



tano una garanzia di entrate cospicue e uno spicchio importante del brand dei vari club, che grazie ai loro sostanziosi asset possono sopportare debiti comunque molto pesanti.

**SPAGNA, LIGA**

I debiti sono un problema, anche da quelle parti: circa 4 miliardi di euro totali, 21 club in difficoltà economiche più o meno gravi, circa 300 calciatori che denunciano insolvenze. Debiti di cui parlano anche i bilanci della grandi tradizionali, Real Madrid e Barcellona. Loro, però, riescono a convivere: una marea di entrate a tamponare le pur enormi falle, soprattutto coi diritti tv che garantiscono loro la bellezza di 600 milioni in due. Più dura per le altre, che si barcamenano alla meglio. Ma l'oro è quello di Real e Barca, che collezionano stelle a danno lustro alla Liga. Che, di conseguenza, non perde appeal, anzi comincia a calamitare investitori stranieri: il Malaga è stato appena acquistato dagli arabi, peraltro più o meno per la stessa cifra che è costata la Roma. Una provinciale spagnola che vale quanto la squadra della nostra capitale: più chiaro di così.

**GERMANIA, BUNDESLIGA**

Altra storia, quella del calcio tedesco. Conti in ordine, tranne rare eccezioni. E, soprattutto, stadi pieni e tanti giovani in campo. Pochi soldi, ma fatti ben fruttare. Prima di tutto, i tifosi al centro di tutto: biglietti e abbonamenti a prezzi accessibili (20 euro di media per i biglietti, 100 euro per gli abbonamenti dei settori popolari), stadi che somigliano a salotti (lì hanno colto al volo l'occasione del Mondiale, a differenza dell'Italia 90 di Montezemolo), seguito da primato (43mila spettatori a partita, meglio di tutti in Europa). Si spende poco sul mercato (finora 36 milioni il rosso tra acquisti e cessioni), ci si affida ai giovani locali: la Germania al Mondiale aveva un'età media di soli 25 anni (terza nazionale più giovane), gli under 23 tedeschi rappresentano oltre il 27 per cento dei calciatori della Bundesliga.

**FRANCIA, LIGUE 1**

Era la cenerentola d'Europa, per ora resta al livello più basso tra i grandi movimenti calcistici continentali. Con la promessa, però, di recuperare terreno in breve tempo. Perché una capacità l'ha appena dimostrata, quella di saper attrarre investimenti stranieri importanti. La Qatar Investment Authority ha acquistato il 70 per cento della azioni del Paris Saint Germain per 50 milioni di euro. ♦

# Marketing e stadi Da noi il pallone non è un'industria

Le società italiane non investono su figure professionali adeguate, mentre all'estero ci sono professionisti strapagati  
In tema di impianti la Juve ha aperto la strada ma resta sola

## L'intervento

**MARCEL VULPIS**

DIRETTORE "SPORTECONOMY" ECONOMISTA A.E.I.  
m.vulpis@iol.it

**S**enza stadi e senza professionalità di valore nel settore del marketing sportivo siamo destinati a scomparire dall'Europa e dal calcio che conta. Le parole di Adriano Galliani producono una eco ancora più forte, perché arrivano dal numero uno della squadra campione d'Italia e, più in generale, da uno dei club più blasonati al mondo. Come italiani crediamo, purtroppo, che il rispetto in campo possa essere assicurato esclusivamente dai trofei conquistati negli ultimi 20 anni. È un retaggio del passato, oltre che una pericolosa sottovalutazione della concorrenza che, stagione dopo stagione, guadagna quote di mercato e sottrae alle nostre società importanti fette di ricavi commerciali (soprattutto all'estero).

Il modello di successo del futuro, per non dire del presente, è composto al 50% dalle capacità di gestione sportiva, ma per il restante 50% dalle qualità in ambito manageriale (con particolare riferimento all'area commerciale). All'estero queste professionalità sono strapagate, perché concorrono al successo del club anche in ambito sportivo. In Italia, invece, le aree marketing sono sottovalutate, per non dire sottopagate (in alcuni ruoli non si arriva neppure alla soglia dei mille euro mensili). Mediamente l'80% degli investimenti viene dedicato al parco-calciatori, a conferma del fatto che si tratta ancora di club e non di aziende nel senso tecnico del termine. Con questo approccio diventa difficile raggiungere un giusto equilibrio tra le diverse voci che concorrono alle spese di una società.

