



JUVENTUS Football Club S.p.A.

**DOCUMENTO INFORMATIVO
RELATIVO AD OPERAZIONE DI MAGGIORE RILEVANZA
CON PARTI CORRELATE**

ai sensi dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010 e successivamente modificato con delibera n. 17389 del 23 giugno 2010

Torino, 23 luglio 2012

Juventus Football Club S.p.A.

Corso Galileo Ferraris 32 – 10128 Torino

Capitale sociale € 8.182.133,28 interamente versato –

Registro Imprese, Codice Fiscale e Partita IVA 00470470014 - REA 394963

www.juventus.com

INDICE

Premesse	3
1. Avvertenze	3
1.1 Rischi connessi ai potenziali conflitti di interesse derivanti dall'operazione con parte correlata.....	3
2. Informazioni relative all'operazione.....	3
2.1 Descrizione delle caratteristiche, modalità, termini e condizioni dell'operazione	3
2.2 Indicazione della parte correlata con cui l'operazione è stata posta in essere e della natura della correlazione.....	4
2.3 Indicazione delle motivazioni economiche e della convenienza per la società dell'operazione.....	5
2.4 Modalità di determinazione del corrispettivo dell'operazione e valutazioni circa la sua congruità rispetto ai valori di mercato di operazioni similari.	6
2.5 Illustrazione degli effetti economici, patrimoniali e finanziari dell'operazione	7
2.6 Incidenza sui compensi dei componenti dell'organo di amministrazione della società.....	7
2.7 Indicazione degli organi o degli amministratori che hanno condotto o partecipato alle trattative e/o istruito e/o approvato l'operazione	7
2.8 Altre informazioni.....	8
ALLEGATO:.....	9
Verbale del Comitato per le operazioni con parti correlate del 7 maggio 2012	9

Premesse

Juventus Football Club S.p.A. (di seguito anche “Juventus” o “Società”) è controllata da Exor S.p.A. (di seguito “Exor”) - una delle principali società di investimento europee - che, alla data del presente documento informativo, ne detiene il 63,77% del capitale.

Si ricorda, inoltre, che Exor controlla il Gruppo Fiat e il Gruppo Fiat Industrial e che, a sua volta, è controllata dalla Giovanni Agnelli e C. S.a.p.az..

Il Consiglio di Amministrazione di Juventus, dopo avere già dotato in precedenza la Società di “*Principi di Comportamento per l’effettuazione di operazioni rilevanti sotto l’aspetto economico, patrimoniale e finanziario e di operazioni con parti correlate*”, a seguito dei più recenti interventi normativi ha approvato in data 11 novembre 2010, con applicazione a far data dal 1 gennaio 2011, la “*Procedura per Operazioni con parti correlate*” ai sensi dell’art. 4 del Regolamento adottato da Consob con delibera n. 17221 del 12 marzo 2010, come successivamente integrato e modificato, e dall’art. 9 del Codice di Autodisciplina, tenendo anche conto della Comunicazione Consob n. DEM/10078683 del 24 settembre 2010.

1. Avvertenze

1.1 Rischi connessi ai potenziali conflitti di interesse derivanti dall’operazione con parte correlata

L’operazione in questione (come meglio descritta al successivo punto 2 del presente documento informativo) è posta in essere tra Juventus e Fiat S.p.A. (di seguito “Fiat”) che, in virtù dei rapporti societari sopra descritti, costituisce Parte Correlata di Juventus (in quanto entrambe le società sono controllate da Exor).

L’operazione non espone Juventus a particolari rischi connessi a potenziali conflitti di interesse, diversi da quelli tipicamente inerenti operazioni con parti correlate.

