

LA CRISI DEL PALLONE

Roma riparte dall'azionariato popolare

ROMA ■ Maurizio Costanzo guida il progetto dell'azionariato popolare per l'As Roma. Dopo quattro mesi di studio è pronto il piano lanciato in dicembre dal giornale «Il Romanista», che si definisce «il quotidiano dei tifosi più tifosi del mondo». L'iniziativa verrà presentata oggi in un convegno, con la denominazione più generica «L'azionariato popolare nel calcio». Interverranno i consulenti del progetto, l'amministratore delegato di Kpmg advisory, Franco Masera e il managing partner dello Studio legale Tonucci, Mario Tonucci.

Oggi è il Natale di Roma e i soci del Romanista, dal direttore Riccardo Luna ad alcuni "vip" capitolini o comunque tifosi facoltosi, sognano la rinascita della Magica. Il convegno è organizzato dal quotidiano insieme alla Fondazione Roma

europea, presieduta da Giuseppe De Rita, del quale è previsto un intervento oltre a Luna, a Costanzo e a Riccardo Viola.

Lo studio analizza le quattro principali esperienze europee di azionariato popolare, Real Madrid e Barcellona, Benfica, Bayern Monaco. La conclusione, secondo indiscrezioni, è che il modello più applicabile nel sistema italiano sia quello tedesco o portoghese.

Il Bayern ha decine di migliaia di tifosi azionisti, ma anche un nocciolo duro di tre azionisti industriali o finanziari con circa il 10% del capitale a testa.

Il progetto è stato pensato per il club giallorosso, in origine con l'intenzione di spingere Franco Sensi a cedere la maggioranza della squadra che era in grandi difficoltà sportive ed economico-finanziarie. Ma lun-

go il percorso alcune asperità sono state smussate, anche perché nel frattempo i risultati sportivi della squadra sono nettamente migliorati.

Formalmente, promotori e advisor parlano di «azionariato popolare nel calcio» e non più per l'As Roma. La definizione è stata sfumata, rispetto all'intento iniziale, anche per non irritare la famiglia Sensi, azionista di maggioranza con il 67% della Roma, benché sotto la tutela di Capitalia.

Non viene presentata una ricetta ufficiale per il passaggio di mano della Magica, né il costo dell'operazione. Ma l'obiettivo è chiaro. Diversi soci dell'Editoriale Il Romanista puntano a indurre la famiglia Sensi e Capitalia a un passaggio morbido della proprietà, con la vendita di almeno il 30-40% del capitale, a un gruppo ristretto di azio-

nisti "industriali", cioè dal portafoglio robusto. Sensi potrebbe rimanere con una quota di minoranza o vendere il residuo in Borsa. Il resto del capitale dovrebbe essere assorbito dall'azionariato popolare, cioè decine di migliaia di tifosi.

Un'incognita sono i costi del progetto, sia per coprire le perdite di gestione della società (in attivo di 872mila euro

di Francesco Gaetano Caltagirone e Claudio Toti, ma sono solo ipotesi), non il semplice "popolo giallorosso".

Il veicolo giuridico per far decollare il progetto e raccogliere le quote dei soci è stato individuato in una fondazione, lo strumento ritenuto maggiormente compatibile con la legislazione italiana.

Intanto è stato rinnovato per quattro anni l'accordo di sponsorizzazione tra Tim e la Lega calcio, per i campionati di A e B, Coppa Italia. In Borsa rialzo del 10,97% delle azioni Juventus (a

Il giornale «Il Romanista» lancia il progetto Una Fondazione per far decollare il piano

nel semestre a dicembre 2005 perché ha iscritto una plusvalenza di 22,6 milioni per la cessione di Trigoria) sia le esigenze di ricapitalizzazione, stimabili tra 100 e 150 milioni entro fine 2007. Somme raggiungibili solo se intervengono imprenditori o costruttori (tra gli altri, aleggiano i nomi

1,942 euro). È in fase avanzata il negoziato per individuare il nuovo sponsor che darà il nome allo Stadio Delle Alpi. Fonti della società escludono che sia la Siemens, il gruppo tedesco con il quale ci sono però trattative per l'imminente ristrutturazione del Delle Alpi.

GIANNI DRAGONI

