

[Torna ai titoli](#)**ANSA (SPR) - 30/01/2006 - 15.04.00****CALCIO: UN PALERMO MODELLO MANCHESTER, E' TESI DI LAUREA**

ZCZC0278/SXB YPA14525 R SPR SOB S41 QBKS CALCIO: UN PALERMO MODELLO MANCHESTER, E' TESI DI LAUREA STUDENTE DI PALERMO PROPONE RAFFRONTO CON IL CLUB ROSANERO (ANSA) - PALERMO, 30 GEN - E' possibile trasferire il modello del Manchester United in una realta' calcistica come quella di Palermo? A quanto pare si'. Almeno in parte. E' l'indicazione che emerge dalla tesi in marketing, presentata all'Universita' di Palermo, facolta' di Scienze della comunicazione, da Claudio Ballor che si e' avvalso del supporto del relatore Paolo Di Betta e del professor Carlo Amenta (entrambi sono docenti di economia e gestione delle imprese). La relazione, dal titolo 'From theatre of dreams to pink power, Strategie di marketing nel Manchester United Plc, verte sulla comparazione del caso fra il club inglese e quello presieduto da Maurizio Zamparini. "La prima - spiega Ballor e' da anni premiata come societa' con il maggior flusso di introiti al mondo e considerata un esempio di gestione virtuosa tra le societa' di calcio; la seconda perche' realta' locale, emergente e dalle grandi potenzialita'. Ci tengo a sottolineare che non volevamo fare alcuna classificazione di merito, impossibile tra due societa' il cui fatturato e' il 15 per cento dell'una rispetto all'altra, che operano in nazioni e regioni dalla cultura molto diversa, con differenze enormi di storia, fattori economici e tradizioni". "Volevamo dimostrare - prosegue Ballor - che il modello Manchester United era esportabile anche a una realta' media ma con possibilita' di crescita come il Palermo (si consideri che spesso a Palermo si e' parlato di autofinanziamento del club). Per realizzarla ho incontrato i dirigenti commerciali del Manchester United (e della Nike, le due societa' lavorano insieme), ma anche quelli dell'ufficio marketing del Palermo. Il lavoro e' stato concluso nel novembre 2004 ed e' durato circa 15 mesi". La tesi, di 322 pagine (88 delle quali dedicate appunto a Manchester e Palermo), e' stata discussa il 12 gennaio scorso ed e' valso a Ballor un 110 e lode. (ANSA). KSI 30-GEN-06 15:01 NNN



Ruud Van Nistelrooy

latesi

Uno studio sul finanziamento dei club

# Il Manchester un modello per viale del Fante

DIMOSTRARE che il modello Manchester United è applicabile anche a una realtà decisamente diversa come quella del Palermo è stato l'obiettivo che si è prefisso Claudio Ballor con la tesi di laurea dal titolo *From theatre of dreams to pink power, strategie di Marketing nel Manchester United*. Per la realizzazione della relazione, presentata alla facoltà di scienze della comunicazione dell'Università di Palermo, Ballor ha incontrato i dirigenti del club inglese e della Nike, ma anche quelli dell'ufficio marketing della società rosanero. «Non volevo mettere direttamente in relazione — spiega Claudio Ballor — Palermo e Manchester, visto che il fatturato dei rosanero è appena il 15 per cento di quello degli inglesi, ma dimostrare che il meccanismo di autofinanziamento del club è applicabile nello stesso modo a livelli diversi». La tesi, di 322 pagine, è stata discussa con il supporto del relatore Paolo DiBetta e del professore di economia e gestione delle imprese Carlo Amenta ed è valsa a Ballor il voto di 110 e lode.

v. t.