2. Informazioni relative all’operazione

2.1 Descrizione delle caratteristiche, modalità, termini e condizioni dell’operazione

L’operazione consiste nella decisione, assunta con delibera del Consiglio di Amministrazione della Società del 10 maggio 2012, di attribuire a Fiat la qualifica di “*Sponsor ufficiale della Juventus*”, a titolo non esclusivo, ai termini ed alle condizioni di cui al Contratto sottoscritto in data 23 luglio 2012 tra le due società, per la sponsorizzazione della maglia da gioco di Juventus (indossata dalla squadra in occasione delle partite ufficiali del Campionato di Serie A, della Coppa Italia, della *UEFA Champions League*, della *UEFA Europe League*, di partite amichevoli e/o di altri tornei ai quali essa partecipa) per tre stagioni sportive (fino al 30 giugno 2015).

A decorrere al 1° luglio 2012, dunque, Fiat è l’unico sponsor di maglia di Juventus, per tutte le competizioni, a fronte di un corrispettivo fisso complessivo di Euro 35 milioni, oltre alla fornitura

di vetture del Gruppo Fiat per un controvalore annuo massimo di circa Euro 1,3 milioni, che dovranno essere utilizzate dai Giocatori, dal *top management*, dallo *staff* tecnico e dai dipendenti di Juventus in occasione di eventi ufficiali e/o in relazione alle attività di rappresentanza ed, in ogni caso, per esigenze funzionali ed organizzative correlate alle precitate attività.

Nella stagione sportiva 2012/2013 comparirà sulle maglie da gioco il marchio Jeep. Per le altre stagioni sportive Fiat potrà indicare, a propria esclusiva discrezione, un diverso marchio.

Il contratto prevede, inoltre, l'attribuzione a Fiat di un distinto diritto di utilizzazione e sfruttamento dell'immagine di Juventus per attività connesse ad iniziative e/o campagne comunicazionali di Fiat e/o delle società da essa controllate, e finalizzate alla promozione del "*core business*" di Fiat (vale a dire la produzione e la distribuzione di veicoli a motore, con specifico riferimento ad autovetture, camion, bus o altri veicoli e macchine).

A fronte dei diritti concessi, Fiat corrisponderà a Juventus la seguente remunerazione fissa:

Con riferimento al periodo Dal 01 luglio 2012 al 30 giugno 2013	€ 10.500.000 (diecimilionicinquecentomila/00), oltre IVA
Con riferimento al periodo Dal 01 luglio 2013 al 30 giugno 2014	€ 11.500.000 (undicimilionicinquecentomila/00), oltre IVA
Con riferimento al periodo Dal 01 luglio 2014 al 30 giugno 2015	€ 13.000.000 (tredicimilioni/00), oltre IVA

Inoltre, ed in aggiunta alla remunerazione di cui sopra, come già evidenziato nel presente paragrafo, Fiat si obbliga a rendere disponibili a Juventus, per la durata del contratto, vetture prodotte da Fiat o dalle società da essa controllate per un controvalore annuo massimo di circa Euro 1,3 milioni.

Il predetto contratto di sponsorizzazione avrà efficacia dal 1° luglio 2012 al 30 giugno 2015.

2.2 *Indicazione della parte correlata con cui l'operazione è stata posta in essere e della natura della correlazione*

Controparte dell'operazione è Fiat che, alla data del presente documento informativo è parte correlata di Juventus in quanto, come già indicato nelle Premesse, entrambe sono controllate da Exor.

Ai fini del presente documento informativo, inoltre, si precisa che, pur trattandosi di una operazione che rientra nella ordinaria attività della Società e che prevede condizioni equivalenti a quelle di mercato, la stessa è stata identificata da Juventus quale "*operazione di maggiore rilevanza*", in quanto supera la soglia di rilevanza del 2,5% con riferimento al controvalore dell'operazione. Più precisamente, il controvalore complessivo dell'operazione è pari ad Euro 35 milioni, oltre alla fornitura delle vetture, mentre il patrimonio netto di Juventus al 31 dicembre 2011

era pari ad Euro 31,8 milioni. Pertanto, alla luce di quanto precede, si è ritenuto di assoggettare detta operazione alle procedure deliberative ed informative previste per le operazioni con parti correlate che prevedono, tra l'altro, la predisposizione di un documento informativo, qual è il presente.

