Sharapova, che prima della squalifi ca guadagnava 20 milioni di dollari grazie agli sponsor, perse Tag Heuer a Avon, ma mantenne Head ed Evian. Nike e Porsche, dopo un'iniziale esitazione, rimasero con lei, L'investimento sulla russa, soprattutto per l'azienda dell'Oregon, era stato mas siccio: la supportavano da cuando aveva 11 anni. Prima di buttare tutto all'aria, ci hanno pensato. E hanno compreso che Sharapova non è solo un'atleta, ma un simbolo, capace di resistere allo scandalo del doning Descapping il danno di perustanione causato dal tradimento della moglie è costato al golfista Tiger Woods il benservito di AT&T, Accenture, Gatorade e Gillette. Nike, ancora una volta, ci ha messo la faccia, conti nuando a produme la linea di abbi

gliamento col marchio di Woods. Poco importa se l'atleta tra incidenti. operazioni, scandali, ha ripreso a giocare solo a marzo di quest'anno, guadagnando comungue 42 milioni con eli sponsor «Il brandine spiega Grimaldi — che si tratti di azienda o sport, è un fenomeno destinato a crescere: perché in un mon do in cui siamo sovraesposti a stimoli e possibilità, rappresenta una sintesi che permette di scegliere in modo più semplice e veloces

Le borse

Caso più unico che raro è quello di Floyd Mayweather, il pugile che si è

secolo. E già questo basta a comprenderne la portata. L'in gaggio di Ronaldo non ha un nara gone në passato në contemporane Con il maxi compenso (30 milloni d euro netti per quattro stagioni con la Juventus) il fuoriclasse portoghes ha ottenuto qualcosa di impensabili soprattutto rispetto all'età: mai nes supo aveva pemmeno sfiorato una retribuzione monstre a quasi 34 an ni. E questo è dovuto non soltanto al le prestazioni sportive ma a tutto ciò che rappresenta il «planeta Ronal dos: diritti d'immagine, sponsor e ingaggi. Si perché la fama del fuoriclasse portoghese è ormai planetari e in alcuni angoli (ricchi) del mondo lui è l'iconografia stessa del calcio. Questo ha portato la «Signora» a in vestire pesantemente su CR7 per al

tri quattro anni. Perché il valore eco nomico di Ronaldo è qualcosa di unico e va ben oltre i risultati conse guiti sul campo: basti pensare che Adidas, sponsor tecnico di Real e lu ventus, paga no millioni di euro agli spagnoli e 23 ai bianconeri, Rappor to di forze destinato a cambiare con l'arrivo di Ronaldo alla luventus. Nel mondo del calcio però esiste or

mai da anni una variabile rannresen tata dai campionati dei paesi emer genti (Cina e Medio Oriente su tutti) in quel casi non è il valore assoluto del calciatore a prevalere ma la sua fama. Basti pensare che dopo l'in gaggio presso la squadra Hebei Chi na Fortune, il calciatore più pagato ai mondo è Ezequiel Lavezzi (detto il Pocho), argentino di 33 anni (con un passato nel Napoli e nel Paris Saint Germain) che adesso con i suoi 52.2 milioni l'anno guadagna più di Messi e Ronaldo

Dunque un campione è (anche) un investimento. A patto che sia un vincente di successo, il legame con le sponsor può diventare addirittura

Cr7 va alla luve per 30 milioni di euro in 4 anni. Federer, re dei ricavi con gli sponsor, firma con Uniglo un contratto decennale da 300 milioni di dollari. Investimenti che guardano oltre vittorie o (possibili) ritiri. Perché nell'Olimpo dello sport, tennisti & Co. diventano brand. Ma poi arriva il pugile Mayweather, che in una notte guadagna più di tutti...

un vitalizio. Almeno la vede così Uni-

di Francesca Gambarini e Isidoro Trovato

Cristiano Ronaldo calciatore: col passaggio glo, il brand di moda low cost giap onese, parte del gruppo Fast Retaialla Juventus nel 2018 ling, di proprietà di uno degli nomi guadagnerà 111,5 milioni ni più ricchi del Giappone, Tadashi Yanai, che ha fatto bella mostra sui campi di Wimbledon indosso a Roger Federer. Il più grande tennista di tutti i tempi (116 milioni di dollari in premi in carriera, alla data del a luglio) è stato eliminato ai quarti ma di fatto, grazie agli sponsor rimane il numero uno in assoluto: solo que st'anno ha guadagnato 85 milioni di dollari, incluso il nuovo contratte battendo anche Cr7 (47 milioni col Real e un contratto da un miliardo con Nike). Tra i brand che sostengo no Federer, Mercedes e Lindt hanno rinnovato alla fine del 2017, con Barilla il deal è stato chiuso a somilion di dollari. Ma il vero colno è stato

