



va sui 21mila spettatori, con cadute verticali per le partite di Coppa Italia contro avversari non di grido. Allo Juventus Stadium la media attuale supera quota 37mila e così la squadra ha scoperto il calore del pubblico.

Non è solo una questione relativa agli ottimi risultati della squadra di Conte, ma si tratta del segno che qualcosa è cambiato nell'idea di vivere lo stadio: la Juve di Capello, Trezeguet e Ibrahimovic aveva medie spettatori significativamente più basse: 26mila nel 2004-05, 30mila nel 2005-06. I risultati erano trionfali, in campo c'erano fuoriclasse assoluti ma sugli spalti del Delle Alpi (67mila posti la capienza) andavano in pochi. E, in casi di partite di scarsa importanza, appariva gelido, oltre che vuoto. Allo Juventus Stadium invece c'è voglia di esserci. Chi ci va, evidentemente, si trova bene. Magari si regala la visita al museo bianconero, spesso si fer-

Il ministro Gnudi «Quello di Torino è l'esempio giusto da seguire»

ma a mangiare nei punti ristoro dell'impianto. E sono altre centinaia di migliaia di euro di indotto.

FREDDO

A proposito di gelo, sabato scorso contro l'Udinese lo stadio bianconero ha superato al meglio anche l'esame del freddo: nevicata a tratti anche copiosa su Torino, serpentine di riscaldamento in azione e terreno in perfette condizioni, prima, durante e dopo la partita, quando in realtà altrove la realtà di un terreno logoro e difficilmente praticabile sarebbe stata altamente probabile.

Nemmeno l'indagine sulla qualità dell'acciaio, aperta dalla procura di Torino (lo stadio non ha problemi statici e il club sarebbe eventualmente parte lesa) modifica la percezione di successo. Allo Juventus Stadium tutto è futuro. Anche il nome che, ancora, non c'è. La Sportfive, agenzia cui la Juventus ha venduto i «naming rights» per 12 anni, ancora non ha chiuso il contratto con lo sponsor che battezerà l'impianto. Perché ha capito che non c'è fretta: ogni giorno che passa, infatti, lo Juventus Stadium vale di più. In ogni senso.

Tanto che il ministro per gli Affari regionali, Turismo e Sport, Piero Gnudi, ieri davanti ai parlamentari in commissione Cultura alla Camera lo ha elogiato: «Il nuovo stadio di Torino è un esempio perfetto su come far tornare la gente a vedere le partite allo stadio». ♦

Spettatori in calo ma non è colpa della televisione

In Serie A solo 22 mila presenze, la metà che in Germania, dove grazie ai Mondiali gli stadi sono nuovi, comodi. E la gente ci va

FELICE DIOTALLEVI
ROMA

Concluso il girone di andata, la media spettatori della Serie A è appena superiore alle 22 mila presenze: 22.353. Siamo in lotta con la Ligue 1 (la Serie A francese) per il quarto posto fra i campionati europei (in Francia sono a 21.900). Per numeri di appassionati che intendono comprarsi un biglietto, domina la Bundesliga, unico campionato che riesce a coinvolgere più di 40 mila persone: 42.101 la media di quest'anno, calcolata prima della sosta invernale. Poi viene la Premier League inglese, con circa 34 mila presenze, e quindi la Liga spagnola, con 29 mila spettatori. Posizioni nettamente delineate, dunque.

CHIAMALE DIMENSIONI

Colpo d'occhio differente, però. Questa è una premessa importante a qualsiasi analisi: la capienza media degli stadi di Serie A, in questo momento, con queste piazze coinvolte nel massimo campionato, è di 43 mila posti. Il conto è dunque semplice: gli stadi sono mezzi vuoti (o mezzi pieni, dipende dal punto di vista). Altrove questi luoghi per il calcio sono dimensionati all'uso. Da

noi sono rimasti tali e quali, anche se le cose sono cambiate. Basta pensare che nel decennio fra il 1970 e il 1980 la media degli spettatori solo in una stagione ('71-'72) fu inferiore a 30 mila, e trovò il picco di 35 mila presenze nell'anno 1974-75. Ma è nel decennio successivo, più precisamente nella stagione 1984/1985 (la stagione dello scudetto al Verona, davanti al Torino. Con la Serie A a 16 squadre...), che il nostro massimo campionato raggiunge il picco di presenze più alto degli ultimi quarant'anni: è proprio all'ora, infatti, che gli spettatori mediamente presenti ad un match di Serie A sono ben 38.872, quindi 16mila più di oggi. Un crollo. Con Stadi troppo grandi, che sembrano così deserti, e tristi.