Per completezza di informazioni, ai fini del presente documento, si ricorda, infine, che il Presidente del Consiglio di Amministrazione di Juventus, Andrea Agnelli, è consigliere di Exor e di Fiat, nonché socio accomandatario della Giovanni Agnelli e C. S.a.p.az..

2.3 Indicazione delle motivazioni economiche e della convenienza per la società dell'operazione.

Il contratto di sponsorizzazione della maglia della Prima Squadra rappresenta una delle principali fonti di ricavo della Società, oltre alla sponsorizzazione tecnica ed ai diritti televisivi. Il corrispettivo fisso complessivo della sponsorizzazione Fiat, pari a Euro 35 milioni, oltre, come meglio specificato nel paragrafo 2.1 che precede, alla fornitura di vetture del gruppo, riporta il valore della maglia della Juventus a valori consoni all'importanza ed alla popolarità del *brand* Juventus.

La convenienza dell'operazione è, altresì, confermata dalla considerazione che il valore medio della prospettata sponsorizzazione (che non prevede *bonus* e *malus*) supera le condizioni economiche dei contratti di sponsor maglia degli ultimi 5 esercizi, dal 2007/2008 al 2011/2012, come puntualmente riportati nella tabella che segue:

Stagione sportiva di riferimento	Sponsor maglia	Valore della maglia* (espresso in milioni di Euro)
2007/2008	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11,00
2008/2009	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11,00
2009/2010	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11,00
2010/2011	Betclick Ltd. ("Betclie") + Balocco	8
2011/2012	Betclick Ltd. ("Betclie") + Balocco	8,5

* esclusi i premi legati ai risultati sportivi

Infine, con l'accordo di sponsorizzazione in esame, la Società torna ad avere un unico sponsor di maglia semplificando ed ottimizzando, tra l'altro, la gestione dell'abbigliamento tecnico della Prima Squadra.

Il "Comitato per le operazioni con parti correlate" di Juventus, in data 7 maggio 2012, ha espresso, all'unanimità, motivato parere favorevole al compimento dell'operazione ai termini ed

alle condizioni pattuite nel contratto di sponsorizzazione, ritenendo l'operazione di sicuro interesse per la Società, conveniente e corretta.

2.4 Modalità di determinazione del corrispettivo dell'operazione e valutazioni circa la sua congruità rispetto ai valori di mercato di operazioni similari.

Considerato quanto riportato ai precedenti punti 2.1 e 2.3 con riferimento al corrispettivo dell'operazione, devono essere considerati, ai fini della valutazione della congruità, gli attuali valori di mercato di operazioni similari (*id est*, sponsorizzazione della maglia da gioco di altri club, a livello sia nazionale che europeo, di primissima fascia).

In particolare, il corrispettivo dell'operazione deve essere valutato anche alla luce delle informazioni contenute in autorevoli ricerche di mercato, quali, ad esempio, la ricerca indipendente condotta da Sport + Markt per il 2012, che ha raffrontato il valore della sponsorizzazione della maglia delle principali squadre in Europa. Considerando la predetta analisi comparativa della valorizzazione delle maglie da gioco delle più importanti squadre di calcio europee, il valore medio della sponsorizzazione Fiat per la maglia della Juventus, pari a Euro 11,7 milioni all'anno, è in linea con quello dei principali *competitors* nazionali ed internazionali. La nuova sponsorizzazione Fiat colloca Juventus subito dopo l'Inter (con un valore annuo della maglia pari ad Euro 13,7 milioni) e Milan (12 milioni). La posizione di Juventus in questa speciale classifica non tiene peraltro conto della valorizzazione della fornitura delle vetture il cui controvalore medio annuo è stimabile in circa Euro 1,3 milioni.