> dell'accordo Particolare che non impensierisce l'azienda del Sol Levante, intenzionata a sfruttare non tanto i successi venturi di Re Roger, quanto la sua imperitura fama. Come? Per sfonda. re nei mercati occidentali e toccare quota 50 miliardi di vendite nel 1020. Con circa duemila negozi in 19 Paesi, Uniglo manca però ancora in Italia, dove arriverà solo nel marzo 2019. I conti, per mister Yanai, po-

l'accordo da 300 milioni di euro con

hiqlo: dieci anni di sponsorizzazio

ne per lo svizzero che, a 37 anni da

te si ritirerà prima della scadenzi

ompiere a giorni, quasi sicuramen-







In campo e sul ring Dall'alto, Lionel Messi: la puice è il terzo atleta più pagato del 2018: 111 million di dollari LeBron James, con 876 milioni è il primo cestista della top 100; il puglie Floyd Mayweather è al top: in una notte ha guadagnato 275 milioni di dollari cui

aggiungere i 10 degli sponsor

trebbero essere giusti: basti pensan che al solo annuncio della nuova sartnership il titolo di Uniolo è salito dell'i os, mentre quello di Nike, in una settimana, cedeva il ex. «Un atleta come Federer è un brand di per sé: sponsorizzarlo, per un'azienda significa la possibilità di raggiunge re più audience, quindi, aumentare il proprio valore riducendo il rischio dell'investimento», spiega Lidi Grimaldi, direttore esecutivo di Inter

Grazie a Uniqlo, stimano ancora gli analisti, una volta appesa la racchet-ta al chiodo. Federer finirà per guadagnare come al tempi d'oro, quan do vinceva uno dei suoi 20 titoli Slam. Oaddirittura di più. «Con que sto tipo di contratti, i super atleti minimizzano a loro volta il rischio nmsegue Crimaldi - Il nrocesso di identificazione ed emulazione del pubblico, nel loro caso, non si ferma alle vittorie o alle classifica, ma va ol tre: diventano benchmark positivi di per sé». E per i quali vale la pena stilare un contratto «a vita»

Ma in pochi, persino tra i dieci che siedono nell'Olimpo dei più pagati atleti del mondo nel 2018 (li trovate nella classifica in pagina), possono «fruttare» quanto Re Roger.

Von solo premi

Cè per esempio Lionel Messi, il cui nome è così executivo - e remunero tivo - da aver spinto la costruzione di

un parco a tema, il Messi Experience Park, che aprirà in Cina nel 2020. La «pulce» è legato per sempre ad Adifas. Ma guadagna comunque «so lo» 27 milioni dagli sponsor. Il resto viene dallo stipendio (84 milioni) che quest'anno non è stato rimpol pato né dal bonus Champions né dai risultati del Mondiale Anche tra i campioni del basket

americano la voce sponsor conta spesso più dell'ingaggio, regola mentato dal regime della Salary Cap, il tetto complessivo degli stipend per l'intera franchigia, che per la ossima stagione supera i 100 milioni di dollari. LeBron James, che ha firmato con i

Los Angeles Lakers un accordo da 154 milioni di dollari in quattro anni, è di fatto il giocatore con il più ampio portafoglio di sponsor della Nba Con lui si dice che la Nike abbia ur accordo a vita di un miliardo di dol lari; al «Baffo» si aggiungono Coca Cola, Kia Motors, la catena di pizze rie Blaze, di cui è investitore della prima ora (ne possiede 17). Ha una casa di produzione per la tv e il web, la SpringHill Entertainment, e una media company. Possiede anche il 2% delle azioni del Liverpool, la squadra di calcio della Premier Leaone arrivata in finale di Championsla sua quota avrebbe un valore di 32 milioni di dollari secondo la tv ame ricana Espn. Più che un campione un'azienda. Che punta anche sulla fi lantropia: la sua fondazione ha investito a milioni di dollari per l'educa zione di bambini disagiati e que st'anno aprirà una scuola. Certo, un accordo a lungo termino

con un'atleta può anche rivelarsi un boomerang, Eallora bisogna corren ai ripari. Così, nel 2012, Nike tagliò il cordone con il ciclista Lance Armstrong, che aveva confessato di essersi dopato per vincere il Tour de France, Nel 2006 la tennista Maria



Il Fondo Formazienda finanzia la formazion delle imprese aderenti

Aderire al Fondo è semplice e non comporta alcun costo . Conto Formazione di Sistema | dedicato alle PMI

. Conto Formazione di Impresa | pensato per le grandi aziendo . Conto Formazione di Rete | ideato per le holding

Visitate il nostro sito www.formazienda.com per le modalità di adesione





po avervinto l'ultimo incontro (il so' che gli ha permesso di superan Rocky Marciano) che gli è valso, da solo, una borsa da 275 milioni di dollari, oltre che la «Money Belt», la cintura confezionata per l'occasione dalla WBC fatta di 3.360 diamant 600 zaffiri, 300 smeraldi e 1,5 kg di oro, il tutto avvolto in preziosa pelle di coccodrillo.

Mayweather non è nuovo a simili performance: passerà alla storia per essere stato uno degli atleti più richiesti e lucrativi per gli eventi pay per-view di tutti i tempi, in ogni sport. Non a caso si è classificato pri mo nella lista dei 50 sportivi più pa gati sia di Forbes sia di Sport Illu strated nel 2012 e nel 2013, e ancora di Forbes anche nel 2014 e nel 2015. guadagnando, per il solo 2014, circa 300 milioni di dollari. Un campione straordinario pagato per le suevittorie e i suoi incontri ma poco avvezzo agli sponsor, che l'anno scorso rag giungevano per lui la «risibile» cifra di somilioni di dollari l'anno. Adesso giura di essersi ritirato, ma sono in tanti pronti a scommettere che il suo ritorno sul ring dipenda solo dalla ricchezza della borsa in palio.