

CALCIO: STADI NUOVI E ENTERTAINMENT PER RISANARE I BILANCI E SCONFIGGERE LA VIOLENZA

Il calcio è lo sport più seguito e più ricco al mondo, fattura miliardi di euro e appassiona centinaia di milioni di persone. Ma violenza, razzismo, e in generale atteggiamenti contrari al fair play fanno male alla gente e alle aziende. La colpa non solo delle tifoserie, ma degli stadi che sembrano delle prigioni e della mancanza della “cultura del calcio”

Basta con le scene in cui gli **stadi** sembrano più dei **campi da battaglia** che campi da gioco. Basta con i **cori di razzismo**, i **continui insulti**, le **risse** e la **violenza**. Basta con le immagini delle **tifoserie chiuse nelle gabbie delle curve e scortate** da interi reparti di polizia e carabinieri. Tutto ciò fa male alla miriade di bambini, ragazzi, famiglie costrette a dover sopportare e subire sistematicamente questo **malcostume**. Ma soprattutto alle **tasche delle società** che gestiscono le squadre e a quelle delle aziende sponsor. Per **8 esperti su dieci** (84%) andrebbe subito rivoluzionato il “**modello**” **stesso del calcio italiano**, trasformandolo in un prodotto “**Entertainment**” (Intrattenimento). Dovrebbe essere, insomma, **un divertimento, un momento di aggregazione e di promozione di messaggi positivi**. I protagonisti di questa rivoluzione? Gli stadi che si trasformano in luoghi di divertimento per tutta la famiglia, per 365 giorni l'anno. Bisognerebbe agire anche sull'atteggiamento polemico, spesso fomentato dai media. **A divenire il riferimento più accreditato**, a sorpresa, non è il tanto acclamato “modello inglese”, ma il più spettacolare “**modello USA**” delle leghe a stelle e strisce del football, del basket e dell'hochey.

È quanto emerge da uno studio di **Comunicazione Perbene**, il movimento guidato da Saro Trovato (www.comunicazioneperbene.com), che ha per obiettivo lo sviluppo e la sensibilizzazione ad una comunicazione di qualità, attraverso l'analisi e l'attento monitoraggio del “mercato” del pallone e mediante **100 interviste** a manager di grandi aziende che investono nel calcio (o che si sono dichiarati intenzionati a farlo) ed esperti di economia e di media, sociologi, psicologi.

“Il calcio è una risorsa importante del Paese dal punto di vista economico, sociale e culturale. Genera modelli e regole di comportamento. Proprio per questo risulta essenziale agire per fare dello sport più amato degli italiani una risorsa al servizio dell'Italia, anziché un continuo problema sociale – dichiara **Saro Trovato, Presidente di Comunicazione Perbene** – Il calcio e le partite sono “**Entertainment**”, e come tale devono essere fruiti, seguiti, trattati e gestiti. Sarebbe per tutti strano andare al cinema e trovare accanto qualcuno che accende un fumogeno o che strilla un insulto. È palese il fatto che è meglio andare allo stadio ed essere immortalati sul tabellone, diventando in tal senso parte attiva dello spettacolo, più che rischiare di essere accoltellato o aggredito anche per una frase detta male”.

Attorno agli stadi “orbitano” **oltre 600 mila addetti**, senza considerare tutto l'indotto che al mondo del pallone è legato. Il “**business del pallone**” incide profondamente sull'intera economia del Paese con ricavi stimati in oltre **1,5 miliardi di euro all'anno**. Delle stime e dei numeri che secondo il **69%** degli intervistati **sono assolutamente inferiori a quelli reali e a ciò che genera veramente il mondo del calcio**.

Investire oggi dei soldi nel pallone, però, **potrebbe diventare** una vera e propria **perdita**, sia finanziaria che di immagine: un rischio evidenziato dal **72%** degli intervistati. Per il 66%, infatti, **il malcostume presente in molte occasioni negli stadi, nelle curve e in alcuni casi anche fuori da queste**, può **mettere a rischio l'immagine**, e quindi, il ritorno, degli sponsor. Ecco perché in Italia (ma non solo), secondo il **91%**

degli intervistati, **l'intero sistema calcio andrebbe riorganizzato, proprio come accade alle aziende, quando la qualità del prodotto non soddisfa il mercato, come quando si vogliono colpire diversi target e crescere.** Se il **14%** è convinto che **siano sufficienti alcuni interventi mirati** per rilanciare questo mondo, la maggior parte sostiene invece che vadano fatte scelte radicali: secondo l'**84%**, infatti, **bisognerebbe intervenire a livello strutturale** e cambiare proprio i “modelli di riferimento” e i valori culturali del calcio in Italia.

Il **51%**, ad esempio, sostiene che **non si debba più usare la parola “Ultras”**: meglio parlare di “**Supporters**” o “**Fans**”. Quello che può apparire un semplice gioco di parole, contiene e va tradotto in un cambiamento culturale. **Lo sport e il fair play non possono avere estremisti, infatti, ma solo simpatizzanti.** Per il **49%** chi adotta logiche da “Ultras”, o si fa protagonista di gesti estremi, merita la severità del **codice penale**. Per il **72%**, infine, è inconcepibile andare allo stadio con la famiglia e rischiare di essere aggrediti, finire all'ospedale o peggio non rientrare più a casa. E, vista la portata del fenomeno, la **scuola** deve svolgere il proprio ruolo formativo anche sul calcio, educandolo a viverlo come un vero e proprio **spettacolo (53%)**, attraverso il **rispetto dell'avversario (69%)** e la **sportività (57%)**.

Ma per cambiare il modo di essere “tifosi” bisogna risolvere il problema degli **stadi italiani (61%)**, ritenuti **vecchi (49%)**, **sotto utilizzati e quindi “inutili” per la città, in quanto vivono solo in funzione della partita (42%)** e per loro modello e struttura **realizzati in modo da accrescere tensione e aggressività (37%)**. E soprattutto va eliminata la logica architettonica e l'arredo degli **stadi, pensati più per attività di intrattenimento e spettacolo che per battaglie medievali**. Per molti degli intervistati, simbolicamente, filo spinato, trincee, gallerie, fumogeni sembrano riportare ai campi di battaglia della prima guerra mondiale. Non tutte le colpe, però, vanno attribuite al “sistema calcio”: **molte delle tensioni e delle polemiche che circondano il calcio vengono da fonti esterne, create ad arte da certi media**, come sottolinea il **54%** degli intervistati.

A chi dovrebbe ispirarsi, dunque, il “sistema calcio” in Italia per cambiare concretamente? L'esempio che emerge con maggior forza è quello dello **sport targato Usa**, dove ogni evento sportivo si trasforma in un **grande momento di divertimento e intrattenimento per tutti**. Ben il **48%**, infatti, ritiene **che il calcio dovrebbe imparare dal football americano o dall'NBA**: un vero divertimento per tutti, che porta ricchezza e intrattenimento ad intere città, oltre all'economia nazionale. Di fatto il calcio, **per essere una vera risorsa economica trainante e in crescita**, deve ripartire e riappropriarsi di alcuni **concetti**: dal **divertimento** che è in grado di generare (**64%**) passando per i **valori educativi** che è in grado di esprimere (**55%**) per arrivare ai **messaggi positivi** che è in grado di trasmettere (**51%**). Elementi che in questo momento sono molto lontani dal mondo del calcio e da come viene percepito e vissuto.