La congruità della sponsorizzazione e, dunque, delle condizioni economiche dell'operazione, si evince anche da una analisi comparativa delle condizioni economiche applicate precedentemente ai contratti di sponsor maglia stipulati da Juventus con Betclick Ltd. in data 8 novembre 2010 (sponsor ufficiale prima maglia) e con Balocco S.p.A. in data 19 gennaio 2011 (sponsor ufficiale seconda maglia). Il corrispettivo per la sponsorizzazione convenuta per la prima maglia prevedeva, infatti, la corresponsione a Juventus di una somma complessiva per la durata del contratto (2 anni) pari ad Euro 16 milioni, tuttavia, da tale complessivo ammontare deve essere dedotta un somma pari ad Euro 3 milioni per il c.d. "*malus*", determinato dalla mancata partecipazione di Juventus alla *UEFA Champions League* nelle stagioni sportive 2010/2011 e 2011/2012. Il corrispettivo per la sponsorizzazione della seconda maglia, invece, era stato convenuto, per la sola stagione sportiva 2011/2012, in complessivi Euro 2,5 milioni, dai quali era previsto venisse dedotto un "*malus*" pari ad Euro 0,5 milioni per la mancata qualificazione della Juventus sia al *Group Stage* di *UEFA Champions League* che alla *UEFA Europe League* per la stagione sportiva 2011/2012. A fronte dei suddetti "*malus*" il contratto di sponsorizzazione Betclick prevedeva peraltro dei "*bonus*" al raggiungimento di predeterminati risultati sportivi.

Gli esiti della comparazione dei dati per operazioni similari, nonché i valori emersi dalla analisi comparativa dei parametri utilizzati dalle predette ricerche di mercato e, infine, la considerazione che si tratti di una operazione ordinaria per l'attività della Società, hanno indotto il

“Comitato per le operazioni con parti correlate” a non ritenere, nella fattispecie, di far ricorso a pareri di esperti indipendenti per la redazione del proprio parere.

2.5 *Illustrazione degli effetti economici, patrimoniali e finanziari dell’operazione*

L’operazione in esame genererà nel prossimo triennio ricavi e flussi di cassa positivi per complessivi Euro 35 milioni, oltre al controvalore delle vetture fornite da Fiat per un importo massimo di Euro 3,9 milioni.

Alla prospettata operazione si applicano, dunque, le regole previste dal Regolamento Consob e dalla procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate di *“maggiore rilevanza”* adottata da Juventus, ai sensi dell’art. 4.1 della quale *“sono da considerarsi operazioni di maggiore rilevanza le operazioni con parti correlate poste in essere direttamente da Juventus nelle quali almeno uno degli indici di rilevanza (indice di rilevanza del controvalore, indice di rilevanza dell’attivo, indice di rilevanza del passivo) di cui all’Allegato 3 del Regolamento sia superiore alla soglia del 5% o al 2,5% nel caso di operazioni poste in essere con la capogruppo Exor o con soggetti a quest’ultima correlati che risultino a loro volta correlati alla Società”*.

Nella fattispecie il controvalore complessivo dell’operazione (valore della sponsorizzazione) è pari ad Euro 35 milioni (alla quale si deve aggiungere il controvalore della fornitura delle vetture), mentre il patrimonio netto di Juventus al 31 dicembre 2011 era pari ad Euro 31,8 milioni.

2.6 *Incidenza sui compensi dei componenti dell’organo di amministrazione della società*

L’ammontare dei compensi dei componenti del Consiglio di Amministrazione di Juventus non è destinato a variare in conseguenza dell’operazione oggetto del presente documento informativo.

2.7 *Indicazione degli organi o degli amministratori che hanno condotto o partecipato alle trattative e/o istruito e/o approvato l’operazione*

L’operazione è stata proposta dalla Direzione Commerciale della Società ed è stata approvata all’unanimità dai componenti del Consiglio di Amministrazione di Juventus presenti alla riunione del 10 maggio 2012, ed esattamente dai sigg.ri Andrea Agnelli, Giuseppe Marotta, Aldo Mazzia, Michele Briamonte, Riccardo Montanaro, Pavel Nedved, Marzio Saà, Camillo Venesio e Khaled Fareg Zentuti. Il consigliere Carlo Barel di Sant’Albano ha partecipato in collegamento telefonico.

Al sopra richiamato organo è stata inviata, con congruo anticipo, adeguata informativa, anche documentale, circa l’operazione.


