

Per salvare le squadre in crisi è indispensabile promuovere in Italia lo sviluppo dei supporters trust

# Calcio, spazio ai tifosi nelle società

## I top club mondiali si fondano sull'azionariato popolare

DI STEFANO LOCONTE  
E STEFANO NARDUCCI

**L'**aggravarsi della crisi economica, soprattutto negli ultimi anni, ha portato serie conseguenze anche nel mondo del calcio. Aumentano ogni anno, sia a livello professionistico, sia a livello dilettantistico, le società in difficoltà, sempre più spesso costrette a ridimensionarsi per non scomparire dal panorama calcistico. Recentemente ha fatto scalpore la notizia del fallimento dell'Ascoli Calcio 1898 (storico club con diverse partecipazioni in Serie A) avvenuto poco prima di Natale e quella, ancora più recente, dell'A.S. Bari Calcio. Purtroppo non si tratta di casi isolati. Il calcio italiano è maggiormente colpito dalla crisi economica perché la maggior parte dei club nostrani risultano ancora troppo fragili, legati a figure di presidente-mecenate del tutto inadeguate rispetto al sistema calcistico moderno, con l'aggravante di non disporre spesso di un management competente

ed esperto.

**Guardando la struttura di alcuni dei top club mondiali** come Bayern Monaco, Barcellona e Real Madrid, si scopre, con una certa sorpresa, che si fondano tutti sul c.d. «azionariato popolare», vale a dire su una partecipazione di capitale qualificata in mano ai propri tifosi. Il Bayern Monaco, campione d'Europa e del Mondo nel 2013, negli ultimi anni sempre al vertice del calcio mondiale, è considerata la società di calcio con la migliore organizzazione aziendale al mondo. Si tratta del club con il maggior numero di soci-tifosi (oltre 200.000), che detengono l'82% del capitale sociale. Simile la situazione del Real Madrid e del Barcellona, principali antagoniste del club bavarese.

**Che i «supporters trust» rappresentino** la soluzione in grado di dare sostenibilità economico-finanziaria alle società di calcio ne sono convinti sia l'Unione Europea che i massimi organismi calcistici, come l'Uefa. In diversi e recenti documenti ufficiali si sono chiesti

ai governi europei e alle federazioni interventi decisi per imporre ai club questo nuovo modello organizzativo, capace di renderli moderni e profittevoli nel medio-lungo periodo.

**Nell'ottobre scorso la Lega Pro** ha organizzato un evento dedicato proprio ai «supporters trust», per capire se e in che modo questo nuovo strumento può aiutare le società che ne fanno parte a uscire da una crisi diventata ormai insostenibile. Il risultato è stato positivo, tanto da pensare ad un percorso ufficiale che porti in breve tempo tutte le sessanta società iscritte a utilizzarlo, a dimostrazione che si tratta di un modello vincente sia per i grandi che per i piccoli club. Ma in concreto come funziona un «supporters trust»? In realtà, per la sua attuazione, non esiste ancora uno strumento giuridico unico. C'è però un comune denominatore che caratterizza tutti i «supporters trust»: la garanzia di una piena e attiva partecipazione dei tifosi (intendendo come tali non solo gli ultras, ma tutti i tifosi

e simpatizzanti di un club) alle vicende della propria società, spesso anche con contributi annuali minimi, pari a qualche decina di euro.

**Il fine primario - oltre l'ovvia iniezione di nuove risorse finanziarie** - è quello di rafforzare il legame fra la società e i suoi tifosi, facendo sentire questi ultimi protagonisti della stessa e delle sue sorti, attraverso la presenza nell'organo decisionale del loro club per mezzo di uno o più rappresentanti, periodicamente e democraticamente eletti. Il tifoso si trasforma da mero consumatore del prodotto/servizio calcio in finanziatore-proprietario del suo club. Si instaura così un meccanismo virtuoso unico, capace di influire positivamente sull'organizzazione e la gestione societaria a medio-lungo termine, rendendola efficiente e sostenibile.

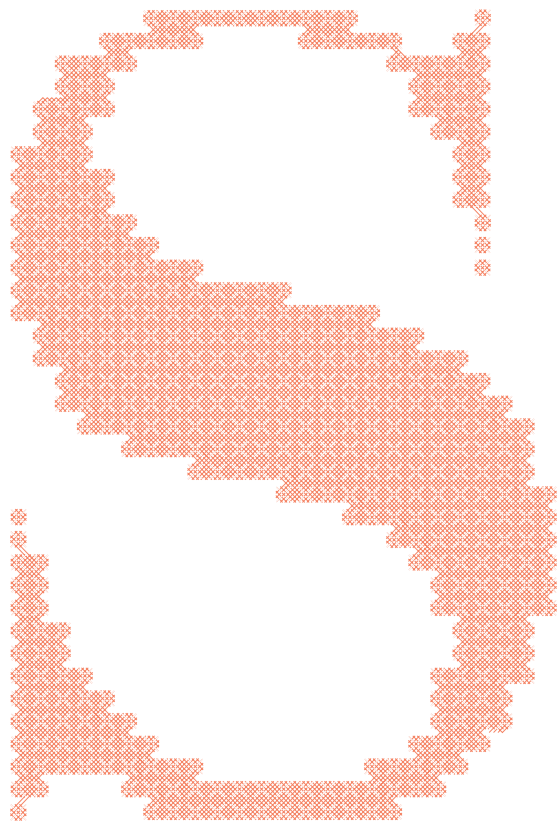
**I tifosi hanno a cuore esclusivamente le sorti sportive** del loro club, non il profitto, e questo porta inevitabilmente ad un approccio

differente nella gestione di una società basata sull'azionariato popolare. Una società così strutturata diventa capace di attirare investitori esteri e sponsor, in quanto solitamente caratterizzata da un management competente e da una base finanziaria-sportiva solida. Le società che hanno scelto la strada dei «supporters trust» sono quelle che ancora oggi, nonostante la crisi, continuano ad ottenere profitti e successi sportivi, società che hanno davanti un futuro e che sono in grado di programmarlo senza timori. La strada è segnata, bisogna solo iniziare a percorrerla.

**In tal senso, pare apprezzabile la Proposta di Legge** presentata da alcuni Parlamentari lo scorso 14 aprile in base alla quale diventerebbe obbligatorio per tutte le società calcistiche italiane, sulla scia della positiva esperienza già maturata da alcuni club, dotarsi di strutture di compartecipazione dei tifosi alla proprietà ed alla gestione societaria.

© Riproduzione riservata

VICENZAORO ✕ Spring



VICENZA  
MAY 10 — 13, 2014

[WWW.VICENZAORO.COM](http://WWW.VICENZAORO.COM)

INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW

FOLLOW US ON:  
[FACEBOOK.COM/VICENZAORO](https://www.facebook.com/vicenzaoro)  
[TWITTER.COM/XVICENZAORO](https://twitter.com/xvicenzaoro)



FIERA DI VICENZA



Banca  
Popolare di Vicenza  
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza