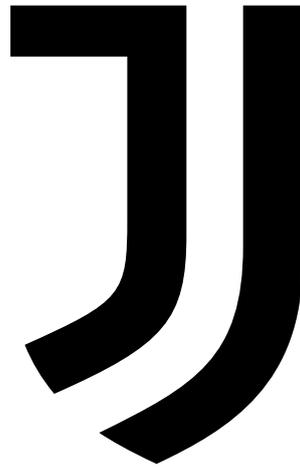


JUVENTUS



Juventus Football Club S.p.A.

DOCUMENTO INFORMATIVO RELATIVO AD OPERAZIONE DI MAGGIORE RILEVANZA CON PARTI CORRELATE

redatto ai sensi dell'art. 4.8.1 della procedura per le operazioni con parti correlate approvata dal Consiglio di Amministrazione di Juventus Football Club S.p.A.

Torino, 30 ottobre 2019

Juventus Football Club S.p.A.

Via Druento 175 – 10151 Torino

Capitale sociale € 8.182.133,28 interamente versato –

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

www.juventus.com

INDICE

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	Oggetto dell'Accordo Integrativo.....	3
2.3	Indicazione della parte correlata con cui l'operazione è stata posta in essere e della natura della correlazione.....	3
2.4	Indicazione delle motivazioni economiche e della convenienza per la società dell'operazione.....	4
2.5	Modalità di determinazione del corrispettivo dell'operazione e valutazioni circa la sua congruità rispetto ai valori di mercato di operazioni simili.....	4
2.6	Illustrazione degli effetti economici, patrimoniali e finanziari dell'operazione	4
2.7	Incidenza sui compensi dei componenti dell'organo di amministrazione della società	5
2.8	Indicazione degli organi o degli amministratori che hanno condotto o partecipato alle trattative e/o istruito e/o approvato l'operazione	5
2.9	Altre informazioni	5
Allegato:	6
	Verbale del Comitato per le operazioni con parti correlate del 23 ottobre 2019	6

Premesse

Il presente documento informativo (il “**Documento Informativo**”) è stato predisposto da Juventus Football Club S.p.A. (di seguito anche “**Juventus**” o “**Società**”) in relazione alla sottoscrizione di un accordo integrativo (l’“**Accordo Integrativo**”) al contratto di sponsorizzazione sottoscritto in data 23 luglio 2012 tra Juventus e FCA Italy S.p.A. (già Fiat Group Automobiles S.p.A.) (di seguito “**FCA**”), avente ad oggetto i diritti di sponsorizzazione della maglia da gioco di Juventus.

Juventus è controllata di diritto da Exor N.V. (di seguito “**Exor**”) – una delle principali società di investimento europee – che, alla data del presente Documento Informativo, ne detiene il 63,77% del capitale sociale.

Nell’ambito dell’Operazione (come *infra* definita), la natura della correlazione è identificabile nella circostanza che Exor controlla anche FCA.

Il Documento Informativo è stato redatto in conformità alla “*Procedura per Operazioni con parti correlate*” approvata dal Consiglio di Amministrazione di Juventus in data 11 novembre 2010, con applicazione a far data dal 1° gennaio 2011, 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, disponibile sul sito www.juventus.com (la “**Procedura**”).

Si precisa che, seppur l’Operazione rientri nella attività ordinaria della Società e preveda condizioni equivalenti a quelle di mercato, la Società ha comunque identificato l’Operazione come operazione tra parti correlate “di maggiore rilevanza” assoggettandola alle relative procedure deliberative e informative in considerazione del relativo controvalore, che supera la soglia di rilevanza del 2,5% del patrimonio netto.

Il presente Documento Informativo, pubblicato in data 30 ottobre 2019, è a disposizione del pubblico presso la sede legale della Società in Torino Via Druento, 175 e sul sito *internet* della Società (www.juventus.com) nella sezione Investor Relation.