Il *“Comitato per le operazioni con parti correlate”* di Juventus, composto da Marzio Saà (Presidente), Riccardo Montanaro e Camillo Venesio, si è riunito in data 5 aprile 2012 e, successivamente, in data 7 maggio 2012 ed ha valutato l’operazione attraverso l’esame

approfondito di informazioni complete e tempestive, in parte richiamate nel presente documento informativo, esprimendo, all'unanimità, il proprio parere favorevole al suo compimento ai termini ed alle condizioni pattuiti nel contratto di sponsorizzazione sottoscritto in data 23 luglio 2012.

2.8 *Altre informazioni*

Salvo quanto precisato al precedente paragrafo 2.2, nell'operazione non sono coinvolti quali parti correlate componenti del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale, dirigenti di Juventus o di Fiat.

Alla data del presente documento informativo il Presidente Andrea Agnelli detiene direttamente n. 38.565 azioni Juventus, pari al 0,000038 % del capitale sociale; non detiene, invece, direttamente alcuna azione Fiat S.p.A..



Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Andrea Agnelli

ALLEGATO:

Verbale del Comitato per le operazioni con parti correlate del 7 maggio 2012

Juventus Football Club S.p.A.

Torino, corso Galileo Ferraris 32

capitale sociale euro 8.182.133,28 i.v.

codice fiscale e iscrizione Registro Imprese Torino n. 00470470014

* * * * *

**VERBALE DEL COMITATO PER LE OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE DEL 7
MAGGIO 2012**

Il giorno 7 maggio 2012 alle ore 12 circa, presso la sede sociale in Torino, Corso Galileo Ferraris n. 32, si è riunito il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate, come identificato dall'art. 3 della Procedura adottata l'11 novembre 2010 ed in vigore dal 1° gennaio 2011, in ottemperanza del Regolamento Consob per le Operazioni con Parti Correlate n. 17221 del 12 marzo 2010.

Assume la presidenza della riunione il dr. Marzio Saà il quale dà atto che sono presenti gli altri due componenti del Comitato, l'avv. Riccardo Montanaro ed il dr. Camillo Venesio. D'intesa con il Comitato, partecipa alla riunione l'intero Collegio Sindacale e vengono invitati ad assistere ai lavori l'Amministratore Delegato Aldo Mazzia ed il Dirigente Preposto Marco Re che funge da segretario.

Il presidente della riunione ricorda che il Comitato è stato oggi convocato per proseguire l'esame del *set* informativo e documentale predisposto e messo a disposizione dalla Direzione Commerciale della Società con riferimento alla proposta di sponsorizzazione da parte di Fiat S.p.A.. In ossequio alla Procedura, il Comitato dovrà portare a termine l'analisi al fine di esprimere il proprio parere

sull'interesse della Società al compimento dell'operazione, nonché sulla convenienza e sulla correttezza sostanziale delle relative condizioni.

Il presidente della riunione cede la parola al dr. Re il quale ricorda che lo scorso 6 aprile 2012 è stato sottoscritto il *Memorandum of Understanding* con Fiat S.p.A., come da bozza esaminata dal Consiglio di Amministrazione del 5 aprile, e che nelle ultime settimane sono proseguiti i colloqui con Fiat per la definizione del c.d. *long form* che dovrà essere sottoscritto entro il 30 giugno. Il dr. Re sottolinea che l'efficacia del *Memorandum of Understanding* è stata subordinata all'approvazione dell'accordo da parte dei rispettivi Consigli di Amministrazione.

Il dr. Re ricorda, infine, che Fiat S.p.A. e Juventus Football Club S.p.A. sono parti correlate in quanto entrambe soggette al controllo di EXOR S.p.A.. Pertanto, pur essendo questa un'operazione a condizioni di mercato che rientra a tutti gli effetti nell'ordinaria attività della Società, la stessa è assoggettata alla Procedura per le operazioni con parti correlate in quanto supera la soglia di rilevanza del 2,5% con riferimento al controvalore dell'operazione e può quindi essere identificata quale "operazione di maggior rilevanza".

