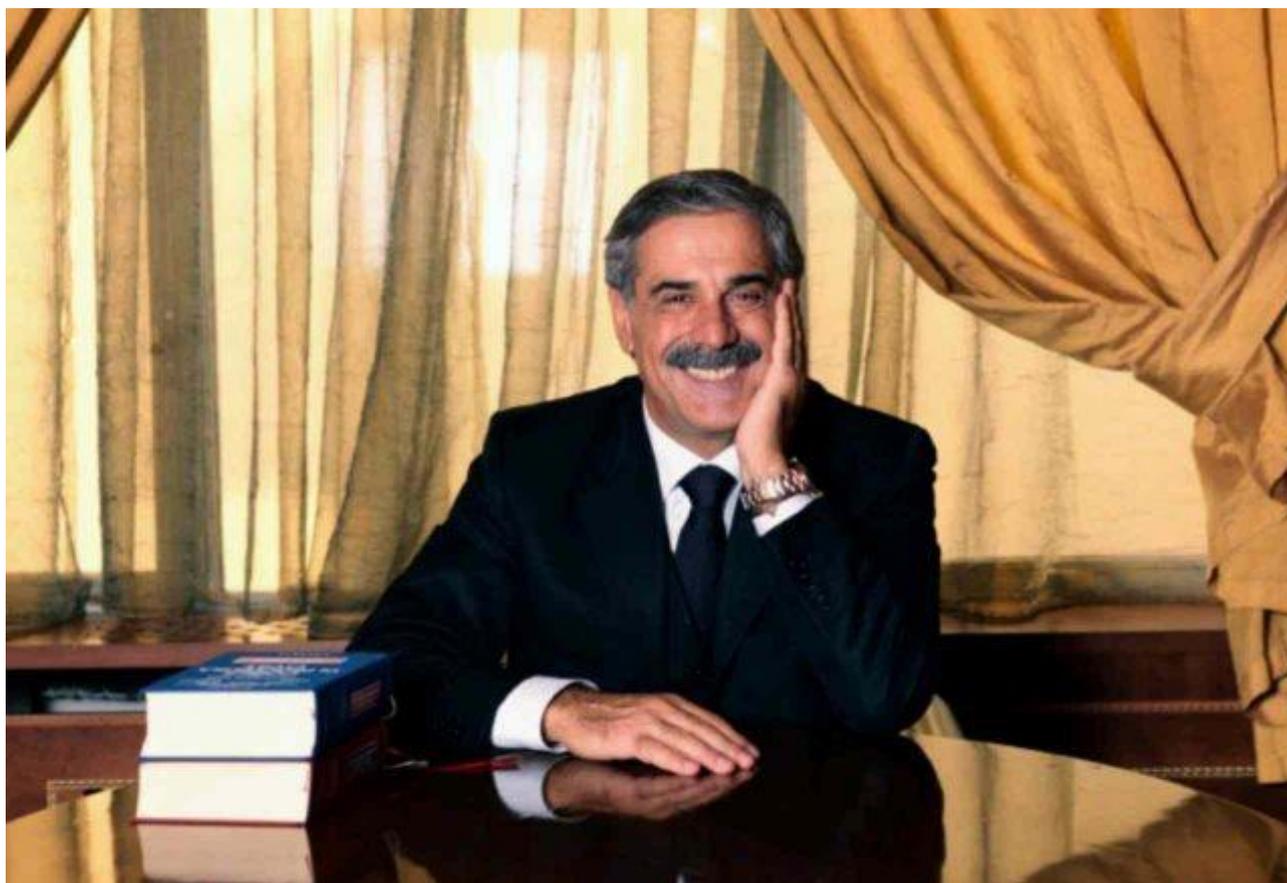


Home Notizie Governance Milan modello Bayern: l'opinione dell'avvocato Martinez

Milan modello Bayern: l'opinione dell'avvocato Martinez



L'avvocato Antonello Martinez

A distanza di qualche mese (dicembre 2019) dall'evento organizzato in Borsa Italiana, dove tecnici del settore (Giovanni Capuano, Managing partner Auditing and Accountability, Alessandro Continiello Studio Legale Martinez Novebaci, Enrico Gelmetti Dottore Commercialista) e rappresentanti dell'associazione dei Piccolo Azionisti Milan (Alessandro Dubini, Vice presidente APA MILAN), alla presenza di uomini del Management di AC Milan e di apicali rappresentanti del fondo ELLIOT, si interrogavano su quale fosse il miglior business model che la società calcistica potesse adottare, tuonano forti le parole del Presidente Paolo Scaroni.