1. Avvertenze

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

L’Operazione (come definita e meglio descritta al successivo punto 2 del Documento Informativo) è posta in essere tra Juventus e FCA 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 sottoscrizione di un Accordo Integrativo al contratto di “*Sponsor Ufficiale della Juventus*” sottoscritto in data 23 luglio 2012 e in vigore sino al 30 giugno 2021 (il “**Contratto di Sponsor Ufficiale**”), avente ad oggetto, principalmente, la sponsorizzazione della maglia da gioco di Juventus indossata dalla Prima 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, oltre ad ulteriori diritti di visibilità e benefici addizionali (l’“**Operazione**”). L’Accordo Integrativo è stato sottoscritto in data 23 ottobre 2019 e fa seguito ad un primo addendum al Contratto di Sponsor Ufficiale sottoscritto tra Juventus e FCA in data 30 luglio 2014.

2.2 Oggetto dell’Accordo Integrativo

Ai sensi dell’Accordo Integrativo è previsto che, a partire dal 1° luglio 2019 e fino al 30 giugno 2021, il corrispettivo fisso annuale di *sponsorship* di FCA sia incrementato di Euro 25 milioni per ciascuna stagione sportiva residua di validità del contratto (i.e. 2019/2020 e 2020/2021). Restano invece fermi tutti gli altri termini e condizioni previsti dal Contratto di Sponsor Ufficiale, ivi inclusi i seguenti bonus cumulativi:

- Euro 1 milione in caso di partecipazione alla *UEFA Champions League*;
- Euro 1 milione in caso di qualificazione ai quarti di finale di *UEFA Champions League*;
- Euro 1 milione in caso di aggiudicazione del Campionato di Serie A;

nonché l’ulteriore corrispettivo annuo massimo di Euro 1 milione quale contributo ai costi sostenuti da Juventus per l’utilizzo, previsto contrattualmente, di vetture del Gruppo FCA da parte dei calciatori, del top management, dello staff tecnico e dei 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.

2.3 Indicazione della parte correlata con cui l’operazione è stata posta in essere e della natura della correlazione

Controparte dell’operazione è FCA che, alla data del presente Documento Informativo è parte correlata di Juventus in quanto, come già indicato nelle Premesse, entrambe sono controllate da Exor.

Per completezza, si segnala che il Presidente del Consiglio di Amministrazione di Juventus, Andrea Agnelli, è consigliere di Exor e di FCA, nonché socio della Giovanni Agnelli B.V. (socio di controllo di Exor) e il Presidente del Collegio Sindacale di Juventus, Paolo Piccatti, ricopre analoghi incarichi in società del Gruppo Giovanni Agnelli B.V..

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

Il Contratto di Sponsor Ufficiale rappresenta una delle principali fonti di ricavo commerciale della Società, che si aggiunge ai diritti audiovisivi, ai ricavi da stadio, alla sponsorizzazione tecnica e al merchandising.

Il corrispettivo fisso annuo della sponsorizzazione FCA previsto dall'Accordo Integrativo – pari a Euro 42 milioni con effetti a partire dal 1° luglio 2019 – è superiore al doppio del valore del corrispettivo che era previsto dal Contratto di Sponsor Ufficiale vigente per gli esercizi passati (pari a Euro 17 milioni). Tale corrispettivo si aggiunge ai bonus cumulativi e all'ulteriore corrispettivo previsto quale contributo ai costi sostenuti da Juventus per l'utilizzo di vetture del Gruppo FCA (come descritti nel paragrafo 2.2 che precede) e contribuisce ad avvicinare il valore della maglia della Juventus ai principali *competitors* internazionali, in linea con l'importanza e la popolarità raggiunte dal *brand* Juventus.

Contestualmente alla definizione dei termini dell'Accordo Integrativo, Juventus e FCA hanno altresì convenuto di iniziare, anticipatamente rispetto alle previsioni contrattuali, le negoziazioni per il rinnovo della sponsorizzazione e del Contratto di Sponsor, la cui scadenza è prevista per il 30 giugno 2021.

