

**Ma in classifica ci sono 10 punti di differenza**

Il Lumezzane, nei precedenti tra i professionisti in campionato, è imbattuto nei derby contro la Feralpi Salò che però quest'anno si presenta allo scontro forte dei dieci punti di vantaggio. Forte la curiosità di vedere se prevarranno i rossoblù, con il loro carico di tradizione, o se stavolta toccherà ai gardesani, autori finora di un'ottima stagione.



**FERALPISALÒ.** Una grande posizione di classifica con il settimo posto per i gardesani quest'anno hanno conquistato soltanto una vittoria in trasferta: era il 17 novembre e arrivò il 2-1 sul terreno di gioco del Renate.



**LUMEZZANE.** Diciassette punti in classifica di cui tredici ottenuti in casa: l'ultima vittoria al «Saleri» è arrivata lo scorso 22 novembre con il successo (il terzo casalingo della stagione) per 3-2 contro l'Unione Venezia.

**LA SFIDA DEI CONTI.** Le due società bresciane di Lega Pro che sabato si affronteranno in campionato hanno chiuso gli ultimi documenti contabili con una perdita

# Lume e Salò, derby di bilancio senza vincitori

Per entrambe c'è un «rosso» che non desta preoccupazioni. E i ricavi si reggono soprattutto sui proventi ricevuti dalla Lega

Giovanni Armanini

Due società che godono di buona salute. Ripianano le perdite e guardano con fiducia al campionato in corso, con l'augurio di migliorare ulteriormente i risultati sportivi e riuscire a valorizzare i propri giocatori anche in chiave mercato. Questo il momento delle due squadre bresciane, Feralpi Salò e Lumezzane, che partecipano al campionato di Lega Pro.

**IN PASSATO** Brescia è riuscita ad avere fino a quattro squadre (oltre al Brescia) nel professionismo calcistico (Montichiari e Rodengo erano le altre due società che compilavano il bilancio annuale, prima ancora Ospitaletto, Orceana, Palazzolo e Carpenedolo). Ora - anche per effetto del taglio della serie C2, divenuta Seconda divisione di Lega Pro prima del definitivo abbattimento con la riforma dei campionati - ci sono solo gardesani e valgobbini a rappresentare la provincia nella terza lega professionistica. Lo fanno con spirito bresciano: attenzione ai conti, valorizzazione dei giovani (in cui storicamente il Lumezzane aveva i ricavi maggiori, ma quest'anno si è fatto scavalcare dai gardesani) perdite contenute e un discreto contributo da parte degli sponsor, più marcato nel caso della Feralpi Salò che, a sua volta, ha esposto una cifra inferiore per quanto riguarda i contributi di Lega (legati alla valorizzazione dei giovani).

Citando Tiziano Ferro si potrebbe dire: un «rosso relativo», nel senso che generare qualche utile è sempre meglio (il Lume ad esempio aveva chiuso il 2013 con il più davanti al risultato finale), ma quando l'esposizione debitoria non risulta eccessiva e i soci riescono a far fronte a tutti gli impegni, il calcio professionistico soprattutto al livello di terza serie può essere serenamente mantenuto in questo modo. Nel frattempo le due società hanno fatto anche un maquilage dal punto di vista della governance. Una new entry nel consiglio d'amministrazione del Salò, con l'ingresso di Raimondo Cuccuru. Più marcato il maquilage del Lume, affidato ora all'amministratore unico Renzo Cavagna.

## La divisione



Cavagna (Lumezzane)



Pasini (Feralpi Salò)

**CAVAGNA E PASINI SI DIVIDONO SUL VOTO AL BILANCIO DI LEGA**  
Avversari sul campo, divisi sulle poltrone della federazione. Chiamati a votare per il bilancio della Lega Pro, Giuseppe Pasini e Renzo Cavagna hanno espresso pareri opposti. Il presidente della Feralpi Salò si è schierato a fianco di Mario Macalli cioè tra coloro che hanno votato per l'approvazione del consuntivo al 30 giugno 2014. Il numero uno del Lumezzane, invece, ha optato per il «no». «Non sono un frondista, quelli che vogliono prendere il posto di Macalli non li conosco, ma non posso accettare che la Lega Pro abbia un bilancio in passivo per un milione e 200mila euro». Cavagna non ci sta e propone un modello alternativo per la governance della terza serie: «Ho auspicato un nuovo sistema di presidenza - racconta - il presidente della Lega deve appartenere a una società, essere giovane, fresco di idee per andare a interloquire nelle sedi e negli enti competenti per rappresentare le società. Non possiamo più demandare ad altri le nostre esigenze, le scelte e le necessità. Riconosco un lavoro importante a Macalli ma il passivo è intollerabile. Auspico comunque che non vi sia un commissariamento, che l'attuale presidente concluda il mandato nel 2016 e si possa ridiscutere tutto il sistema».

