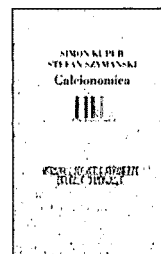


La rubrica quotidiana. A partire da venerdì 11 giugno, giornata in cui si aprono i mondiali di calcio in Sudafrica, il nostro **Rudi Chedini** seguirà quotidianamente gli eventi dei campionati nella rubrica «Jabulani», che pubblicheremo sul sito [www.carta.org](http://www.carta.org).

**N**

di **Giuliano Santoro**

EL MAGGIO 2004, nel giorno in cui i campionati furono assegnati al Sudafrica, la folla scese in strada a festeggiare per le strade di Soweto. Qualcuno urlava: «Arrivano i soldi!». Più o meno come negli anni venti del Novecento, nella regione del Transkei del Sudafrica, cominciò a circolare la voce che i fratelli afroamericani sarebbero arrivati dall'alto, con una flotta di aerei, a scacciare i bianchi. Oggi molti sudafricani si illudono che dall'alto, coi charter delle agenzie di viaggio, arriveranno i ricchi di tutto il mondo grazie ai mondiali di calcio. Ma che i grandi eventi sportivi portino beneficio alla popolazione del paese che li ospita è una leggenda smentita da tutti gli studi economici. Se ne occupano Simon Kuper e Stefan Szymanski, rispettivamente un giornalista ed un economista, che hanno coniugato la loro competenza economica e sociologica con la conoscenza del mondo del calcio. Ne è venuto fuori «*Calcionomica*» [Isbn, 364 pagine, 24 euro], saggio a quattro mani sullo sport più diffuso dell'economia globale.



# MONDO CALCIO

ICAMPIONATISUDAFRICANI, EVENTOGLOBALEPERECCELLENZA,  
SONO LA METAFORA DEL MERCATO E DELLA SUA IDEOLOGIA:  
UN LIBRO SUL RAPPORTO, NON SEMPRE LINEARE, TRA ECONOMIA  
E CALCIO. CHE RAPPORTO C'È TRA AFFARI E PASSIONE POPOLARE?

«Ospitare un evento sportivo non fa aumentare il numero dei turisti né quello dei lavori a tempo pieno – sostengono Kuper e Szymanski – E nemmeno accelera la crescita economica complessiva, dunque la prossima Coppa del Mondo non sarà un aeroplano che inonderà di soldi il Sudafrica». Aggiungono i due: «L'esperienza insegna che ospitare un evento sportivo può seriamente danneggiare l'immagine di una città, come è accaduto a Monaco e Montreal, sedi delle Olimpiadi rispettivamente nel 1972, 1976 e nel 1996».

Allora come mai i paesi e i governi si imbarcano nell'organizzazione di un grande evento? «L'attività politica è una continua, estenuante lotta contro i tuoi

11-17 GIUGNO 2010 • 55

POST



Simon Kuiper è nato in Uganda nel 1969. In Italia ha pubblicato anche «Ajax, la squadra del ghetto» e «Calcio e potere», entrambi editi da Isbn. Un suo saggio - scritto insieme a Stefan Szymanski - sul calcio nel Sud del mondo è uscito su Carta Almanacco [n.46 del 2009].

nemici - spiegano i due - Ma quando si ha intenzione di organizzare un evento sportivo le cose cambiano e all'improvviso tutti si schierano dalla stessa parte. Durante una riunione alla Camera dei Comuni, nel periodo in cui Londra stava promuovendo la sua candidatura per le Olimpiadi, il canottiere Steve Redgrave tirò fuori dalla tasca una medaglia d'oro olimpica e i parlamentari di tutti i partiti cominciarono a sbavare per lui. Nemmeno andare in guerra riesce più a creare un consenso tanto unanime. La fine delle ideologie non ha lasciato molte alternative ai politici se non promuovere eventi sportivi sfruttando argomenti per lo più discutibili».

