

## **Comunicato Stampa 25/5/09**

### **CHAMPIONS LEAGUE, VUOI LA FINALE? SPENDI ALMENO 40 MILIONI**

*Manchester United e Barcellona hanno investito oltre 40 milioni a testa per rinforzare la rosa 2008/2009 e raggiungere l'atto conclusivo del torneo continentale. Secondo l'analisi di StageUp – Sport & Leisure Business, i ritorni sono economici ma più che altro di immagine per due club vincenti nonostante modelli manageriali molto diversi.*

Bravura, classe, fortuna, ma anche una cospicua somma di denaro quantificabile in almeno 40 milioni di euro, è la "ricetta" per raggiungere una finale di Champions League. Questo è ciò che hanno messo in campo **Manchester United e Barcellona**, secondo l'analisi di StageUp – Sport & Leisure Business, i due club protagonisti della finale di mercoledì sera allo stadio Olimpico di Roma. Ed il ritorno per le due società non sarà tanto in termini economici quanto soprattutto di immagine, almeno nell'immediato, se si pensa che nella stagione 2008/2009 il club inglese, già campione in carica, per rinforzare la già ottima rosa ha dovuto spendere 47,5 milioni di euro, quasi 5 milioni in più dei 42,9 milioni di euro incassati dalla Uefa per il successo 2007/2008. Stesso discorso per il Barcellona capace di sborsare 41,1 milioni in campagna acquisti rispetto agli "appena" 27,5 milioni di euro versati dall'Uefa nelle casse blaugrana per la semifinale raggiunta lo scorso anno.

### **Modelli diversi ma vincenti**

La sfida fra Manchester United e Barcellona non è solo una sfida calcistica ma anche il **confronto fra due modelli di management sportivo differenti ma allo stesso modo vincenti**. Da un lato, si legge nello speciale rapporto di StageUp – Sport & Leisure Business sulla finale di Roma, il club inglese, una società per azioni oggetto nel 2005 di una operazione di business strategico da parte di una famiglia di imprenditori statunitensi, i Glazer; dall'altro la Polisportiva per antonomasia, fiore all'occhiello di una comunità e di un sistema di gestione articolato con un forte legame con la base sociale del territorio di appartenenza.

Il club inglese, punto di riferimento del business calcistico mondiale, è capace di attirare circa 44 milioni di euro l'anno dai soli sponsor di maglia, mentre quello spagnolo, per scelta politica legata alle proprie tradizioni, rinuncia ad incassare dalla sponsorizzazione principale lasciando immacolata "la camiseta" ed impegnandosi, al contrario, a versare una somma annuale nelle casse dell'Unicef.

*E' possibile scaricare il report speciale sulla finale di Champions League di StageUp – Sport & Leisure Business dall'indirizzo [www.stageup.com/champions](http://www.stageup.com/champions)*

-----  
**StageUp** ([www.stageup.com](http://www.stageup.com)) opera nel mercato del leisure business (sport, eventi speciali, testimonial, fiere, turismo, manifestazioni sportive, spettacolistiche, culturali e sociali) ed è tra le aziende di riferimento nell'ambito del business dello sport con particolare riferimento al marketing, ai media ed alla comunicazione. Attraverso la sua gamma di servizi, StageUp interviene su tutta la catena del valore dei clienti, occupandosi di strategia, progettazione, pianificazione e controllo, negoziazione e buying nonché della supervisione e realizzazione di progetti operativi. StageUp ha sviluppato avanzati modelli di pianificazione e controllo che permettono di definire, ex ante, le strategie ottimali e di misurarne, ex post, i ritorni.

Tramite la divisione "StageUp Consulting", StageUp opera anche nella consulenza di direzione e nell'advisoring connessi all'internazionalizzazione, all'innovazione e alla tecnologia.

Fra i clienti di StageUp si annoverano: sport & leisure makers (tra cui Ferrari, Fipav, Juventus, Lega Basket Serie A, Lega Pallavolo Serie A, Lega Pallavolo Serie A Femminile, Milan), aziende e sponsor (Assicurazioni Generali, Coca-Cola, Edison, Il Sole 24 Ore, Luxottica, Mazda Motor, Michelin, Nokia, Obiettivo Lavoro, Peroni, Rcs Pubblicità, Samsung, Telecom Italia, VitaVision-



Festivalbar), istituzioni ed enti pubblici (Associazione Nazionale Comuni Italiani, Camera dei Deputati, Provincia di Milano, Comune di Venezia).

StageUp fa parte di European Sponsorship Association (Esa), la più grande associazione europea di aziende legate al mondo della sponsorizzazione.

Sono partner di StageUp: Ipsos ([www.ipsos.it](http://www.ipsos.it)) e Global Startups ([www.globalstartups.com](http://www.globalstartups.com)).

Per ulteriori informazioni e approfondimenti:

Daniele Cencioni

StageUp -Sport & Leisure Business

Via Cairoli, 9 - 40121 Bologna

Cel. +39.339.120.81.52

Tel. +39.051.58.71.554

Fax. +39.051.58.71.504

Email: [dcencioni@stageup.com](mailto:dcencioni@stageup.com)

---

**StageUp S.r.l.**

**Bologna** - Via Cairoli 9 • **Milano** - via M. Macchi 97 • **Camino Al Lago** (Usa) Atherton - CA 261

Tel: (+39) 051.58.71.554 - Fax: (+39) 051.58.71.504 - Web site: [www.stageup.com](http://www.stageup.com) - E mail: [info@stageup.com](mailto:info@stageup.com)