CHIAMALE SCUSE

La ragione principale a detta dei presidenti e dei media starebbe nell'abbondante offerta del prodotto-calcio sulle varie televisioni, a pagamento, o in chiaro. Negli anni ottanta c'era 90esimo minuto, poi la Domenica sportiva, e nel mezzo una sintesi di 40' all'ora di cena. Se volevi vederlo tutto, il calcio, dovevi andare allo stadio. Ma i numeri degli altri campionati ridicolizzano questa convinzione. In Germania, Fran-

cia, Spagna e Inghilterra le televisioni non hanno affatto intaccato l'abitudine di andare allo stadio. Perché la vera differenza è culturale: all'estero, si passa una giornata sugli spalti, festosa, pratica, comoda. In Italia il tifo ha preso vie fanatiche, che hanno complicato l'accesso a tutti (tessera del tifoso, limite di vendita dei biglietti...). E gli stadi sono brutti, vecchi, scomodi, freddi (quasi tutti perlopiù scoperti: se piove, è un dramma per gli spettatori). «Nel complesso dei diritti televisivi (Inghilterra 1.358, Italia 1.000, Spagna 670, Francia 655, Germania 472), solo l'Inghilterra riesce a vendere meglio di noi», si vantò Maurizio Beretta, manager che guida la Lega Calcio, che altro non fa che piazzare il pro-

Confronti perdenti

Altrove l'offerta tv non ha intaccato l'abitudine di andare a vedere la partita

dotto. Se quei soldi vengono «letti» in tendenza, la forbice si avvicina. E contemporaneamente la Germania ha aumentato gli spettatori: stadi nuovi, grazie ai Mondiali del 2008. Così come nuovi saranno quelli francesi: 11, di zecca, per gli europei del 2016. L'esempio della Juventus dimostra che lo stadio comodo, nuovo, perfetto, invoglia le persone: tutto esaurito, e diretta tv anche degli allenamenti...

Un ultimo dato, il più penoso: le seconde serie dei maggiori campionati europei hanno spettatori medi al di sopra dei 10 mila di media (in Inghilterra quasi 20 mila, ma lì è davvero un'altra cultura). Nella Serie B italiana, sull'enorme numero di 22 squadre partecipanti, ben 16 non riescono a superare le 5 mila presenze medie. ♦

Chiuso il mercato: Thiago Motta a Parigi, Candreva alla Lazio

Per compensare la partenza di Sulley Muntari, ceduto al Milan, e di Thiago Motta, in procinto di partire per il Paris Saint-Germain, l'Inter si è rafforzato con tre acquisti nell'ultima giornata di calciomercato. Si tratta dell'attaccante Fredy Guarin, 25 anni, nazionale colombiano e attualmente in forza al Porto, il centrocampista Angelo Palombo dalla Sampdoria e il difensore brasiliano Juan (solo omonimo del giocatore della Roma), 20 anni, proveniente dall'Internacional. Guarin ha sigla-

to un accordo per quattro anni e mezzo con la società nerazzurra, Colombo fino alla fine della stagione con un'opzione per successivi tre anni, Juan ha firmato un contratto fino al 2016. Ma nell'ultimo giorno di mercato non si è mosso solo l'Inter. La Lazio, dopo aver visto sfumare l'affare Honda per il no del Cska Mosca (da lotito offerta bassa), ha preso il centrocampista del Cesena Antonio Candreva. L'attaccante Cissé è ufficialmente un giocatore del Queens Park Rangers. Il portiere ar-

gentino Carrizo passa in prestito dalla Lazio al Catania. Dalla Lazio se ne va anche anche il centrocampista Del Ner, approdo Cesena.

La Roma invece saluta David Pizarro già a Manchester per giocare con il City di Mancini. Il Chievo ha preso in prestito dal Genoa il difensore Dario Dainelli. Molto attivo il Cesena. Dell'addio di Candreva abbiamo detto, unito a quello di Erjon Bogdani (al Siena), in Romagna arriverà l'argentino Santana dal Napoli, così come Vincenzo Iaquinta dalla Juve. La Fiorentina ha ufficializzato l'acquisto di Kenneth Zohore dal Copenhagen classe 1994. Finisce invece la telenovela di Filippo Inzaghi. Niente Siena, rimarrà al Milan. ♦