

Per ora è un'idea, forte, che può essere interpretata anche come una provocazione. Aurelio De Laurentiis, per la prima volta nella storia moderna del Calcio Napoli, sta pensando di rinunciare alla campagna abbonamenti. "Non vorrei farla, dico ai nostri tifosi di venirci a vedere partita dopo partita", ha detto ieri il presidente a radio Marte, lasciando intendere però di non avere ancora preso una decisione irrevocabile. "Prima proverò a capire quanta gente è intenzionata a sottoscrivere la tessera. Ma ho l'impressione che i napoletani non siano molto interessati.

I risultati al botteghino, nelle scorse stagioni, sono stati davvero minimi. Vuol dire che c'è qualcosa che non va. Ne ha venduti di più addirittura la Lazio...", ha tirato le somme il numero uno azzurro, prendendo atto di una tendenza al ribasso che si è consolidata negli anni ed è diventata la regola, al San Paolo. Fino al primato negativo della estate 2010.

I circa 11800 abbonati dello scorso campionato rappresentano una macchia per la storia del Napoli, al punto che il club azzurro ha deciso di non rendere pubblica la cifra ufficiale. Ma le tessere acquistate nella stagione precedente (2009-2010) non erano state tante di più: solamente 17 mila, nel solco di un trend in rosso che ha caratterizzato anno dopo anno tutta la gestione De Laurentiis. Il presidente ci ha provato in vari modi, offrendo anche le tessere a rate, vendendole in banca e contenendo i prezzi per i settori del San Paolo più popolari. Tentativi vani. I 23 mila abbonamenti del 2008-2009 (il top nell'era post fallimento) sono un primato che fa arrossire, al confronto con quelli "eroici" di Fuorigrotta. Il record assoluto risale al 1975-1976, per l'acquisto di Savoldi: in 70.402 si misero in fila per assicurarsi un posto fisso allo stadio. Un exploit che non è stato più avvicinato nemmeno nei 7 anni di Maradona, in cui il risultato massimo ai botteghini fu di 65.099 tesserati. Ora si ragiona su cifre nettamente inferiori, che non si spiegano certo con la capienza inferiore (60.250 posti) dell'impianto. E neanche con i risultati della squadra, tornati finalmente a livelli eccellenti.

Il motivo è un altro: sono cambiate le abitudini dei tifosi, anno dopo anno. De Laurentiis, al suo debutto in C1, nel 2004-2005 riempì con gli abbonati (19.065) circa un terzo del San Paolo. Il declino è dunque un problema recente: concause il calcio spezzatino (non più un rito della domenica pomeriggio) e il boom delle dirette tv. La scomodità dello stadio sembra invece avere inciso di meno. Al calo delle tessere, specie nello scorso torneo, è infatti corrisposto l'incremento dei biglietti venduti. Ecco perché adesso il presidente ipotizza una svolta. In fila ai botteghini, partita dopo partita, e senza l'obbligo di sottoscrivere la sgradita Tessera del tifoso. Ma la provocazione ha già colto nel segno: l'associazione "Momenti Azzurri" promette migliaia di abbonamenti. "Guai a chi li tocca".

[FONTE : napoli.repubblica.it](http://napoli.repubblica.it)