

Freccia Rossa da record 12 milioni di euro il giro d'affari in soli quattro giorni

Intervista a Emilio Bordoli, membro del Cda di 1000 Miglia Srl

■ di Claudio Venturelli ■

Dodici milioni di euro tondi tondi. Tanto vale il giro d'affari, diretto e indiretto, generato dalla Freccia Rossa. Chi è convinto che la Mille Miglia sia un circolo chiuso, un fatto limitato ai fortunati proprietari di gioielli su quattro ruote è costretto a ricredersi. Soprattutto perché sponsorizzazioni e indotto si "consumano" in quattro giorni. Certo, l'idea che l'evento possa diventare un happening ininterrotto per 365 giorni l'anno è suggestiva, ma il fascino andrebbe a pallino. Un po' che tutti i giorni fossero Natale. Il giro d'affari c'è, comunque, ed è sostanzioso. Non lo abbiamo calcolato a tavolino, perché abbiamo chiesto consulenza e aiuto a Emilio Bordoli, dottore commercialista e membro del Cda di 1000 Miglia Srl. A partire dalla valutazione "statica" del marchio Mille Miglia, che ha pure la sua valenza.

Secondo uno studio da poco ultimato (credo che Lei abbia avuto un ruolo in tale valutazione, mi corregga se sbaglio) si parla di un valore "statico" del marchio Mille Miglia pari a 6,8 milioni di euro. Cosa significa "statico" e, in sintesi, come si giunge a tale valutazione?

«Non sbaglia. In effetti, tra le mie deleghe in Cda ho avuto quella di predisporre uno studio completo ed analitico sul valore della Mille Miglia e sui possibili scenari societari futuri. Per quanto riguarda il valore del marchio, è opportuno affermare che un marchio ha valore solo e soltanto in funzione dei possibili ricavi che può generare. Il valore "statico" implica quindi la pura attualizzazione dei futuri prevedibili utili per il proprietario, in base alle attuali situazioni contrattuali. La valutazione tecnica è stata affidata allo Studio Barzano' & Zanardo di Milano, che da anni segue la tutela internazionale dei marchi Mille Miglia e quindi conosce a fondo tutte le sue qualità».

L'importo di 6,8 milioni di euro sembra una stima molto prudente...

«Come le dicevo, la parte "statica" del valore (i famosi 6,8 milioni) discende - per il proprietario Automobile Club di Brescia - unicamente dai ricavi ritraibili in futuro in base al contratto con 1000 Miglia Srl e cioè il 1,2 milioni di royalties all'anno che la società paga per la licenza dei marchi.

Per ottenere il completo valore di tutta la gestione Mille Miglia, va aggiunto il valore intrinseco della società 1000 Miglia Srl, che in questi due anni di vita ha già dimostrato di avere una propria aggiuntiva redditività nella gestione della gara, grazie - è doveroso dirlo - alle capacità ed all'impegno del management in carica. Ho quantificato il valore del 100% delle quote della Srl in circa 4 milioni di euro, che sono quindi da aggiungere ai 6,8 milioni da lei citati. Poco meno di 11 milioni di euro sarebbe quindi a mio avviso la corretta base d'asta per una eventuale gara pubblica di cessione del marchio e della gestione della manifestazione».

Ogni anno sulla Mille Miglia si scrivono più di 2.500 articoli e si realizzano quasi 400 servizi televisivi in oltre

150 Paesi. Numeri che rendono l'idea di un evento globale. Quindi possiamo anche spingerci a calcolare incassi e indotto annuo della manifestazione.

«Gli introiti della gara edizione 2013, (bilancio al 30 giugno 2013), tra sponsorizzazioni, sublicenze, iscrizioni e servizi aggiuntivi sono stati di oltre 6 milioni. Le previsioni per l'edizione 2014 (budget al 30 giugno 2014) indicano un forte incremento, ad oltre 7 milioni di euro. A ciò vanno aggiunti tutti gli incassi indiretti per aziende, pubblici esercizi, meccanici, fornitori in genere su tutto l'arco del percorso della competizione, a mio parere almeno altri 5 milioni di euro. Non mi sembra poco, per quattro giorni di evento».

Lei è un dottore commercialista con un debole per le auto. Non dobbiamo chiederle quello che Mille Miglia può fare per Brescia, piuttosto - secondo Lei - cosa può fare Brescia per la Mille Miglia, sapendo che attorno ad un evento mondiale si possono anche costruire opportunità?

«I Bresciani devono rendersi conto del grande dono ricevuto dai loro predecessori. Purtroppo, visto con gli occhi di



Emilio Bordoli, dottore commercialista



professionisti esterni, quali noi siamo (NdR Bordoli è di Como, Andrea Dalledonne è di Bologna e Marco Makaus è di Milano), "prestati" alla gestione della gara senza alcun interesse di parte, constatiamo una fortissima litigiosità che poco ha a che vedere con lo spirito di squadra che, da solo, può davvero far crescere la forza del marchio nel mondo e il ritorno sul territorio.

Dal canto nostro, grazie alla fiducia del Prefetto Piantedosi che ha appena egregiamente terminato il proprio mandato di Commissario, continueremo a lavorare con il massimo impegno, assoluta terzietà e alta professionalità, perché - ragazzi - la Mille Miglia è un sogno realizzato, ogni anno fa sognare migliaia di persone e noi siamo orgogliosi di esserne partecipi».

Oggi AC Brescia costruisce parte rilevante del valore della produzione al canone del marchio Mille Miglia. Tale ricavo si è assestato a 1,2 milioni di euro nell'ultimo esercizio. Secondo Lei si potrebbe far di più e di meglio?

«1,2 milioni di euro è il ragguardevole minimo garantito che annualmente la 1000 Miglia eroga all'Ente proprietario AC Brescia e quindi, indirettamente, alla comunità bresciana. Sono risorse certe, liberamente utilizzabili e quindi preziose per le ricadute sul territorio. Non mi sembra poco, di questi tempi. Tenga conto inoltre che si tratta della cifra storicamente più elevata mai incassata da AC Brescia in oltre 30 anni di manifestazioni».