In considerazione delle motivazioni sopra esposte la convenienza dell'Operazione è stata valutata in sede di approvazione da parte del consiglio di amministrazione della Società in data 23 ottobre 2019, previo parere favorevole del "Comitato per le operazioni con parti correlate" di Juventus (il "**Comitato Parti Correlate**"), che in pari data ha espresso, all'unanimità, motivato parere favorevole al compimento dell'Operazione ai termini ed alle condizioni pattuiti nell'Accordo Integrativo, ritenendo la stessa di interesse per la Società, conveniente e corretta.

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

L'organo amministrativo della Società ha condotto una preliminare analisi interna sulla convenienza e sulla fattibilità dell'Operazione, cui ha fatto seguito, come illustrato nel successivo paragrafo 2.8, una ulteriore attività istruttoria propedeutica al perfezionamento dell'Operazione, diretta ad approfondire l'opportunità e la convenienza della stessa, in coordinamento con il Comitato Parti Correlate.

Le valutazioni circa la congruità del corrispettivo della sponsorizzazione previsto dall'Accordo Integrativo sono state condotte avendo riguardo ai valori di mercato di operazioni similari (*id est*, sponsorizzazione della maglia da gioco di altri club, a livello sia nazionale che europeo, di prima fascia). In particolare, il corrispettivo dell'Operazione è stato valutato alla luce delle informazioni contenute in ricerche di mercato indipendenti, quali, ad esempio, la ricerca "European Football Jersey Report" condotta da Nielsen per la stagione 2018/2019, che ha posto a confronto i valori della sponsorizzazione della maglia dei principali club europei.

Sulla base delle risultanze della predetta analisi comparativa, è emerso che il valore della sponsorizzazione FCA per la maglia di Juventus contenuto nell'Accordo Integrativo, pari ad Euro 42 milioni all'anno (più Euro 1 milione in caso di partecipazione alla UEFA Champions League), consentirà di avvicinare ulteriormente il valore della maglia Juventus a quello dei principali *competitors* internazionali.

Ai fini della valutazione delle condizioni economiche dell'Operazione, il Consiglio di Amministrazione ha anche valutato l'incremento del valore del marchio "Jeep", che oggi viene considerato un brand di successo e attrattivo. Si evidenzia tra l'altro che al successo del marchio "Jeep" ha anche contribuito la maggior visibilità avuta dallo stesso, quale conseguenza dei risultati sportivi raggiunti da Juventus negli ultimi anni. Tali risultati nel 2019 hanno portato la Società a raggiungere il 4° posto nel ranking tifosi nei 5 principali mercati europei (ITA, UK, SPA, FRA, GER) facendo altresì aumentare la considerazione di acquisto del marchio Jeep da parte dei tifosi. Gli effetti derivanti dai risultati sportivi conseguiti dalla prima squadra nel corso della durata del Contratto di Sponsor Ufficiale hanno inoltre comportato un significativo incremento della *fan base* globale (in misura stimata dalle agenzie di marketing del 70%), del *worldwide TV media value* del marchio sponsor Jeep (in misura stimata dalle agenzie di marketing del 75%), nonché del seguito sulle piattaforme digitali (in misura indicata dagli stessi social media, tra i quali Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, del 450%).

Si evidenzia infine che il corrispettivo fisso previsto dall'Accordo Integrativo si pone in linea con i termini economici previsti dall'accordo di sponsorizzazione tecnica recentemente rinnovato con Adidas fino alla stagione 2026/2027, che ha visto più che raddoppiato l'investimento dello sponsor passando da un valore medio annuo di Euro 25 milioni ad un nuovo valore medio di Euro 51 milioni annui.

Gli esiti della comparazione dei dati per operazioni similari, 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 Parti Correlate a non ritenere, nella fattispecie, di far ricorso a pareri di esperti indipendenti per la redazione del proprio parere.