Discorso a parte, anche se strettamente collegato, è quello degli stadi. L'unico ad averlo di proprietà è la Juventus, ma per beffa del destino non

potrà sfoggiarlo ancora sul panorama internazionale. È un po' come acquistare un'auto di lusso e non poterla utilizzare nel week-end. Per il resto del plotone la situazione è più che desolante. La titolarità degli stadi di calcio è saldamente nelle mani delle municipalità. Per i sindaci i club sono i migliori "clienti" possibili: pagano un canone annuale e alla fine della partita devono alzare le tende (certe volte anche al termine del primo tempo). Difficile trovare in giro clienti con caratteristiche simili di masochismo.

In queste condizioni da "cenozoico calcistico" è difficile catturare nuovi sponsor o promuovere progetti di marketing di ampio respiro. I nostri club vanno alla guerra con i colossi inglesi, spagnoli, tedeschi e tra poco francesi, come correttamente sottolinea Galliani, con le armi spuntate, mentre i rivali diretti possono offrire servizi di ospitalità anche nelle ore successive alla gara, come avviene all'Emirates stadium di Londra. Non a caso un'azienda italiana (la Indesit) ha scelto proprio i Gunners, lo Shakhtar Donetsk e il PSG di fresca proprietà qatariota, per investire nel calcio europeo (l'unica eccezione tricolore è la sponsorizzazione del Milan, che si affida ad Infront come advisor commerciale).

All'orizzonte c'è l'ancora di salvataggio di un disegno di legge (il cosiddetto testo "Lolli-Butti") in discussione alla Camera sull'impiantistica sportiva, ma nonostante l'impegno del suo "relatore" (il deputato del Fli Claudio Barbaro), troppe, fino ad oggi, sono state le imboscate arrivate, in momenti diversi, da tutte le parti politiche. Così facendo abbiamo perso il treno di Euro2016 (battuti anche dagli emergenti turchi), ma il rischio di nuove figuracce è dietro l'angolo. Ne è certo Adriano Galliani, lo sosteniamo da anni come Sporteconomy, ma, evidentemente, per nemesi storica il destino delle "Cassandre" è proprio quello di non essere ascoltate. ♦

## Brevi

### CALCIO, EUROPA LEAGUE Soltanto 1-1 in Svizzera Palermo eliminato

Il cammino del Palermo in Europa si ferma subito. Nella gara di ritorno del 3° turno eliminatorio dell'Europa League i rosanero di Pioli non vanno al di là dell'1-1 in casa degli svizzeri del Thun. Vantaggio del Palermo al 49' con Gonzalez e pareggio di Lezcano al 65'. Fatale per i siciliani la gara d'andata giocata al "Barbera" e terminata con il punteggio di 2-2. Negli spareggi (andata 18, ritorno 25 agosto) entrano in gioco Lazio e Roma.

### VOLLEY FEMMINILE Scatta oggi il Grand Prix Barbolini punta ai Giochi

Parte dalla Polonia il World Grand Prix delle azzurre, che oggi alle 19 affrontano la Repubblica Dominicana (domani l'Argentina e domenica la Polonia). Il ct Barbolini: «Abbiamo un doppio obiettivo: prendere il giusto ritmo gara in vista dell'Europeo e centrare la qualificazione alla fase finale o ancora di più cercare di entrare tra le prime quattro, risultato importante per il ranking Fivb, che servirà in chiave qualificazione olimpica».

### ASSOCIAZIONE CALCIATORI Tommasi: «Il campionato parta con regole certe»

«Sono ottimista che si firmi il nuovo contratto collettivo dei calciatori perché è un bene per tutti: giocatori, club e Federazione. Non è corretto partire con un nuovo campionato senza regole ben precise». Così il presidente dell'Assocalciatori, Damiano Tommasi, al termine del Consiglio federale. Per Tommasi il rinnovo del contratto «è stato trattato in modo marginale anche a causa dell'assenza dei rappresentanti della Lega A in Consiglio».

### TENNIS, COPPA DAVIS Nadal disponibile a giocare la semifinale con i francesi

Rafael Nadal si è dichiarato «disponibile» per giocare con la Spagna la semifinale di Coppa Davis contro la Francia. Il trionfatore dell'ultimo Roland Garros si dice in forma e spiega che «ci sarà» nel caso il capitano Albert Costa lo chiamasse per la tre giorni in programma dal 16 al 18 settembre in Spagna (sede ancora da definire). Gli iberici sono alla ricerca del 3° titolo in Davis negli ultimi 4 anni.