«Il modello Bayern Monaco deve essere il nostro modello di ispirazione e credo che anche Gazidis la pensi così. Non dimentichiamo il ruolo che ha avuto il nuovo stadio nei successi del Bayern. Ogni anno questo stadio incassa 100 milioni di euro, mentre il nostro San Siro con il Milan non arriva a 40. Quindi immaginare un Milan con 60-70 milioni in più ogni anno ci apre degli orizzonti per tornare ad essere quel Milan che i tifosi si aspettano da tanto tempo», ha affermato Scaroni ai microfoni di Milan TV.

Una forte presa di posizione del presidente condivisa anche dall'amministratore delegato Ivan Gazidis.

A questo punto pare opportuno chiedersi nuovamente perché il modello Bayern, esempio di virtuosismo economico e vittorie sul campo, è così attuale per la nostra serie calcistica e perchè rappresenta un esempio da emulare.

«La maggior parte delle società calcistiche italiane, sta vivendo in questa fase quello che ha passato il Bayern Monaco qualche tempo fa: era top club in Germania, aveva toccato il massimo dei ricavi raggiungibili con le sponsorizzazioni, prendeva il massimo dai diritti televisivi. Però non riusciva a competere con le grandi squadre inglesi e spagnole. Questo perché gli introiti dai diritti tv in Germania erano più bassi rispetto a quelli di Liga e Premier League e i top sponsor erano già tutti alla corte del Bayern Monaco», **spiegano Giovanni Capuano, Managing Partner di Auditing and Accountability – ed il Prof. Antonello Martinez founder dell'omonimo studio Legale.**

La vera svolta, innovativa e lungimirante, si è avuta quando il Bayern ha aperto alla partecipazione del capitale sociale (25%) ai top sponsor, coinvolgendo gli stessi una ampia condivisione gestione e ottimizzando per ognuno di loro le migliori strategie commerciali collegate all'investimento. Con una aggiunta, ovviamente, di maggiore patrimonializzazione del club.

Il Milan, oggi, è nella stessa situazione: problematicità sportiva ed economica. Intraprendere questo percorso permetterebbe alla società di creare maggiore appeal degli sponsor alla partecipazione nella gestione pura dell'aspetto societario. La partecipazione nel capitale sociale permetterebbe di avere forze economiche disponibili fresche, con la ristrutturazione economica, sportiva e commerciale del club ed aiutando a superare quel gap che oggi il Milan ha sia in Italia che in Europa.

In tutto ciò la questione stadio gioca il ruolo predominante nelle scelte presenti e future. La costruzione e la ristrutturazione dell'Allianz Arena ha visto la partecipazione diretta di un top sponsor come Allianz nella gestione dei naming rights dello stadio. Quindi diventa importante la strategia che Milan e Inter vorranno portare avanti con il Comune – che dovrà tutelare il pubblico interesse – ma importante è lo sviluppo commerciale che un top sponsor che partecipa al capitale sociale può intravedere nella costruzione di uno stadio.

Lo sviluppo di una strategia di così ampio respiro comporta una vision futura molto puntuale ed un piano di sviluppo aziendale orientato verso i principi di partecipazione e condivisione oltre che ti accrescimento dell'appeal commerciale e del posizionamento del brand.

Per il Fondo Elliot, chiamato fin da subito a garantire stabilità economica/finanziaria al club ed una strategia di crescita sportiva nel rispetto del fair play finanziario una nuova sfida, avvincente e innovativa.

Se il tuono del presidente Scaroni si trasformerà in scroscio estivo di pioggia o in un temporale lo scopriremo in seguito, sicuramente è stato un fulmine a ciel sereno.

Antonello Martinez, avvocato e fondatore dello studio [Martinez & Novebaci](#) nonché presidente dell'Associazione Italiana Avvocati d'Impresa.

Giovanni Capuano, Managing Partner di **A&A Italia – Auditing and Accountability**.