2.6 Illustrazione degli effetti economici, patrimoniali e finanziari dell'operazione

L'incremento del corrispettivo fisso annuo della sponsorizzazione, come previsto dall'Accordo Integrativo, genera dal 1° luglio 2019 al 30 giugno 2021 ricavi e flussi di cassa aggiuntivi per complessivi Euro 50 milioni.

Considerato che il patrimonio netto di Juventus al 30 giugno 2019 era pari ad Euro 31,2 milioni, all'Operazione si applicano, dunque, le regole previste dal Regolamento Consob e dalla Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate di "maggiore rilevanza", ai sensi 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% del patrimonio netto 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".

2.7 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.

2.8 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 dal *Chief Revenue Officer* Giorgio Ricci e portata a termine dal Presidente su incarico del Consiglio di Amministrazione di Juventus riunitosi il 23 ottobre 2019, cui hanno partecipato i sig.ri Andrea Agnelli, Pavel Nedved, Maurizio Arrivabene, Paolo Garimberti, Assia Grazioli Venier, Caitlin Hughes, Daniela Marilungo, Francesco Roncaglio e Enrico Vellano.

Il Comitato Parti Correlate di Juventus, composto da Daniela Marilungo, Paolo Garimberti e Caitlin Hughes, si è riunito in data 23 ottobre 2019 e 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 pattuite.

2.9 Altre informazioni

Salvo quanto precisato al precedente paragrafo 2.3, nell'operazione non sono coinvolti quali parti correlate componenti del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale, dirigenti di Juventus o di FCA.

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 FCA Italy S.p.A..

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente
Andrea Agnelli



Allegato:

Verbale del Comitato per le operazioni con parti correlate del 23 ottobre 2019

Juventus Football Club S.p.A.

Torino, via Druento 175

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 23 OTTOBRE 2019

Il giorno 23 ottobre 2019 alle ore 18.30 circa, presso la sede sociale in Torino, Via Druento 175, 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. Paolo Garimberti il quale dà atto che partecipano in collegamento telefonico gli altri due componenti del Comitato, ovvero la dott.ssa Daniela Marilungo e la dott.ssa Caitlin Hughes. D'intesa con il Comitato, partecipa alla riunione l'intero Collegio Sindacale con la presenza, in sede, dei Sindaci Paolo Piccatti e Nicoletta Paracchini e, in collegamento telefonico, del Sindaco Silvia Lirici. Vengono invitati ad assistere il *Chief Revenue Officer* Giorgio Ricci ed il *Chief Financial Officer* e il Dirigente Preposto Marco Re che funge da segretario.

Il presidente della riunione ricorda che il Comitato è stato oggi convocato per esaminare il set informativo e documentale predisposto e messo a disposizione dall'Area Revenue della Società con riferimento alla proposta di sottoscrizione di un accordo integrativo (l'"Accordo Integrativo") al contratto di sponsorizzazione sottoscritto in data 23 luglio 2012 tra Juventus S.p.A. ("Juventus" o la "Società") e FCA Italy S.p.A. (già Fiat Group Automobiles S.p.A.) (di seguito "FCA"), avente ad oggetto i diritti di sponsorizzazione della maglia da gioco di Juventus. Rammenta in particolare che, ai sensi dell'Accordo Integrativo, è prevista un'integrazione del corrispettivo fisso annuo pari a Euro 25 milioni per ciascuna stagione sportiva residua di validità del contratto (i.e. 2019/2020 e 2020/2021). In ossequio alla Procedura, il Comitato dovrà, al termine dell'analisi, 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 FCA e Juventus sono parti correlate in quanto entrambe soggette al controllo di EXOR N.V.. Segnala altresì che, seppur l'Operazione rientri nella attività ordinaria della Società e preveda condizioni equivalenti a quelle di mercato, in considerazione del relativo controvalore – che supera la soglia di rilevanza del 2,5% del patrimonio netto di Juventus (al 30 giugno 2019 pari a € 31,2 milioni) – la Società ha comunque identificato l'Operazione come operazione tra parti correlate “di maggiore rilevanza” assoggettandola alle relative procedure deliberative e informative.