**Prendendo in esame i dati sulle persone che giocano a calcio rispetto alla popolazione, il numero di spettatori che vanno allo stadio e i risultati dell'audience televisiva in occasione delle partite, gli autori hanno cercato di stimare quale paese al mondo ama di più il calcio.** I paesi che hanno la percentuale di popolazione più alta che gioca a calcio sono Costa Rica, Germania e Isole Fær Øer [con, rispettivamente, il 27, il 20 e il 17 per cento della popolazione]. Il paese che ha il tasso di frequentatori di stadi più alto è l'Inghilterra [va allo stadio il 2,5 per cento della popolazione], seguito da Spagna [1,9 per cento] e Germania [1,5]. L'Italia si ferma all'1,2 per cento: «Negli ultimi venti anni la tradizione di andare allo stadio a vedere la partita è stata distrutta», si legge nel libro. Nella stagione 1984-'85 gli spettatori medi negli stadi italiani erano poco meno di 39 mila [con la punta dello stadio San Paolo di Napoli: 77 mila spettatori in media ogni domenica], oggi sono appena 23 mila.

Gli autori imputano questo crollo al peggioramento delle condizioni economiche degli italiani verificatosi a partire dagli anni ottanta, e al lento declino di quello che era considerato «il campionato più bello del mondo»: ma i lettori di Carta sanno bene che la guerra alla cultura popolare del tifo combattuta dai governi di ogni colore a colpi di leggi speciali a partire dai campionati mondiali del 1990 ha avuto l'effetto di svuotare



**Il pensiero unico**

Il pensiero unico sui mondiali sudafricani è stato infranto dal movimento dei baraccati Abahlali. Una delegazione del movimento ha attraversato l'Italia dal 18 al 30 maggio, in un tour organizzato da Carta e da alcuni comboniani. Nei prossimi giorni ci sarà un «mail bombing» per convincere l'ambasciata sudafricana in Italia a rispondere alle loro richieste. **Informazioni su [carta.org](http://carta.org)**

**Leggi speciali**

Solo per i tifosi è stato predisposto l'ossimoro giuridico della «flagranza differita»: una persona può essere arrestata anche dopo che ha commesso il presunto reato se questo è stato commesso in uno stadio.

gli stadi. Infine, il paese che ha più spettatori televisivi in proporzione agli apparecchi tv è la Croazia [12,4 per cento], tallonata da Norvegia [11,9 per cento] e Olanda [11,5 per cento]. L'Italia si ferma al 7,8 per cento, sotto l'Ungheria e poco prima dell'Argentina [dove il governo peronista di Cristina Kirchner ha deciso qualche mese fa di riscattare i debiti delle società trasmettendo gratis sulla tv pubblica le partite del campionato].

I dati televisivi non corrispondono alle fortune del calcio nazionale, al contrario sono conseguenza dell'esplosione del calcio globale: non si seguono solo le partite del proprio campionato ma si tifa per le grandi squadre mondiali.

La Norvegia è medaglia d'argento nella speciale classifica dei tifosi pantofolai ma si aggiudica a sorpresa quella d'oro di «paese che ama di più il calcio» [grazie al fatto che anche le donne giocano a pallone e che i norvegesi vanno allo stadio nonostante i mediocri risultati delle squadre di club e della nazionale]. Inoltre, quello norvegese è un paese anglofilo, dove fin dagli anni quaranta si può scommettere sui risultati delle partite inglesi. «La passione per il calcio inglese è oggi pressoché universale - si legge nel libro - le riunioni del governo sudafricano a volte vengono interrotte da battibecchi sulle partite della Premier League della sera precedente».

**La gestione delle società di calcio richiede doti manageriali «sui generis», per dirla con un eufemismo.**

Alan Sugar, che aveva fatto i soldi con l'informatica, nel 1991 diventò presidente del Tottenham Hotspur e promise ai quattro venti che avrebbe gestito la squadra «come una vera azienda». Quando il Newcastle nel 1997 comprò per 37 mi-



liardi di lire l'attaccante Alan Shearer, Sugar disse: «Mi sono preso a sberle per un paio di volte ma ancora non riesco a crederci». Nei dieci anni in cui Sugar fu presidente, la gestione economica fu impeccabile [la squadra riuscì davvero a mantenersi da sola, ma galleggiava a mezza classifica e vinse solo una coppa di Lega]. Eppure, una qualche corrispondenza tra prestazioni e salari esiste. Secondo le ricerche di Kuper e Szymanski, non è il volume dei trasferimenti - cioè l'andamento delle entrate e delle uscite del mercato e del parco giocatori - a determinare il successo di una squadra, bensì il monte salari.

