

**LA DOMANDA DI CALCIO IN ITALIA:
SERIE A 1962-2006**

di Marco Di Domizio*

SOMMARIO: Introduzione – 1. La domanda di calcio in Italia: i fatti stilizzati – 2. La domanda di calcio: letteratura ed evidenze empiriche – 3.1 La stima dei *per game tickets* – 3.2 La stima dei *seasonal tickets* – 4. Conclusioni

CLASSIFICAZIONE JEL: C22, L83.

Introduzione

Il fenomeno «calcio» in Italia, da qualche anno a questa parte, sembra mostrare chiari segnali di crisi la cui manifestazione più immediata è lo svuotamento degli stadi. Tale fenomeno è presente nelle diverse leghe nazionali professionistiche, dalla Serie A fino alle categorie inferiori, a parte talune eccezioni legate a contesti del tutto particolari. L'ultimo *rapporto Siae sullo spettacolo in Italia*, pubblicato nello scorso novembre, rileva una riduzione nella spesa complessiva per assistere ad eventi calcistici di circa il 12%, per un valore superiore ai 10 milioni di euro tra il primo semestre del 2005 e del 2006, in totale controtendenza rispetto ad altri sport e ad attività ricreative alternative. Se tale crisi appare evidente, meno chiara sembra essere la risposta del Governo dello Sport in generale e del Calcio in

* Ricercatore di Economia Politica presso la Facoltà di Scienze politiche della Università degli Studi di Teramo. Docente di Economia Politica presso il Corso di Laurea in Scienze Giuridiche, Economiche e Manageriali dello Sport, sede di Atri (TE).

Un sentito ringraziamento va ai proff. Giovanni Piersanti e Massimo Tivegna per il loro contributo nella fase di elaborazione e sviluppo della analisi econometrica, allo *staff* della Pescara Calcio per l'aiuto nella fase di acquisizione dei dati e ai due anonimi *referees* per i loro preziosi suggerimenti. Eventuali errori ed omissioni rimangono di responsabilità dell'autore che può essere contattato ai seguenti indirizzi e-mail mdidomizio@unite.it e didoma@inwind.it.

particolare¹ che, a dire il vero, manca anche di una chiara analisi sulle origini della crisi, nonostante i dati ufficiali rilevati dal Centro Studi della Lega Nazionale Professionisti (di qui in poi LNP) ne documentino la portata.²

Accade spesso di vedere associati alla crisi del calcio in Italia una serie di fattori senza il supporto di una analisi econometrica, se non semplicemente statistica. In generale, sono diverse le cause alle quali viene attribuito il calo di spettatori negli stadi. Tra le più comuni vi è il presunto impatto prodotto dalla introduzione dello «stadio virtuale» con l'avvento della *pay tv* datata 1993, della successiva evoluzione verso la *pay per view* nel 1996, fino ai sistemi più recenti di trasmissione delle partite attraverso il digitale terrestre e internet datate 2004 e 2005. Altre possibili cause della crisi vengono individuate nell'eccessivo costo dei biglietti, se confrontato con quello dello «stadio virtuale»,³ fino alla vetustà degli impianti sportivi che sarebbero scomodi e poco adatti per una ideale fruizione dell'evento rispetto a realtà calcistiche diverse.⁴ Altri imputano la crisi alla ridotta credibilità circa il regolare svolgimento dei campionati, testimoniata dai sempre più frequenti interventi della giustizia sportiva e ordinaria nella definizione sia delle griglie di partenza delle squadre partecipanti ai tornei, che nella definizione delle posizioni al termine degli stessi. Ancora, si imputa la scarsa partecipazione diretta all'evento calcistico alla «certezza» dell'esito relativo al campionato, ovvero alla incapacità del sistema di garantire un valido ricambio di *team* competitivi in grado di ampliare la fascia delle squadre vincenti.

Il presente lavoro si propone di evidenziare i fatti stilizzati che hanno interessato il fenomeno calcio in Italia dal 1962 al 2006, cercando, pur nei limiti quantitativi e qualitativi dei dati a disposizione, di stimare una equazione delle presenze negli stadi a livello aggregato per l'intera Serie A, attraverso la quale definire l'impatto delle diverse variabili in grado di influenzarle.

Il lavoro è così strutturato: nel paragrafo 1 verranno illustrati alcuni fatti stilizzati legati al fenomeno oggetto di indagine, nel paragrafo 2 verrà passata in rassegna la principale letteratura sulla domanda di sport in generale e di calcio in particolare, nel paragrafo 3 verrà sviluppato il modello econometrico attraverso il quale si proverà a stimare l'equazione della domanda di calcio in Serie A ed infine nel paragrafo 4 verranno presentate le considerazioni finali.

¹ Il riferimento è sia al CONI, sia alla Federazione Italiana Gioco Calcio che alla Lega Nazionale Professionisti.