Il Presidente della riunione cede la parola al *Chief Revenue Officer* Giorgio Ricci il quale illustra i principali contenuti dell'Accordo Integrativo.

Il dr. Ricci, ricorda che il controvalore complessivo fisso dell'attuale accordo di sponsorizzazione, in essere dal 1° luglio 2015 e valido sino al 30 giugno 2021, è pari a Euro 17 milioni all'anno più un ulteriore corrispettivo di 1 milione per stagione sportiva quale contributo per l'approvvigionamento delle vetture del Gruppo FCA e la previsione di tre bonus cumulabili, da Euro 1 milione ciascuno, in caso di partecipazione alla UEFA Champions League, qualificazione ai quarti di finale della UEFA Champions League e/o aggiudicazione del Campionato di Serie A.

Il dr. Ricci illustra il contenuto dell'Accordo Integrativo e sottolinea che, anche in considerazione dell'eccellente performance sportiva della Prima Squadra, che ha contribuito in questi anni al miglioramento del ranking UEFA e all'incremento di visibilità del brand Juventus a livello globale, nonché di taluni diritti di sponsorizzazione aggiuntivi, ai sensi dell'Accordo Integrativo è previsto che FCA riconosca a Juventus un incremento di € 25 milioni del corrispettivo fisso annuo della sponsorizzazione Jeep per le stagioni sportive 2019/2020 e 2020/2021, ferme restando le altre condizioni previste dal contratto in essere sottoscritto nell'aprile del 2012 ed in vigore fino al 30 giugno 2021. Inoltre, l'Accordo Integrativo prevede che Juventus e FCA diano inizio, anticipatamente rispetto alle previsioni contrattuali, alle negoziazioni per il rinnovo della sponsorizzazione

Il dr. Ricci sottolinea come Juventus abbia condiviso in varie occasioni con FCA gli effetti derivanti dai risultati sportivi conseguiti dalla propria Prima Squadra nel corso della durata del contratto di sponsorizzazione, in particolare le due finali di Champions League (2015 e 2017), gli 8 scudetti consecutivi, le Coppe Italia e Supercoppe Italiane vinti, l'inserimento in rosa di calciatori dal seguito globale, in termini di incremento della *fan base* globale (in misura stimata dalle agenzie di marketing del 70%), del *worldwide TV media value* del marchio sponsor Jeep (in misura stimata dalle agenzie di marketing del 75%), nonché del seguito sulle piattaforme digitali (in misura indicata dagli stessi social media, tra i quali Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, del 450%).

Il dr. Ricci riporta in sintesi alcuni dati relativi ai ritorni per il brand Jeep consuntivati in questi ultimi cinque anni di sponsorizzazione e ricorda l'incremento del valore percepito del marchio Jeep a seguito della maggior visibilità avuta dallo stesso, quale conseguenza anche dei risultati raggiunti da Juventus. Tali risultati hanno portato la Società a scalare 11 posizioni nel *ranking UEFA*, passando dal 16° al 5° posto, e hanno portato all'incremento del profilo e della notorietà del brand Juventus, che oggi vanta 423 milioni di fans nel mondo, la copertura televisiva dei suoi *match* in tutto i continenti ed un ampio seguito da parte dei media tradizionali e digitali.

Il *ranking* tifosi nei 5 principali mercati europei (ITA, UK, SPA, FRA, GER) è ulteriormente migliorato, avendo raggiunto Juventus il 4° posto nel 2019. La considerazione di acquisto del marchio Jeep da parte dei tifosi è conseguentemente aumentata negli ultimi 5 anni sia tra i tifosi di Juventus, sia tra i tifosi delle altre squadre.

Come si evince dalle ricerche elaborate da agenzie internazionali di marketing e social network (quali, tra gli altri, Nielsen, Millward Brown, Facebook, Instagram, Twitter Analytics), il marchio Jeep viene considerato dai tifosi di calcio in generale, non solo di Juventus, un brand di successo, dinamico, con un proprio stile, sempre più conosciuto, innovativo, attrattivo con scostamenti positivi a doppia cifra rispetto alle precedenti rilevazioni. Al termine della presentazione, il Comitato ringrazia il dr. Ricci e procede con l'esame della documentazione messa a disposizione dall'Area Revenue.

