

NEW DEAL

# Il 2021 del Club Milano Nuovo impianto a Pero Nuovi soci nel management

Parla per la prima volta Stefano Merli, fondatore del progetto biancorosso: «Abbiamo tutto per fare bene»

«Il 2021 segnerà per noi un nuovo inizio». Stefano Merli non nasconde il suo entusiasmo: lui che assieme ad Andrea Badini ha fondato e visto nascere il progetto Club Milano nel 2017, sente vicino il coronamento della prima parte del programma biancorosso. «Alla ripresa avremo un centro sportivo paragonabile a quelli di molte squadre di Serie B. L'impianto di Pero (sarà condiviso con la squadra locale, ndr) è nato dal grande impegno di Sportland (Merli è socio di Sportland insieme ad Andrea Badini) e dalla lungimiranza di un comune accogliente e capace come quello di Pero. Sarà la nostra casa e saprà dare i giusti spazi alle nostre ambizioni. Ci saranno uno stadio di calcio e il omologato per la Serie D con tribuna da 1000 posti oltre al settore ospiti con accesso separato, un campo 11 e due a 5, un palazzetto per il futsal, meeting room, un'area portieri, percorso running, campi da padel e beach volley, palestra, centro fisioterapia, uffici. Inoltre, manteremo il nostro campo storico a sud di Milano, il Carassi di via Sant'Abbondio, e aggiungeremo un campo a nord per il nostro Settore Giovanile. Sostanzialmente le attività del Club Milano si svolgeranno su ben 3 centri sportivi». Nuovi impianti, ma anche nuovi soci. «Né soci storici del Club manteniamo una solida maggioranza, ma potremo contare sul sostegno di un gruppo di imprenditori milanesi che hanno sposato la nostra causa. Le trattative pre-matrimonio sono state lunghe, abbiamo scelto di comune accordo di conoscerci bene, di ponderare bene ogni mossa futura e concordare ogni mossa. Alla fine, però, abbiamo raggiunto un accordo proficuo per il Club. A capo di questo nuovo gruppo imprenditoriale c'è Marco Villa, che oltre ad essere l'AD di una multinazionale tedesca è un uomo di una cultura sportiva e manageriale davvero rara. Per essere chiari fin da subito, i nuovi soci alzeranno l'asticella della qualità del club lavorando sul valore del

nostro brand e permettendoci di essere protagonisti in D». La Serie D rimane l'obiettivo fisso nella testa di Merli. Dopo averla riaccesa nell'estate 2020, ci riprova alla ripresa del calcio giocato: «Lo scorso anno abbiamo presentato il ricorso per il ripescaggio. Abbiamo ricevuto la risposta negativa molto in la (i tempi e ad agosto abbiamo dovuto accelerare i tempi per allestire una rosa pronta per l'iscrizione). Nonostante tutto abbiamo ottenuto 4 vittorie in 6 appuntamenti ufficiali. Siamo contenti e orgogliosi dei primi risultati ottenuti: hanno confermato la bontà del nostro programma sportivo che punta sulla qualità dei tecnici e dei giovani. Mister Scalone è un allenatore UEFA A, un assoluto valore aggiunto; per noi, per fare calcio in un certo modo, bisogna fare 5 allenamenti pomeridiani a settimana. Siamo dilettanti, ma ci avviciniamo per struttura, mentalità e

**Obiettivo: un futuro in Serie D da protagonisti**

idee ai professionisti. Vogliamo sempre avere una rosa di Under 23 di talento, costellata di due-tre giocatori over di livello». Proprio sul tema giovani Club Milano si pone come punto di arrivo per il giocatore del Settore Giovanile ma anche del Cimiano, realtà d'élite sul territorio milanese e storica fatica di calciatori professionisti. Senza dimenticare l'affiliazione con Ilacozza, club con cui è in corso uno scambio bidirezionale di profili interessanti, e la partnership con Vighignolo e Corsico: «Abbiamo tutto per fare bene», chiude Merli, «uno degli impianti sportivi più completi e funzionali di Milano, un grande presidente come Marrone, una struttura senza precedenti e tanti professionisti come Lonosso, Mandelli e Ratto che fin qui hanno già ottenuto grandi risultati».