² Si vedano le diverse relazioni sulle presenze degli spettatori in Serie A e Serie B presentate dal Centro Studi LNP disponibili nel relativo *link* del sito www.lega-calcio.it.

³ Il prezzo medio del biglietto per una partita in serie A nella stagione 2005/2006 è stato calcolato in circa 17 euro per i settori di curva e 123 euro per le tribune [dato estrapolato da *Analisi del trend degli spettatori allo stadio e degli ascolti televisivi della serie A TIM e della serie B TIM negli ultimi anni*, Centro Studi della Lega Calcio, 4 novembre 2005, reperibile *on line* all'indirizzo www.lega-calcio.it/ita/bacheca.shtml (dicembre 2006)], prezzi decisamente alti se confrontati con il costo di una singola partita sulla piattaforma del digitale terrestre compreso tra 4 e 5 euro.

⁴ R. PENN, *Le Cattedrali dello Sport: gli stadi di calcio nell'Inghilterra contemporanea*, in N. BORTOLETTO, B. MAZZA (a cura di) *Tempi e luoghi dello Sport*, Il Piccolo Libro, Teramo, 2006, 125-154.

1. La domanda di calcio in Italia: i fatti stilizzati

Il concetto di «domanda di calcio» è piuttosto vago e potrebbe prestarsi a diverse interpretazioni. In questo lavoro la domanda di calcio è rappresentata dalla media di spettatori per ogni singola partita di Serie A dal campionato 1962/63 al campionato 2005/2006. Gli spettatori vanno distinti tra coloro che hanno pagato il biglietto per la singola partita che indicheremo con GT (*per game tickets*) ed abbonati stagionali, indicati con ST (*seasonal tickets*). La somma delle due serie definirà il dato complessivo degli spettatori presenti (TT) (*total tickets*). Tra i diversi problemi con i quali ci siamo confrontati il primo e non meno importante è relativo alla mancata disaggregazione per settore dei dati sui biglietti venduti. E' evidente che il dato aggregato non è in grado di cogliere alcune peculiarità che interessano o potrebbero interessare taluni settori piuttosto che altri.⁵

Il problema si manifesta in modo ancora più profondo nella corretta definizione dei prezzi dei biglietti. Il dato sui prezzi, che viene ricavato dividendo le entrate complessive di tutte le società per il numero dei tagliandi venduti, come indicato nella equazione (1), soffre necessariamente di una forte distorsione legata non solo ai diversi prezzi che possono essere praticati da diverse società, quanto alla mancata disaggregazione del prezzo per settore.

$$GTP = \frac{\text{incassi complessivi da paganti}}{\text{biglietti complessivamente venduti}} \quad (1).$$

Ad oggi, purtroppo, non esistono serie storiche sugli incassi distinti per settore per l'intera LNP di serie A e, probabilmente, le stesse società che partecipano al campionato non sono in grado di ricostruirle. Dovendo fare di necessità virtù il dato utilizzato è il prezzo medio per partita sia degli abbonati che indichiamo con STP (*seasonal ticket price*) che dei paganti, indicato con GTP (*per game ticket price*). I dati sui prezzi correnti sono stati corretti per tenere conto delle variazioni del costo della vita riportandoli al 2005 utilizzando un deflatore dei «prezzi delle partite di calcio» cortesemente fornitoci dall'Istat.⁶ Le serie dei prezzi reali saranno indicate rispettivamente con STP05 (*seasonal ticket price at Euro 2005*) e GTP05 (*per game ticket price at Euro 2005*).

Veniamo ai fatti stilizzati relativi al fenomeno delle presenze allo stadio e ai prezzi. Il periodo di riferimento comprende i 44 campionati dalla stagione 1962/63 a quella 2005/2006. L'analisi della serie storica dei dati relativi ai tagliandi venduti per le singole partite e degli abbonamenti stagionali non mostra una tendenza analoga. Da un lato una evidente crescita dei GT per tutti gli anni '60 e '70 fino al

⁵ A conferma di quanto detto si consideri come dalla stagione 2004/2005 il Centro Studi della LNP ha cominciato a raccogliere e ad elaborare dati disaggregati per settore venendo incontro a questa esigenza.

⁶ Un sentito ringraziamento va alla dr.ssa Gloria De Martinis dell'ISTAT.

raggiungimento di medie oltre i 20.000 nei primi anni '80. Da questo punto in poi la serie mostra una chiara inversione di tendenza con un *trend* fortemente negativo che, attualmente, ha condotto il dato a livelli davvero bassi, intorno alle 5.000 unità, pari a circa 1/3 rispetto al dato dell'inizio degli anni '60. Dall'altro lato vi è stata nel tempo una leggera tendenza positiva del numero di ST, tendenza che sembra rallentare e bloccarsi a partire dalla metà degli anni '90. Il dato complessivo relativo ai TT presenta quindi un andamento «approssimativamente» a parabola, il cui vertice è posizionato al 1983. Nella figura 1 sono riportate le tre serie storiche relative alle variabili sopra indicate.