**CP** MILANO  
**COMPY** ROMA  
**STONE ISLAND** PALERMO  
 SCONTI 50%  
 Demos  
 Via Enrico Persi, 14

# La Repubblica PALERMO

MARTEDI 31 GENNAIO 2006

SPECIALE SPAZIO  
 SCONTI 50%  
**VISIONA**  
 6.000€ 17\*19

**REDAZIONE DI PALERMO**  
 Via Principe di Belmonte, 103/c - 90139  
 Tel. 091/7434911 - Fax 091/7434970

**CAPO DELLA REDAZIONE**  
 ENZO D'ANTONA

**INTERNET**  
 e-mail  
 palermio@repubblica.it

**SEGRETARIA DI REDAZIONE**  
 Tel. 091/7434911  
 dalle ore 9.30 alle ore 21.00

**TAMBURINI**  
 Fax  
 091/7434970

**PUBBLICITÀ**  
 A. MANZONI & C. S.p.a. - Via Principe di Belmonte, 103/c  
 90139 Palermo - Tel. 091/6027111 - Fax 091/589054

I ROSANERO ARGOMENTO DI UNA TESI DI LAUREA

# Palermo come Manchester il pallone diventa business

di Paolo Vannini

PALERMO - Il Palermo come il Manchester United. Un'analisi approfondita ed interessante degli aspetti socio-economici del fenomeno calcistico realizzata attraverso la comparazione della realtà rosanero a quella della società inglese considerata da sempre un esempio di gestione virtuosa ed anche il club col maggior flusso di introiti al mondo. E' questo l'argomento della tesi svolta e discussa nei giorni scorsi da Claudio Ballor, laureatosi con 110 e lode in Scienze della Comunicazione, e che si è avvalso del supporto dei docenti di economia e gestione delle imprese Paolo Di Betta e Carlo Amenta.

Ballor, tifosissimo rosanero e giornalista pubblicitario, ha scelto di far diventare la sua passione elemento di studio. Ed ha portato avanti con entusiasmo il suo originale lavoro, iniziato nel novembre 2004. Ha incontrato dirigenti commerciali del Manchester United, della Nike e dell'ufficio marketing del Palermo, ha incentrato la sua attenzione sulla realtà emergente costituita dalla società rosanero. Ne sono emersi dati che meritano di essere segnalati come spunto di riflessione per valutare quale potrà essere il domani rosanero, con o senza uno Zamparini al timone. E' stata innanzitutto fatta una stima per stabilire il potenziale di mercato del Palermo, ovvero quanti tifosi ha la squadra disseminati per il Mondo ed è stato poi calcolato quanto il Palermo abbia perso nel 2004 (l'anno della promozione in A) per la contraffazione del materiale legato al suo marchio. Secondo dati della Guardia di Finanza oltre 67.000 euro.

Il parallelo col calcio inglese permet-

te di capire quale possano essere gli scenari futuri del business del pallone. Il Manchester, ad esempio, raccoglie dagli introiti nei giorni di gara (non solo vendita dei biglietti, ma anche utilizzazione di servizi all'interno dello stadio Old Trafford) il 36% del proprio fatturato globale, mentre il Palermo, come tutti i club calcistici italiani, è profondamente legato alla cessione dei diritti televisivi. La struttura dello spettacolo è però total-

mente diversa: ogni spettatore medio del Manchester lascia alla società 55 euro per gara (a Palermo, 15). E ciò non solo perché il biglietto costa di più offrendo anche ristoranti, megastore, musei sportivi ed altro ma perché la società è diventata un punto di riferimento extra calcistico, che comprende persino programmi di assistenza ai

meno abbienti.

Affascinante inoltre la parte relativa al rapporto col territorio. Una parte della tesi batte sull'importanza del fatto che giocatori del vivaio accedano alla prima squadra (33 % nel Manchester, appena 12 % nel Palermo), elemento che dagli esperti viene considerato importante per il successo, per la crescita di fiducia nella tifoseria locale e per le possibilità di risparmiare sul mercato non ingaggiando calciatori costosi provenienti da altri club. Fra i pilastri della solidità calcistica, c'è però naturalmente anche il "management", inteso come possesso di beni materiali da parte di una società. Basti dire che l'Old Trafford ed il campo d'allenamento di Carrington valgono in bilancio per il Manchester 185 milioni di euro! Ecco perché lo sviluppo futuro del Palermo non può che passare da uno stadio di proprietà e da una cittadella sportiva.

