

L'articolo che segue, è tratto dal sito della Gazzetta dello Sport del 13 Agosto 2010, a firma di Marco Iaria.

Spezzatino e tessera del tifoso non aiutano: resiste Genova, ok le neopromosse, Lazio giù.

di Marco Iaria

Lo stadio è sempre più virtuale. Dalle tribune, scomode e insicure, al salotto di casa. Impegnate a mungere il seno di mamma tv (i diritti, quest' anno, valgono 900 milioni di euro), le società di calcio se ne infischiano del tifo dal vivo. E gli spalti si svuotano. È la storia della coperta corta. Di fronte allo spezzatino televisivo (la partita a mezzogiorno la domenica, qualche volta al venerdì, qualche altra al lunedì), la gente fa fatica a organizzarsi per tempo. Non tutti sono così devoti come il tifoso dell' Arsenal di Febbre a 90°... Ecco perché le vendite di abbonamenti, più che quelle dei biglietti giornalieri, continuano a calare. In tutta la Serie A ce n' erano 354.659 nel campionato 2008-09. Poi 339.563 nell' ultimo. E quest' anno si scenderà ancora. Di quanto? Le campagne non sono ancora terminate, ma in media il calo è del 20-30%. Colpa della tv, della crisi che ha svuotato le tasche degli italiani e della tessera del tifoso, da questa stagione obbligatoria per chi vuole abbonarsi e seguire la propria squadra in trasferta nel settore ospiti. Curve svuotate Gli ultrà di tutta Italia, bollandola come una «schedatura», si sono opposti alla nuova card, che invece nelle intenzioni delle istituzioni va vista come uno strumento di legalità e fidelizzazione. Il fronte del no ha visto nascere alleanze improbabili (assieme i tifosi di Palermo e Catania, Brescia e Atalanta, che si detestano), ma si è pure rotto strada facendo. Così, i gruppi organizzati di Inter, Milan e Juventus hanno annunciato che l' abbonamento l' avrebbero fatto. A Palermo si sono defilate le Brigate Rosanero; a Brescia si sono divise, per l' ennesima volta, le due curve. E poi, non tutti quelli che frequentano le curve hanno ascoltato gli appelli dei capipopolo. Prendete la gradinata sud di Marassi. I dissidenti sono stati solo 1.700 su 9 mila, la campagna abbonamenti della Sampdoria non ne ha risentito superando quota 17 mila tessere, un dato in linea con lo stesso periodo della stagione passata. Va molto peggio nella capitale, con il clamoroso caso della Lazio. I 27 mila abbonati di un anno fa sono un miraggio: le vendite sono ferme a 6 mila, con il boicottaggio degli ultrà della curva nord (solo 1.500 abbonamenti rinnovati su 15 mila). La Roma, dal canto suo, registra una flessione del 30-40%, che supera il 50% in curva sud. A Catania, dove si è tenuto un raduno nazionale del fronte anti-tessera,

mancono all' appello un migliaio di abbonati di curva nord. Meglio i biglietti La stragrande maggioranza di chi è ostile alla tessera non rinuncerà comunque a seguire la propria squadra. Semplicemente, comprerà il biglietto partita per partita. È il caso dei 2.500 supporter del Genoa che non hanno rinnovato l' abbonamento ma, grazie all' iniziativa della società, hanno esercitato il diritto d' opzione all' acquisto del tagliando giornaliero conservando il vecchio posto allo stadio. Promosse e bocciate Il Genoa, peraltro, è una delle poche isole felici, in una Serie A che perde abbonati quasi dappertutto. Alla fine si supererà quota 20 mila tessere, non lontano dal record storico dello scorso campionato. Punta ancora al tetto dei 40 mila l' Inter, che ha già superato i 34 mila abbonati, con alcune migliaia di fedelissimi che hanno aderito all' offerta del club nerazzurro: abbonamento per tre stagioni a prezzo bloccato e con lo sconto. Ininfluente il dato provvisorio del Napoli (la campagna è iniziata la scorsa settimana), sono in arretramento la Juventus, che ha prorogato le vendite fino al 4 settembre, e la Fiorentina. Male il Milan, che perde oltre il 20% rispetto allo stesso periodo di un anno fa, quando si era già registrato un forte calo (da 42 a 28 mila). Qui la tessera del tifoso non c' entra proprio nulla: è l' austerità della società che ha fatto disamorare i tifosi.