Più precisamente, il controvalore complessivo dell'operazione è pari a € 35 milioni, oltre alla fornitura delle vetture, mentre il patrimonio netto di Juventus al 31 dicembre 2011 era pari ad € 31,8 milioni.

Il Comitato procede con l'esame della documentazione messa a disposizione dalla Direzione Commerciale nelle scorse settimane e che è stata oggetto di approfondita analisi da parte dei singoli membri del Comitato.

Omissis

I membri del Comitato ripercorrono congiuntamente i contenuti del *Memorandum of Understanding* sottoscritto il 6 aprile.

Il Comitato ricorda che il contratto di sponsorizzazione della maglia della Prima Squadra rappresenta una delle principali fonti di ricavo della Società, oltre alla sponsorizzazione tecnica ed ai diritti televisivi. Il corrispettivo fisso complessivo della sponsorizzazione Fiat, pari a € 35 milioni, di cui € 10,5 milioni per la stagione sportiva 2012/13, € 11,5 milioni nel 2013/14 e € 13 milioni nel 2014/15, riporterebbe il valore della maglia della Juventus a valori consoni all'importanza ed alla popolarità del *brand* Juventus.

Infatti, la valorizzazione della maglia nella prospettata sponsorizzazione, che non prevede *bonus* e *malus*, supererebbe al termine del triennio le condizioni economiche dei più recenti contratti di sponsor maglia stipulati da Juventus (ultime cinque stagioni sportive), come riportato nella tabella che segue:

Stagione sportiva di riferimento	Sponsor maglia	Valore della maglia* (espresso in milioni di Euro)
2007/2008	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11
2008/2009	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11
2009/2010	Fiat S.p.A. ("New Holland")	11
2010/2011	Betclick Ltd. ("Betclie") + Balocco	8
2011/2012	Betclick Ltd. ("Betclie") + Balocco	8,5

* esclusi i premi legati ai risultati sportivi

Con l'accordo di sponsorizzazione in esame, la Società tornerebbe ad avere un unico sponsor di maglia che le consentirebbe, tra l'altro, di ottimizzare la gestione dell'abbigliamento tecnico della Prima Squadra.

Con riferimento al corrispettivo dell'operazione, il Comitato ritiene debbano essere considerati, ai fini della valutazione della congruità, anche gli attuali valori di mercato di operazioni similari ovvero le sponsorizzazioni di altri club, a livello sia nazionale che europeo, di primissima fascia.

Il Comitato esamina, pertanto, le informazioni contenute nella ricerca di mercato indipendente condotta da Sport+ Markt per il 2012, che raffronta il valore della sponsorizzazione della maglia delle principali squadre in Europa. Considerando la predetta analisi comparativa, il valore (medio) della sponsorizzazione Fiat sarebbe in linea con quello dei principali *competitors* nazionali ed internazionali e collocherebbe Juventus subito dopo l'Inter (con un valore annuo della maglia pari ad Euro 13,7 milioni) e Milan (12 milioni). La posizione di Juventus in questa speciale classifica non tiene peraltro conto della valorizzazione della fornitura delle vetture il cui controvalore medio annuo è stimabile in circa Euro 1,3 milioni.

Il Comitato, inoltre, pone in evidenza che il contratto in esame consente di stabilizzare i proventi derivanti dalla sponsorizzazione ad un livello adeguato e non soggetto ad alcuna diminuzione conseguente a risultati sportivi negativi (c.d. *malus*).

Al termine dell'analisi dei dati storici, nonché dei valori emersi dall'analisi comparativa di operazioni similari come evidenziati dalla predetta ricerca di mercato, il Comitato esprime, all'unanimità, il proprio parere favorevole al compimento dell'operazione ai termini ed alle condizioni contenuti nella bozza del contratto di sponsorizzazione (c.d. *long form*) ritenendo l'operazione di sicuro interesse per la Società, conveniente e corretta.

Il Collegio Sindacale prende atto.

Omissis

IL PRESIDENTE

IL SEGRETARIO