Le voci

**La nostra Prima Squadra sarà composta da Under 23 dal valore importante, costellata poi da due-tre over di livello. Avremo sempre qualità, personalità e DNA propositivo in ogni reparto. L'obiettivo rimane sempre quello del grande salto in Serie D, un qualcosa che rincorriamo dalla scorsa stagione e che è alla nostra portata**

Stefano Merli



**In quattro anni abbiamo raggiunto il massimo livello regionale. Ora possiamo fare un salto in avanti: elite e Serie D. Io ragiono da presidente e da tifoso: restiamo con i piedi per terra, ma continuiamo a sognare in grande**

Guido Marrone

# CLUB MILANO

ANNO DI FONDAZIONE: 2017  
DS: Stefano Merli

PRESIDENTE: Guido Marrone  
SITO: www.club-milano.it



**PERO SPORTS CENTER** La nuova casa del Club Milano sarà un impianto d'eccellenza e d'avanguardia. Campi da calcio in erba artificiale di ultima generazione e strutture polifunzionali



## MARRONE: SAGGEZZA E CARICA «POSSIAMO SOGNARE IN GRANDE»

Il presidente biancorosso rivela il suo entusiasmo: «A Pero sarà magico»

«È il nostro presidentissimo: è un uomo di grande saggezza, che si impegna in ogni momento per il primo motivatore di questa macchina. Senza esagerare, lo definisco una figura fondamentale per il nostro scacchiere». Stefano Merli ha parlato così di Guido Marrone, il Presidente del Club non a lui mai nascosto il suo orgoglio per questa carica: «È un ruolo bellissimo. Ogni giorno vivo un'esperienza bellissima, mi dà stimoli e ambizioni. Non sono impreparato, perché oramai è da tanti anni che sono in questo mondo. Tuttavia credo di aver ancora tanto da imparare, perché sono circondato da persone di altissimi profilo, che possono trasmettere tanto a tutte le componenti del Club, me com-

presso». Alla base della gestione della società c'è un legame solido con la proprietà Sportland: «Ho un ottimo rapporto con Andrea (Badini) e Stefano (Merli). Sono una piacevole scoperta. Ho trovato delle brave persone, con cui avere tutto contento produttivo. Hanno un'umanità e una dedizione che non sono da dilettanti: questo dà lustro al progetto club Milano. Non c'è improvvisazione: ci sono idee mirate».

**Legame solido** In un progetto nuovo e innovativo come quello biancorosso Marrone ha il compito per nulla banale di dare un contributo di esperienza: «Sono nel calcio da tantissimi anni. Ho cominciato da genitore e poi ho intrapre-

so un percorso che mi ha portato a diventare dirigente, vice presidente e presidente. Quanto fatto in Barona mi può essere sicuramente utile, perché il passato è sempre una risorsa importante per ogni attività gestionale. Dal punto di vista personale mi fa piacere aver fatto la gavetta da una realtà di quartiere ora mi ritrovo in un club che ha ambizioni regionali e nazionali. Per me non è una professione, ma una passione: sono stato lì due volte: sono rimasto entusiasta. Senza esagerare posso dire che è un centro di primissimo livello in Lombardia. È stato fatto uno sforzo mostruoso da parte della proprietà. Chiunque entrerà lì, sentirà il profumo e il sapore del calcio. È fantastico, magico».