I membri del Comitato ripercorrono i contenuti dell'Accordo Integrativo a conferma della volontà delle parti di incrementare l'entità della sponsorizzazione al fine di allinearla al maggior valore acquisito da Juventus e in generale dalla partnership in essere.

Il Comitato ricorda che il contratto di sponsorizzazione della maglia della Prima Squadra rappresenta una delle principali fonti di ricavo della Società. Il corrispettivo fisso annuo previsto dall'Accordo Integrativo, pari a € 42 milioni, ovvero € 25 milioni in più per le due stagioni sportive 2019/2020 e 2020/2021, è dovuto al rinnovato valore della maglia Juventus, in linea con l'incremento di importanza e popolarità del *brand*.

La Proposta prevede il mantenimento dei *bonus* contrattualmente previsti e la modifica del solo corrispettivo fisso annuo. Con riferimento al corrispettivo previsto dall'Accordo Integrativo, il Comitato osserva che devono essere considerati, ai fini della valutazione della congruità, gli attuali valori di mercato di operazioni similari ovvero le sponsorizzazioni della maglia da gioco di altri club di primissima fascia a livello europeo.

Il Comitato esamina, pertanto, le informazioni contenute nelle ricerche di mercato messe a disposizione dall'Area Revenue, quali ad esempio la ricerca indipendente condotta da Nielsen per la stagione 2018/19 e denominata *European Football Jersey Report*, che raffronta il valore della sponsorizzazione della maglia dei principali club europei.

Considerando la predetta analisi comparativa della valorizzazione delle maglie da gioco delle più importanti squadre di calcio europee, per effetto dell'Accordo Modificativo il valore della sponsorizzazione FCA per la maglia di Juventus, pari ad Euro 42 milioni all'anno (cui si sommano il valore del contributo economico per l'approvvigionamento di vetture del Gruppo FCA ed il premio per la stagione sportiva 2019/2020 previsto per la partecipazione alla UEFA Champions League), si avvicinerebbe ulteriormente a quello dei principali competitors internazionali.

Il Comitato evidenzia quindi che l'Accordo Integrativo consentirebbe di incrementare significativamente i proventi derivanti dalla sponsorizzazione per arrivare ad un livello più adeguato al posizionamento competitivo ed ai risultati sportivi raggiunti da Juventus.

Il corrispettivo previsto per la sponsorizzazione come modificato ai sensi dell'Accordo Integrativo, si pone, inoltre, in linea con i termini economici previsti dall'accordo di sponsorizzazione tecnica recentemente rinnovato con Adidas fino alla stagione 2026/2027 che ha visto più che raddoppiato l'investimento dello sponsor passando da un valore medio annuo di Euro 25 milioni ad un nuovo valore medio di Euro 51 milioni annui.

In considerazione di tutto quanto sopra indicato, unitamente al fatto che si tratta di un'operazione ordinaria per l'attività della Società, il Comitato non ritiene di far ricorso a pareri di esperti indipendenti per la redazione del proprio parere.

Al termine dell'analisi dei dati storici, nonché dei valori emersi dall'analisi comparativa di operazioni simili come evidenziati dalle predette ricerche di mercato, il Comitato esprime, all'unanimità, il proprio parere favorevole al compimento dell'operazione ai termini ed alle condizioni contenuti nell'Accordo Integrativo, ritenendo l'operazione di interesse per la Società, conveniente e corretta.

Il Collegio Sindacale prende atto.

Null'altro essendovi da deliberare e più nessuno chiedendo la parola, la riunione viene sciolta alle ore 19.

IL PRESIDENTE

Firmato

(dottor Paolo Garimberti)

IL SEGRETARIO

Firmato

(dottor Marco Re)