**Un'analisi accurata  
degli aspetti sociali  
ed economici del  
fenomeno calcio  
dall'effetto vivaio  
al costo dei biglietti**

# TUTTOSPORT

Fondatore **RENATO CASALBORE**

Australia	... \$A 4	Spagna	... € 1,70	Svizzera T.	Fr. 2,40
Austria	... € 1,70	Belgio	... € 1,60	Grecia	... € 1,50
Malta	... € 1,53	Francia	... € 1,50	U.S.A.	... \$ 2,25
Monaco P.	... € 1,60	Svizzera	Fr. 2,50	U.S.A.W.	... \$ 1,75
Canada	... \$C 2,50	Germania	... € 1,80		

DIREZIONE, REDAZIONE, AMMINISTRAZIONE  
CORSO SVIZZERA, 185 - 10149 TORINO  
NUMERO DI TELEFONO: 011.77.731  
Indirizzo e-mail: [posta@tuttosport.com](mailto:posta@tuttosport.com)



REDAZIONE DI MILANO  
CORSO SEMPIONE, 8 - 20145 MILANO  
TELEFONI: 02.315.308 - 02.315.439  
NUMERO FAX REDAZIONE: 02.315.711

REDAZIONE DI GENOVA  
CORTE LAMBRUSCHINI - PIAZZA BORGIO PILA, 40  
16129 GENOVA - TELEFONI: 010.592.807 - 587.845  
NUMERO FAX REDAZIONE: 010.57.02.500

REDAZIONE DI ROMA  
VIA CALDERINI, 68 - 00196 ROMA  
TELEFONI: 06.323.6590 - 32.36.584  
NUMERO FAX REDAZIONE: 06.32.26.790

[www.tuttosport.com](http://www.tuttosport.com)

\* IN ABBINAMENTO OBBLIGATORIO CON "IL CORRIERE DI SIENA" O "IL CORRIERE DI AREZZO" O "IL CORRIERE DELLA MAREMMA" A C 1,00

## LAUREA SU PALERMO COME MANCHESTER UTD.

E' possibile trasferire il modello del Manchester United al Palermo? Sì, o almeno in parte. E' l'indicazione che emerge dalla tesi in marketing, presentata all'Università di Palermo, facoltà di Scienze della comunicazione, da Claudio Ballor. La relazione, dal titolo "Strategie di marketing nel Manchester United" verte sulla comparazione fra il club inglese e quello presieduto da Zamparini. «Volevamo dimostrare - spiega Ballor - che il modello Manchester United era esportabile anche a una realtà media ma con possibilità di crescita come il Palermo». La tesi, di 322 pagine è valsa a Ballor un 110 e lode.

# GIORNALE DI SICILIA

FONDATO DA GIROLAMO ARDIZZONE

MARTEDÌ 31 GENNAIO 2006 - ANNO 146 N. 30

PALERMO

€ 1,00

SPED. ABB. POST. 45% - ART. 2 COM

## **Tesi di laurea, il club rosanero e il marketing**

PALERMO. È possibile trasferire il modello del Manchester United in una realtà calcistica come quella di Palermo? A quanto pare sì. Almeno in parte. È l'indicazione che emerge dalla tesi in marketing, presentata all'Università di Palermo, facoltà di Scienze della comunicazione, da Claudio Ballor che si è avvalso del supporto del relatore Paolo Di Betta e del professor Carlo Amenta. «Abbiamo dimostrato - dice Ballor - che il modello Manchester United era esportabile anche a una realtà media ma con possibilità di crescita come il Palermo».

