

L'articolo che segue, a firma di Aldo Grasso, è tratto dal sito del Corriere della Sera in data 13 agosto 2010. La rivoluzione Con la nuova legge, sarà la Lega a produrre le partite Alla regia ci pensano i club. È la svolta del calcio in tv.

Le società potranno censurare striscioni e replay.

Mentre l'immarcescibile Sepp Blatter, presidente della Fifa, discuterà solo a ottobre la possibilità di usare la moviola in campo, suo nipote ha già messo le mani sul calcio italiano, monopolizzando l'uso di qualsiasi moviola. Le cose stanno così. A partire dal prossimo campionato (la serie B inizia il 22 agosto, la serie A il 28), il primo con i diritti venduti collettivamente come prevede la legge Melandri-Gentiloni, sarà la Lega Calcio a produrre in proprio le immagini delle partite. Compito non facile (e vedremo come è stato affrontato), ma che, tuttavia, sancisce una prerogativa in grado di sconvolgere la messa in onda degli incontri. Le varie squadre possono infatti decidere che tipo di partita trasmettere, avendo, in linea teorica, competenza sulla regia.

Un esempio: si gioca Palermo-Cagliari e sugli spalti appare un grande striscione contro Zamparini (è solo un'ipotesi). Il presidente chiama il regista e gli impone di non inquadrarlo. Così può succedere che certi replay imbarazzanti non vengano riproposti, che certe inquadrature siano in qualche modo censurate. Per dire, nella scorsa stagione, alcuni telecronisti della serie B sono stati scelti direttamente dall'advisor della Lega. Non succederà, ce lo auguriamo, ma potrebbe succedere. La legge Melandri-Gentiloni ha di fatto tagliato fuori la pertinenza registica dei canali distributivi, lasciando loro solo la scelta dei telecronisti. Per scongiurare il pericolo di interferenze, tempo fa era stata persino proposta una griglia registica, sul modello di quella arbitrale: una minicommissione, formata da rappresentanti delle società, dovrebbe vigilare sul loro operato per valutare eventuali «errori» dei registi, non più selezionati da Sky, Mediaset o Dalia, ma dai club stessi. Nella situazione che si è venuta a creare, una sola squadra in Italia sarebbe in grado di produrre una partita: il Milan. Che alle spalle ha Mediaset. Cosa hanno fatto le società di calcio, salvo Inter e Napoli? Hanno affidato questo compito alla potente società Infront, partner commerciale della Lega. Infront Sports & Media è un gruppo internazionale che ha per presidente e amministratore delegato Philippe Blatter, nipote del nostro caro Sepp.

È posseduta da Robert Luis Drejfus e Andreas Jacobs. Due anni fa ha acquistato Media Partners, creata nel 1995 da Rodolfo Hecht, Marco Bogarelli, Andrea Locatelli, Andrea Abodi. Marco Bogarelli è ora presidente di Infront Italia, Andrea Locatelli vice e, guarda caso, Andrea Abodi è il nuovo presidente della Lega di serie B, con un'elezione che ha fatto molto discutere. Infront ha gestito i Mondiali 2006 e 2010 e produrrà anche quello del 2014. Proprio ieri, sul Corriere, l'ex direttore Rai Paolo Francia (entrato in Viale Mazzini con l'accREDITO di una biografia su Fini), con l'aria della verginella che vuole ora affrancarsi dal presidente della Camera, si è lamentato delle pressioni subite da Media Partners per certi diritti tv sullo sci. Francia attribuiva a Media Partners «ottime relazioni con An e in particolare con Fini». In realtà, in quota An c'era solo Abodi, mentre erano ben note le «ottime relazioni» di Bogarelli con Adriano Galliani e Silvio Berlusconi. Come si vede, anche nel calcio tutto si tiene. Infront Italia, oltre a essere l'advisor strategico di Lega Calcio per l'offerta e commercializzazione dei diritti tv e media dei campionati di serie A e B, Coppa Italia e Supercoppa italiana (garantendo, solo per

la serie A, una cifra che si aggira sui 900 milioni all'anno), si occupa anche di attività di marketing, advertising, sponsor e strategie di promozione per il Milan, la Lazio, il Palermo, il Cagliari e il Genoa.

Solo per questa stagione Infront ha spuntato da Sky qualcosa come 570 milioni (telecamere negli spogliatoi prima dell'arrivo delle squadre, o con i giocatori, ma senza giornalista e in differita; interviste ai giocatori durante l'intervallo), da Mediaset Premium 210 milioni e da Dahlia Tv 70 milioni (trasmissione di 8 squadre). Poi ci sono altri diritti: radiofonici, highlights, lptv. Da poco è stato concluso un accordo con Vodafone per il pacchetto «Mobile» per la trasmissione in diretta e in differita del prossimo campionato della massima serie su smartphone. Per sfruttare meglio l'audience televisiva, le partite saranno spalmate a giorni e a ore diverse dal tradizionale appuntamento della domenica pomeriggio. Come si vede, Infront è la vera padrona del calcio italiano. Potrebbe produrre in proprio le partite o allestire per la Lega un canale satellitare e uno sul Dtt dove trasmettere tutte le partite di serie A e B. Ma finché riuscirà a spuntare così tanti soldi dai network ha tutto l'interesse a non mutare il quadro distributivo. Né quello produttivo: infatti, saranno ancora Sky e Mediaset, con l'accordo raggiunto la stagione scorsa per la serie A, a produrre le partite. Magari con un occhio di riguardo in più per le esigenze dei presidenti.