importanti includono aziende e/o marchi come Xfinity (20 milioni di dollari all'anno), Chevrolet (poco meno di 17,8 milioni di dollari all'anno) e Toyota (circa 17,3 milioni di dollari all'anno).

Top 20 Highest Annual Value Sponsorship Deals of NASCAR 2024 Annual Sponsorship Value (US\$ millions)



Source: GlobalData Sport Intelligence Center

© riproduzione riservata pubblicato il 7 / 08 / 2024