**Rispetto?** Sull'eventuale ripresa post-Covid 19, invece, Marrone non si sbilancia: «Sinceramen-

te non me la sento di fare una previsione, perché finiti per creare confusione. Noi ci faremo trovare pronti non appena riceveremo l'ok dal Governo e dagli organi competenti. Questa pandemia va affrontata con serietà. Purtroppo ha bloccato anche la nostra crescita calcistica nella stagione 2020/21. Per quanto riguarda la Prima Squadra ho visto un gruppo coagulato, ben guidato, giovane ma voglioso e preparato. Speriamo di riprenderci presto le emozioni lasciate per strada. Ripongo grande fiducia in Manuel Scalone, che fin da subito mi ha dato l'impressione di essere un grande professionista e un grande allenatore. Quando sarà il momento di tornare in campo, continueremo a lavorare con e sui giovani, che sono la nostra base e la nostra linfa. La Scuola Calcio dovrà riprendere l'energia occupata tra settembre e ottobre grazie alla carica dei bimbi biancorossi». Gli obiettivi del Club Milano? «Ragione sempre da presidente ma anche da tifoso: puntiamo in alto. Stiamo con i piedi per terra, ma sogniamo in grande».

LANO



SVILUPPO BIANCOROSSO

# Valorizzare il brand Gestione manageriale del Club

Da società ad azienda: Villa e Facchinetti presentano il nuovo piano

FOTOGALLERY

## La Prima Squadra di Manuel Scalise

Squadra giovane ma compatta: 4 vittorie su 6 partite



VITTORIA COL GAVIRATE Il movimento corale della linea difensiva biancorossa su palla inattiva



DERBY DI MILANO L'esultanza della squadra durante il successo casalingo col Milano City



MITO ALTO Lorenzo Costa detta il gioco rapido del Club Milano

## Hanno detto



«**Creiamo una struttura aziendale unica e senza precedenti per una società di calcio dilettantistico. La prima squadra rispetchia la mentalità che abbiamo anche noi fuori dal rettangolo verde**»

Marco Villa



«**Avremo un nuovo modello di business flessibile, in cui confluiscono tecnici, competenze e idee. Il nostro piano aziendale pluriennale ha quattro parole chiave: management, visione, educazione e innovazione**»

Simone Facchinetti

«**Correttezza, rispetto e lealtà sono e saranno sempre i valori imprescindibili del progetto Club Milano**»

Andrea Badini  
Fondatore Club Milano

«Da tempo c'era in me una voglia latente di impegnarmi in un mondo che mi appassiona di dedirmi a un progetto che ha un forte impatto sociale». Si presenta così Marco Villa, nuovo presidente del Club Milano. Non si tratta, però, di un investimento "classico", bensì di una sfida che trasforma una società in un'azienda vera e propria.

**Verità di novità** Villa (CEO di Etilit SpA ndr), infatti, rappresenta un gruppo di imprenditori milanesi che entrano nel Club per portare un contributo di novità, di mentalità manageriale. Di questo gruppo fa parte anche l'avvocato Simone Facchinetti (Studio Legale Facchinetti, ndr): «Il recente passato e il presente hanno dimostrato che l'attuale modello di business del calcio e dello sport in generale è estremamente fragile. Il Covid 19 ha stravolto tutte le regole del "vecchio sistema". Servono idee e competenze nuove: partendo da questa situazione storica inedita e complicata va creato un progetto che possa svincolarsi dall'incertezza del momento. Per questo gli asset principali diventano infrastrutture e giovani. In Club Milano abbiamo trovato piena sintonia con la nostra preposta: la nostra filosofia». Dopo mesi di conoscenza e trattativa è arrivata l'ufficialità, scritta nero su bianco: «Avremo un ruolo di completamento delle ottime capacità manageriali già presenti nel Club», rivela Facchinetti. «Nell'organigramma ci inserirò nella Vice Presidenza. Sostanzialmente col nostro ingresso verranno istituite delle nuove aree, dei nuovi dipartimenti, che porteranno il focus sui rapporti con le istituzioni, sul marketing, sulla valorizzazione del brand». Il termine "brand" torna e ritorna con insistenza. Fin dal primo giorno della sua storia il Club Milano ha cercato una forte identità con la città di Milano. Il nome, i colori e il logo: tutto è stato ideato per diventare "il club della città". Ora è giunto il momento di avviare il processo aziendale che intensifichi questa identificazione.