TEST Rassegna

NAZIONALE 13:41 30-01-06

ZCZC IPN 128

SPR --/T

CALCIO: PALERMO. PATRIMONIO TIFOSI STIMATO IN 1,350 MLN

PALERMO (ITALPRESS) > Un milione 350 mila tifosi: una tesi in marketing all'Universita' di Palermo stima il numero di tifosi del Palermo nel mondo. Combinando una ricerca Eurisko del 2004, che aveva visto i rosanero 7^ in Italia quanto a numero di fans (879.694), il giornalista Claudio Ballor, con il supporto del professor Paolo Di Betta, relatore, e assistito dal professor Carlo Amenta, entrambi docenti di Economia e Gestione delle Imprese nella Facolta' di Scienze della Formazione, ha stimato (dai dati del Dipartimento Emigrazione dell'Assessorato regionale al Lavoro) una presenza estera della tifoseria rosanero equivalente a un range che va da 457 mila a 469 mila persone. Un potenziale di mercato che potrebbe permettere, spiega l'elaborato, un poderoso salto di qualita' al club, se adeguatamente sfruttato: se ciascuno di questi tifosi contribuisse infatti con soli 5 euro nell'acquisto di merchandising, gli introiti sarebbero pari a circa 6,7 milioni, un sesto del totale finito nelle casse della societa' nella passata stagione nelle tre aree (commerciale, media e botteghino) che compongono la torta-introiti dei club attuali. E se, proseguono Ballor, Di Betta e Amenta nel lavoro, il Palermo seguisse l'esempio di societa' come gli inglesi del Southampton e gli spagnoli dell'Athletic Bilbao nella creazione di una societa' in grado di gestire in proprio il merchandising senza delegarlo a terzi (com'e' prassi comune per i club che si trovano accordi con aziende dell'abbigliamento sportivo), tutto il flusso di denaro finirebbe in Viale del Fante.

(ITALPRESS) - (SEGUE).

gm/red

30-Gen-06 13:41

NNNN

TEST Rassegna

NAZIONALE 13:41 30-01-06

ZCZC IPN 129

SPR --/T

CALCIO: PALERMO. PATRIMONIO TIFOSI STIMATO IN 1,350 MLN (2)

Una scommessa sull'amore dei fans che, a leggere l'elaborato, potrebbe riservare grandi soddisfazioni alla dirigenza del Palermo. La tesi verte su una comparazione tra il club rosanero e il Manchester United, considerato un modello di gestione virtuosa tanto da essere premiato da 8 anni dalla classifica dell'agenzia internazionale Deloitte & Touche come squadra dai maggiori guadagni al mondo (il titolo della tesi e' appunto "From Theatre of Dreams to Pink Power, Strategie di marketing nel Manchester United PLC e nell'U.S. Citta' di Palermo"). I dati di penetrazione del Palermo nel mercato dei tifosi italiani e isolani (3,16%, contro il 35,1% della capolista Juve, mentre sono il 26,93% i siciliani appassionati di calcio, esclusi messinesi e catanesi generalmente non inclini a tifare Palermo, a supportare i rosa) darebbero ragione agli autori dell'elaborato nel ritenere il mercato di chi ha origini regionali quello su cui puntare per incrementare gli introiti in questa fase societaria. Dai dati della Guardia di Finanza di Palermo, Ballor ha anche stimato quanto la societa' ha perso a causa della contraffazione nel 2004: precisamente 67.556 euro, a fronte di 16.129 euro finiti sulle bancarelle. Il lavoro di raffronto, utile per osservare se il modello United potesse in qualche modo essere replicato in una realta' emergente come il Palermo e non stilare impossibili classifiche di merito tra due realta' totalmente diverse, si e' rivolto poi all'analisi delle aree di introito: e' emerso che i siciliani (come tutti i club italiani) sono troppo dipendenti dal denaro della tv (61,5% la stima per il Palermo nella stagione attuale) e alla ricerca dell'auspicato autofinanziamento andrebbero incrementati gli introiti del botteghino (29,2% nella passata stagione) e soprattutto del canale commerciale, attestato a poco pi del 10%.

(ITALPRESS) - (SEGUE).

gm/red

30-Gen-06 13:41

NNNN

TEST Rassegna

NAZIONALE 13:41 30-01-06

ZCZC IPN 130

SPR --/T

CALCIO: PALERMO. PATRIMONIO TIFOSI STIMATO IN 1,350 MLN (3)