Nel campionato di calcio italiano, nell'arco di un periodo medio-lungo che va dalla stagione 1987-'88 alla stagione 2000-'01, ricostruendo il rapporto tra la spesa in stipendi e la posizione in classifica delle squadre di serie A e B si trova una corrispondenza pressoché perfetta.

Il Milan del accanito berlusconiano non è in testa alla classifica degli stipendi solo in due stagioni di quelle considerate, il che spiegherebbe la vittoria di sei scudetti. Esaminando la spesa di quaranta società inglesi tra il 1978 e il 1997, si scopre che la spesa in stipendi spiega il 92 per cento delle oscillazioni della po-

Il processo di Berlusconi, il 17 giugno 2009. «Quando ho venduto Kakà ho rimesso tre punti alle europee»: l'affermazione di Silvio Berlusconi, di qualche giorno fa, è l'ultima di una lunga serie che conferma la coincidenza dei ruoli di presidente del consiglio e di presidente del Milan. Berlusconi ha portato il linguaggio calcistico [e la sua fama di «vincente»] nella politica fin dal giorno in cui è «sceso in campo». Qui potete vedere un esempio del berlusconismo calcistico: l'annuncio in diretta televisiva al «Processo di Biscardi» nel gennaio del 2009: «Kakà rimane al Milan». [www.youtube.com/watch?v=MS8moj0Ban0](http://www.youtube.com/watch?v=MS8moj0Ban0)

sizione in classifica delle squadre.

**Nessuna società di calcio è un grosso affare, nonostante l'enorme esplosione mediatica dei protagonisti e il numero di fan.** Persino in Inghilterra, dove si dice le società abbiano trovato il modo di far lucrare il gioco del pallone.

Alla metà degli anni novanta, una società media della Premier league inglese aveva un giro d'affari paragonabile a quello di un supermercato di periferia. Nel decennio successivo il volume medio degli affari di una società è aumentato fino a 100 milioni di euro, rispetto alla media di 70 di un supermarket della catena Tesco.

Il motivo per cui nessuna società è in grado di fare quattrini è legato a quella che gli economisti chiamano «appropriabilità» e che ha a che fare con una specie di «eccedenza» del tifo: i club possono sfruttare economicamente solo una parte minima della passione per il calcio. Comprare un abbonamento o accaparrarsi l'ultima versione della maglietta della squadra per cui si fa il tifo rimane una stravaganza da feticisti che riguarda solo una minoranza degli appassionati.

Le «chiacchiere sullo sport» di cui parlava Umberto Eco a proposito del mondo dei tifosi non sono remunerative, o al massimo sono redditizie per un indotto più vasto dello stretto giro dei presidenti delle società: comportano qualche birra al bar e un giornale o un sito da consultare, nulla di paragonabile al costo di una cena al ristorante o di una vacanza. Ecco come mai la moda delle società quotate in borsa, tormentone degli anni novanta, dapprima è parsa un'ottima maniera per rastrellare capitali ma poi si è dimostrata tutt'altro che vantaggiosa.

**Bisogna aggiungere che le società di calcio storicamente sono state carenti di senso degli affari. Ci hanno messo anni a comprendere che lo «sponsor tecnico» che fornisce le attrezzature potesse essere fonte di guadagno.** E in Inghilterra nel 1982 rifiutarono la trasmissione delle partite in tv, senza intuirne le potenzialità economiche e pubblicitarie.

Ci vollero dieci anni, e i capitali di Rupert Murdoch, per far comprendere alle società calcistiche che la tv era un affare e che anzi avrebbe contribuito a trasformare gli stadi in centri commerciali.