Ogni tanto c'è qualcuno che parlando di chi assiste ad una partita di calcio tira fuori il termine "cliente". Lo fa anche oggi (*ieri per chi legge*) la Gazzetta rispondendo ad una lettera di un lettore. Mi fa un po' ridere francamente. Cliente è qualcuno che paga per avere una merce sperando che quello che ha pagato corrisponda al valore della cosa comprata.

Fosse così, vedendo quanto costa assistere ad un match di calcio, raramente quel "cliente" sarebbe soddisfatto dell'acquisto. Senza contare il masochismo: alzate all'alba per seguire la squadra, ore di trasferte in pullman disagiati, tornelli, peripezie per acquistare i biglietti, eccetera, eccetera.

Fossimo stati "clienti" a Verona saremmo andati ad abbonarci in massa in Lega Pro? È evidente che il concetto di "cliente" è un concetto che esce dalla testa bacata di qualche addetto al marketing che ritiene quel povero tifoso, null'altro che un soggetto da spremere al fine di svuotargli il portafoglio.

È evidente anche che il calcio è molto di più del semplice rapporto tra azienda e cliente. C'è una passione, a volte persino malsana, che non è possibile riscontrare da nessuna parte. C'è una totale e cieca fiducia, tanto che si arriva a chiamarla "fede calcistica".

È quella che ha permesso al Verona di non crollare in questi anni, di reggere l'urto di una squadra che stava in serie A, ma senza quell'appeal di passione e di emozione che il Verona ha riservato invece ai propri tifosi.

Il Chievo ha cercato di attingere in questi anni ad un pubblico "tiepido", appunto un pubblico di "clienti" che era interessato più a vedere la serie A (Inter, Milan, Juve in primis) che il Chievo stesso. Colpisce quindi che Campedelli, ai mugugni di questo pubblico-cliente davanti a penosi spettacoli (non di risultati, sempre discreti in realtà) abbia risposto: "Se vogliono divertirsi vadano al cinema o al circo".

Il problema, per Campedelli è infatti proprio questo. I clienti se ne sono andati da altre parti in cerca di uno spettacolo decente e lo stadio, così, è rimasto vuoto con l'unica cornice di pochi ma veri e affezionati tifosi (e non clienti, appunto).

Resta però un dubbio: lo spettatore televisivo di Sky e Mediaset premium è un cliente o un tifoso? Perché oggi è proprio grazie ai diritti televisivi che chi non ha tifosi allo stadio riesce a sopravvivere. È giusto? Ma soprattutto reggeranno Sky e Mediaset Premium a distribuire denaro, tantissimo, senza un ritorno? È quello che vedremo nel prossimo futuro.

[Fonte: [Gianluca Vighini Blog](#)]