**Alzare il livello** «Dare valore al brand è un punto fondamentale, in linea con la nostra missione che mira ad alzare il livello dentro e fuori dal campo. I prossimi 6 anni saranno importantissimi per il calcio e per lo sport in generale: vivremo una serie di eventi che culmineranno nelle Olimpiadi Invernali del 2026 Milano-Cortina. Saranno tanti i momenti importanti: noi cercheremo di inserirci in questo scenario, proponendoci come realtà emergente e attrattiva per Milano e non solo. Le nostre ambizioni si propongono di guardare al fan engagement, agli esports, ad affiliazioni in Italia (come quella che abbiamo già in essere con il Piacenza) e all'estero. Fa tutto parte del nostro modello di business flessibile, in cui confluiscono, in una sorta di melting pot tecnici, competenze e idee». Villa e Facchinetti negli scorsi mesi hanno avuto anche dei primi contatti con il campo, assistendo dalla tribuna alle gare della Prima Squadra: «Noi non interverremo nelle decisioni dell'area sportiva, quindi in que-

sto caso posso dare il mio parere da "filosofo", commenta Villa. «La squadra di mister Scalise mi è piaciuta molto: sono tutti giovanissimi, ma sono riusciti a creare in poco tempo un gruppo affiatato e coeso. Ho apprezzato l'idea tattica data dal tecnico: vedere un gioco così propositivo in Eccellenza non è una cosa comune. Siamo una squadra piacevole e divertente da vedere. Apprezzo questa mentalità perché rispetcia la nostra attività fuori dal rettangolo verde: il coraggio è il minimo comune denominatore, così come l'educazione». L'etica del club biancorosso è staturamente una delle caratteristiche più apprezzate dai nuovi soci: «Un progetto che pone come obiettivo la valorizzazione dei giovani non può prescindere dall'educazione. Quando abbiamo approvato il nostro piano azionario pluriennale abbiamo individuato e fissato quattro parole chiave: management, visione, educazione e innovazione».

**Nuove pagine di storia** La storia biancorossa si appresta a scrivere una nuova pagina, segnata oltre che dall'ingresso dei nuovi soci dal nuovo impianto sportivo. Il nuovissimo Foro Sports Center sarà la casa del Club Milano, offrendo i giusti spazi alle ambizioni societarie. La struttura sarà polifunzionale, ideale per un club che ha un piano di sviluppo innovativo. Quali sono le prossime mosse per essere pronti a indossare questa nuova veste inedita alla ripresa? Facchinetti: «Avoriamo fin da subito per crescere. Il primo passo è darsi un'organizzazione efficiente dal punto di vista manageriale, de facto un esempio per il calcio dilettantistico e possa valorizzare il brand. Infine, ci teniamo a specificare che non verrà mai meno la componente del divertimento, che quando si parla di calcio e sport deve ricoprire sempre un ruolo da protagonista principale dalla Scuola Calcio alla Prima Squadra». Villa: «Creiamo immediatamente una struttura aziendale unica e senza precedenti per una società di calcio dilettantistico. Dal punto di vista sportivo credo che la soluzione giusta sia proseguire sulla via intrapresa da mister Scalise: il club vuole essere riconosciuto dall'esterno come una formazione di per sé di qualità e ritmo alto. Nella mia esperienza nel mondo del calcio ho notato che c'è un gap tra Juventus, Boretti e Primavera e la Prima Squadra. Un giovane che esce dall'Under 19 può non essere pronto. L'attuale sistema organizzativo non prevede questa possibilità e favorisce l'aumento del tasso di abbandono. Nella nostra testa Club Milano può comunque questo vuoto e raccogliere tanti giovani interessanti che hanno semplicemente bisogno di fare degli ulteriori step di crescita. È solo una questione di tempo, non di doti tecniche. Creando una squadra di calciatori Under 23, possiamo diventare un serbatoio di ragazzi di talento, che in Club Milano possono trovare un ambiente ideale per fare calcio, praticamente l'assimilazione del dilettantismo, e un bel trampolino per il calcio degli adulti e magari, speriamo, dei professionisti».