
Calcio e affari

Autore: Mario Agostino

Fonte: Città Nuova

Grandi investimenti e società straniere. Niente proprietà diffusa tra i tifosi. Uno sport popolare che cambia pelle e va in cerca di consumatori. Intervista a Marco Bellinazzo, autore di “Goal economy”

Com'è cambiato il panorama delle proprietà di società di calcio nazionale sul piano finanziario? Lo abbiamo chiesto a Marco Bellinazzo, collega de *Il Sole 24ore*, autore del libro *Goal economy. Come la finanza globale ha trasformato il calcio* (ed. Baldini & Castoldi), che ha illustrato come il calcio nostrano si stia trasformando sulla scia di quanto accaduto in altri Paesi europei prima: il ritiro di società italiane, a causa anche della crisi congiunturale, favorisce progressivamente l'arrivo di imprenditori filoamericani e asiatici che hanno assunto proprietà di club importanti.

Recentemente più di un presidente italiano in procinto di vendere la società a grandi gruppi esteri ha affermato che «l'impegno finanziario non è più sostenibile per una sola famiglia».

Che significa? Perché? Sono espressioni fondate. Oggi la realtà calcistica europea e mondiale richiede grandi investimenti per essere sostenibile e la situazione italiana ha un problema di fondo: ha mancato quella rivoluzione industriale che dal mecenatismo di famiglie proprietarie per lo più tifose permettesse ai club di diventare vere e proprie aziende in grado di generare utili, dovendo così invece sempre affannosamente cercare di ripianare debiti.

Quali sono i passaggi necessari per avere una società sostenibile? Innanzitutto è necessario investire in infrastrutture, che riguardano ad esempio lo stadio: che sia di proprietà o no, dovrebbe assicurare servizi di qualità in grado di incrementare gli introiti oltre il biglietto della partita. In secondo luogo, sono fondamentali dei buoni centri sportivi in grado di formare giovani da potere immettere sul mercato, creando un ritorno di investimento. Infine, sviluppare le capacità di vendere il proprio marchio attraverso prodotti vari: magliette, gadget, musei, ecc... con buone capacità di *merchandising*.

Quali sono i modelli più virtuosi in Italia? La rivoluzione è riuscita attualmente solo alla Juventus, come peraltro i grandi risultati in Italia ed Europa dimostrano. Sicuramente poi l'Atalanta è sulla buona strada perché, oltre a sfornare da tempo giovani interessanti grazie a un esemplare centro sportivo, ha comprato lo stadio e ha in programma di rinnovarlo completamente per ottimizzarne la gestione, senza le pressioni di una piazza troppo esigente. Altre società sane come Chievo e Sassuolo, ad esempio, hanno ottime *leadership* societarie ma pagano lo scarso richiamo del loro marchio, confinato a un piccolo bacino d'utenza. Pensate che le società di serie A incassano circa 200 milioni di euro mentre nella Premier League inglese già il solo Manchester United o il solo Arsenal incassano 100 milioni di euro...

Utenza ben diversa per piazze come Milano o Roma ovviamente: quale interesse muove davvero i capitali cinesi a investire nelle due squadre milanesi? E cosa significa per Pallotta usare il brand della Roma? È un fatto acclarato come il governo centrale cinese abbia lanciato un progetto a lungo termine per la creazione di valore economico in ambito sportivo. Si parla non solo della creazione di 50 mila accademie che dovrebbero portare a puntare a vincere entro il 2050 il Mondiale di calcio, ma anche a colonizzare parte del calcio europeo. Su direttiva del governo, alcune proprietà cinesi hanno acquistato una ventina di club per un valore totale tra i 2.5 miliardi e i 3 miliardi di euro: l'obiettivo è ottenere legittimazione internazionale in ambito calcistico prendendo possesso di realtà di rilievo ma anche acquisire il *know how* necessario a sviluppare talenti cinesi locali e in generale il livello del calcio in Cina, enorme bacino d'utenza. Pallotta si muove nel solco di imprenditori *made in Usa* che investono da circa un decennio o poco più anche in Europa per sviluppare sinergia con squadre del Campionato nordamericano: avviene soprattutto in Gran Bretagna, ma Roma fa gola per il suo brand internazionale. Certamente non avrebbe immaginato di incappare in veti incrociati politici e lungaggini burocratiche che arrestano una potenziale ascesa di

blasone e investimenti. La società giallorossa, però, in attesa di questi sviluppi infrastrutturali, si è quasi indebitata, finendo in questi 4 anni sotto il mirino dell'Uefa. **Non esiste più spazio per una proprietà diffusa tra i tifosi?** Proprietà eccellenti che includono i tifosi esistono in Spagna, come Real Madrid e Barcellona, ma anche in Germania, come il Bayern Monaco. Non sembra attualmente però una strada percorribile in Italia, almeno finché non esisteranno regole adeguate. Ne abbiamo avuto un esempio a Parma: scalando fino alla terza serie (Lega Pro), vari imprenditori, per quanto facoltosi, hanno condiviso l'onere, ma con l'arrivo in serie B hanno mollato, vedendo più difficoltà di gestione che vantaggi. **Capitali internazionali e calcio italiano Juventus:** da dicembre 2016 la holding Exor della famiglia Agnelli detiene il 63,77% delle azioni della Juventus F.C. S.p.A., ha sede legale e fiscale in Olanda, controllando anche Ferrari, Fca e Cnh Industrial. Le restanti quote sono suddivise tra il fondo Lindsell Train (10%), e quelle acquistabili sul mercato azionario (26,2%). **Bologna:** il presidente è Joey Saputo (Canada), imprenditore nel campo dell'industria casearia con la sua Saputo Incorporated, presidente anche della squadra di calcio dell'Impact de Montréal. **Inter:** è controllata per il 68,5% dalla Suning Holdings Group di Zhang Jindong (Cina) che detiene una miriade di investimenti tra tecnologie e telecomunicazioni; per il 31% della International Sports Capital di Erick Thohir (Indonesia), magnate dell'editoria e della televisione. **Milan:** il presidente è Yonghong Li (Cina), a capo del Guizhou Fuquyang Group, attivo con molteplici partecipazioni nel campo di elettricità, impianti energetici, plastiche e investimenti di vario genere, tra cui minerari, immobiliari e commerciali. **Roma:** è controllata dalla società di imprenditori AS Roma SPV LLC con sede nel Delaware (Usa), il cui presidente è James Joseph Pallotta (USA), che investe in *hedge fund*, fondi comuni di investimento ad alto rischio.