**IL DERBY** è sempre un momento interessante per il confronto, sportivo e non solo, tra le due realtà. Che sembrano presentare peraltro strategie societarie abbastanza diverse pur a fronte di risultati simili (anche se la perdita d'esercizio del Lumezzane è superiore rispetto a quella della Feralpi Salò). L'analisi dei ricavi, in particolare, fa emergere quello che è non solo lo stato di salute del calcio italiano, ma in generale dell'intera categoria. Se si analizzano i ricavi, infatti, si nota come sia assolutamente irrisoria l'incidenza dei ricavi che arrivano direttamente dalle tasche dei tifosi (biglietteria e merchandising): circa 60 mila euro per il Salò, intorno ai 45 mila per il Lumezzane (con un lieve calo in entrambi i casi rispetto al 2013). In altre parole si tratta di una incidenza percentuale che vale circa l'1,9% del fatturato delle due società.

Come vengono quindi coperti i costi di gestione? I grafici a fianco aiutano a dare un quadro abbastanza esauriente. Bisogna fare una premessa: non siamo in presenza di bilanci confrontabili con quelli delle società di serie A (che cercano il più possibile di uniformarsi ai desiderata dell'ormai celebrato Fair play finanziario approvato dall'Uefa e praticato da questa stagione) e nemmeno di B (e qui vien da dire: fortunatamente, visto che si tratta di quelli con lo sbilanciamento più grave tra ingaggi e reali entrate).

**IN LEGA PRO** contano soprattutto tre voci: le sponsorizzazioni ovvero le aziende che appongono i propri marchi sulle maglie, a cui vanno aggiunte le pubblicità, ovvero la cartellonistica; i contributi della Lega, ovvero i ricavi derivanti dall'impiego degli under nelle formazioni titolari scese in campo in campionato; i ricavi della gestione calciatori. In questo senso Salò e Lume hanno un andamento differente: se la società del gruppo Feralpi si distingue per alte sponsorizzazioni e una gestione calciatori che vale intorno al 15% del valore della produzione, la società guidata da Renzo Cavagna vede una divisione riequilibrata verso i contributi di Lega che valgono circa un terzo dei ricavi, le sponsorizzazioni che valgono circa il 25% e la gestione dei calciatori, che in passato ha fatto le fortune del club e che in ogni anno (come ad esempio proprio il 2014 l'ultimo preso in esame) in cui sono risultati in flessione hanno inevitabilmente portato ad una perdita. ●

## Lumezzane

Baraye ultima plusvalenza. E c'è il premio-Balotelli che continua a fruttare

## Il bilancio

### LUMEZZANE

Dati in migliaia di euro

	2014	2013
Contributi Lega	728	741
Biglietteria	41	46
Sponsor e pubblicità	583	636
Tv	0	142
Gestione calciatori	228	1.549
Valore della produzione	2.112	3.253
Salari e stipendi totali	819	891
Ammortamenti	246	143
Costo della produzione	2.937	2.988
Differenza valore-costi	-285	264
Utile/perdita	-300	203

PIRELLA

Per fare ricco il Lumezzane conta il fattore B. Ma se quello legato a Mario Balotelli è diventato ormai una sorta di titolo fruttifero che periodicamente torna a versare denaro nelle casse rossoblù, come una di quelle azioni che ogni uno o due anni garantiscono un bel dividendo, quello legato a Baraye - che nell'ultimo bilancio ha garantito 100 mila euro di plusvalenza grazie alla valorizzazione del giocatore via Chievo - ha un sapore ben diverso.

**STORICAMENTE** la gestione economica del Lumezzane è sempre stata fortemente legata alla valorizzazione dei calciatori. Ed anche se non siamo più ai tempi in cui la Valgobbia valorizzava i vari Brocchi o Inzaghi (Simone), qualche colpo si riesce ancora a farlo. Come Baraye, appunto, ultimo in ordine cronologico di una lunga serie storica. Prima di lui c'è stato Mario Balotelli, che grazie alla regola sul premio di valorizzazione frutta ancora l'1% del proprio valore di mercato ad ogni trasferimento dall'estero all'Italia e ritorno. Per questo il giocatore assistito da Mino Raiola, che della valorizzazione e supervalutazione dei suoi giocatori è un maestro, negli ultimi anni ha fruttato al Lume

poco meno di un milione di euro. Nel dettaglio: circa 260 mila per il passaggio dall'Inter al Manchester City, 240 mila per il ritorno a Milano, sponda Milan. Dal prossimo bilancio ci saranno invece altri 200 mila euro in entrata grazie al ritorno di SuperMario in Premier, con il Liverpool.