L'esempio che viene da Old Trafford e' illuminante: 90,5 milioni di euro incassati nel 2003/04 dagli spettatori il giorno della partita (55 euro l'uno contro i 15,70 di Palermo) e la differenza e' dovuta alla sterminata serie di servizi offerti: dalle 18 cucine in grado di sfornare 4500 pasti al tour di impianto e museo, alle vendite del megastore, all'affitto di suite, ai programmi del match. Per quanto riguarda i servizi commerciali, ai Red Devils sono arrivati 67 milioni (oltre 10 volte che a Palermo) grazie ai viaggi organizzati dalla societa' e all'affitto dell'impianto anche per sposarsi, al cinema, alla radio, alla tv, ai servizi finanziari solo per citare alcune tra le tantissime iniziative. Di pi, il Manchester Utd e' ormai divenuto un'istituzione non solo territoriale, grazie ai programmi di aiuto ai disagiati. Per concludere, su uno schema del professor Bill Gerrard dell'Universita' di Leeds che ha proposto 4 pilastri alla base del successo delle societa' odierne (management tecnico e generale, ampiezza della tifoseria e risorse di gioco), Ballor, Di Betta e Amenta hanno trovato che solo il 12,26% di giovani del vivaio sono finiti in prima squadra al Palermo dal '92 al 2005, contro il 33,77% dello United, perdendo cosX una fondamentale risorsa economica e in termini di "esperienza condivisa" nel tempo. Tra i due club in esame, infine, enorme e' la differenza nel possesso di beni materiali: lo stadio e l'impianto di allenamento inglesi valgono 185 milioni di euro, contro i 150 mila ( di beni tangibili del Palermo. Il nuovo stadio e tutto quello che ne consegue, e' una delle conclusioni della tesi, sono chiamati a dare nuovi significati anche gli assetti tecnici in casa rosanero.

(ITALPRESS).

gm/red

30-Gen-06 13:41

NNNN

## ■ ATENEONLINE

> Home > Seconda pagina  
> Sport > Cultura e spettacoli > Il lavoro che c'è > I nostri seminari > I nostri servizi > Chi siamo > Speciale dedicato a Mario Francese  
■ Ateneo  
> Unipa.it > COT  
■ Giornalisti  
> Edicola online > Ordine dei Giornalisti di Sicilia > Fnsi > Assostampa Sicilia > Inpgi > Casagit > Fondo giornalisti > Fieg > Garante privacy > Aut. garanzia comunicazioni

**Per realizzarla ci sono voluti 15 mesi. Voto finale 110 e lode**

## "Un Palermo modello Manchester" Tesi di laurea sul marketing dei rosa

*Uno studente palermitano iscritto alla facoltà di Scienze della comunicazione ha presentato un raffronto tra il club inglese e quello rosanero. L'autore della tesi, Claudio Ballor, spiega: "Non volevo fare alcuna classificazione di merito perchè sono due società in cui la seconda ha un fatturato del 15 per cento rispetto alla*

*E' possibile trasferire il modello del Manchester United in una realtà calcistica come quella di Palermo? A quanto pare sì. Almeno in parte. E' l'indicazione che emerge dalla tesi in marketing, presentata all'Università di Palermo, facoltà di Scienze della comunicazione, da Claudio Ballor che si è avvalso del supporto del relatore Paolo Di Betta e del professor Carlo Amenta (entrambi sono docenti di economia e gestione delle imprese).*

La relazione, dal titolo 'From theatre of dreams to pink power, Strategie di marketing nel Manchester United Plc, verte sulla comparazione del caso fra il club inglese e quello presieduto da Maurizio Zamparini. "La prima - spiega Ballor è da anni premiata come società con il maggior flusso di introiti al mondo e considerata un esempio di gestione virtuosa tra le società di calcio; la seconda perché realtà locale, emergente e dalle grandi potenzialità. Ci tengo a sottolineare che non volevamo fare alcuna classificazione di merito, impossibile tra due società il cui fatturato è il 15 per cento dell'una rispetto all'altra, che operano in nazioni e regioni dalla cultura molto diversa, con differenze enormi di storia, fattori economici e tradizioni".

"Volevamo dimostrare - prosegue Ballor - che il modello Manchester United era esportabile anche a una realtà media ma con possibilità di crescita come il Palermo (si consideri che spesso a Palermo si è parlato di autofinanziamento del club). Per realizzarla ho incontrato i dirigenti commerciali del Manchester United (e della Nike, le due società lavorano insieme), ma anche quelli dell'ufficio marketing del Palermo. Il lavoro è stato concluso nel novembre 2004 ed è durato circa 15 mesi". La tesi, di 322 pagine (88 delle quali dedicate appunto a Manchester e Palermo), è stata discussa il 12 gennaio scorso ed è valso a Ballor un 110 e lode.  
**red** (30 gen 2006, 11:10)

**prima pagina >>**

## ■ Appuntamenti



> **Secolo Postmoderno di Etrio Fidora**