**PER QUANTO RIGUARDA** le altre voci principali del conto economico il valore della produzione è diminuito rispetto all'esercizio precedente del 35% mentre i costi della produzione sono diminuiti complessivamente di circa il 20%. La notevole contrazione del valore della produzione è principalmente conseguenza delle plusvalenze generate dalla cessione di giocatori che, nell'esercizio precedente ammontavano a 1.135 milioni di euro, mentre nell'esercizio in chiusura sono pari a 102 mila euro.

Al netto di tale voce, gli altri componenti positivi di ricavi sono diminuiti del 5%. La gestione finanziaria ha generato un risultato positivo ma di scarso rilievo: 14.563 euro. Non stupisce, ma lascia spazio a numerose considerazioni, la voce legata agli incassi dalla biglietteria che ha fruttato 46 mila euro in tutto l'anno, a fronte di sponsor per 583 mila euro totali. ●

## Feralpi Salò

Oculata politica di costi: gli stipendi dei giocatori scendono sotto il milione

## Il bilancio

### FERALPI SALÒ

Dati in migliaia di euro

	2014	2013
Contributi Lega	409	812
Biglietteria	57	59
Sponsor e pubblicità	1.656	1.774
Tv	394	163
Gestione calciatori	378	47
Valore della produzione	3.121	3.003
Salari e stipendi totali	1.084	1.318
Ammortamenti	293	139
Costo della produzione	3.063	3.149
Differenza valore-costi	57	-116
Utile/perdita	-76	-140

PIRELLA

Oltre tre milioni di ricavi. Una dipendenza pressoché nulla dalle plusvalenze. Ma soprattutto una voce sponsorizzazione-pubblicità che raggiunge sostanzialmente il 50% del valore della produzione, nonostante una leggera flessione rispetto al 2013. Un bilancio, quello della Feralpi Salò, dove tuttavia spicca soprattutto il risparmio che rispetto all'esercizio precedente è stato operato dalla società per quanto riguarda gli ingaggi dei giocatori. Se i verdebù avevano pagato 1,204 milioni di euro (esponendoli nel bilancio chiuso al 30 giugno 2013), l'ultimo documento contabile ha evidenziato un calo portando gli stipendi dei tesserati a 985 mila euro. Un taglio importante che ha fatto scendere la principale voce di costo sotto il milione di euro.

**IL BILANCIO SALODIANO** è compilato con una cura particolare ed una esposizione analitica delle principali voci. Interessante a tal proposito entrare nella parte relativa ai costi per sottolineare i contributi in conto esercizio, che si riferiscono per 394.345 euro ai contributi federali erogati nel corso della stagione sportiva dalla Lega Professionisti Lega Pro e per

15.100 euro a contributi ricevuti dal Comune di Salò. I proventi da sponsorizzazioni sono stati pari a 1.439.235 euro e si riferiscono ai corrispettivi maturati per il periodo 1 luglio 2013-30 giugno 2014 per sponsorizzazioni da Sponsor Ufficiali.

**I «PROVENTI PUBBLICITARI»** pari a 217.243 euro si riferiscono ai ricavi relativi alla cartellonistica pubblicitaria all'interno dello stadio per le partite casalinghe della prima squadra. Alla voce «proventi commerciali e royalties» pari a 2.159 euro si riferiscono principalmente i ricavi derivanti dall'attività di merchandising. Anche qui non si può non evidenziare come in sostanza le entrate che derivano dalle tasche dei tifosi (merchandising più biglietteria) siano intorno ai 60 mila euro. Dal bilancio si apprende anche che gli abbonati hanno fruttato un migliaio di euro in meno rispetto allo scorso anno passando da 10.300 euro a 9.300 euro. I «Proventi televisivi» pari a 394.634 euro derivano infine dalla quota parte dei diritti radiotelevisivi di ripartiti dalla Lega Calcio alle società iscritte al campionato di LegaPro1 per la quota riferibile alla stagione in corso. Alla fine il risultato è risultato in perdita e in peggioramento rispetto all'anno precedente, ma come detto, tutto è sotto controllo. ●