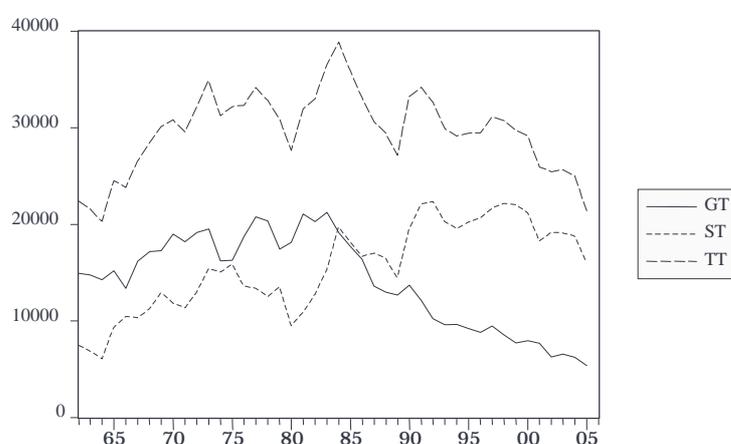


FIGURA 1 – MEDIA SPETTATORI IN SERIE A

Per quanto riguarda i prezzi reali consideriamo anche in questo caso le diverse disaggregazioni relative ai GT, ST e ai TT. Come appare evidente dalla figura 2 sia i GTP05 che i STP05 presentano un andamento analogo. Questo è caratterizzato da una forte riduzione fino alla seconda metà degli anni '70 e da un successivo aumento per oltre un decennio fino alla seconda metà degli anni '80 per i ST e fino alla prima metà degli anni '90 per i GT. Successivamente entrambe le serie presentano una forte tendenza al ribasso, associata probabilmente alle nuove strategie perseguite dalle società calcistiche orientate a rimodulare le proprie fonti di finanziamento a favore dei diritti televisivi rispetto alle tradizionali entrate da «botteghino».⁷

⁷ U. LAGO, A. BARONCELLI, S. SZYMANSKY, *Il business del calcio*, Egea, Milano, 2004.

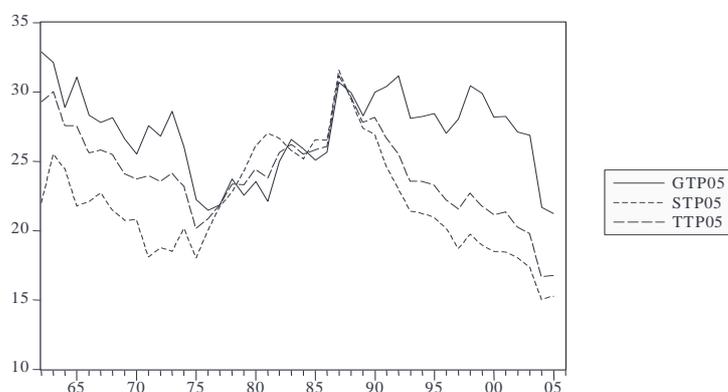


FIGURA 2 – PREZZO MEDIO PER PARTITA (EURO 2005)

Un aspetto interessante da osservare è che, come atteso, la serie dei STP05 è posizionata al di sotto di quella dei GTP05, ad eccezione delle fasi di crescita di entrambe le serie, negli anni '80, in cui i GTP05 e i STP05 presentano, sostanzialmente, valori uguali. Una possibile spiegazione può essere individuata nella ridotta esigenza di invogliare i potenziali spettatori con politiche di prezzi bassi sugli abbonamenti visto che il livello qualitativo dell'intero campionato in serie A e il «*competitive balance*» durante il decennio presentava livelli di rilievo.⁸

⁸ Per quanto riguarda il livello qualitativo del campionato di Serie A è utile ricordare che a partire dal 1980/81 e per tutto il decennio i migliori rappresentanti delle nazionali più blasonate del calcio mondiale hanno giocato in squadre italiane, dai brasiliani Zico, Junior e Falcao ai tedeschi Rummenigge e Matthäus, dal francese Platini agli argentini Maradona e Passarella, dall'olandese Kröl all'inglese Wilkins. Con riferimento al *competitive balance* caratterizzante i campionati del decennio 80-90, sebbene il discorso meriti un approfondimento ulteriore, va evidenziato che sia le nostre valutazioni espresse da alcuni indici di variabilità indicati nei paragrafi successivi, sia alcune stime espresse da altri autori [si confronti ad esempio K. GOOSSENS, *Competitive balance in European football: comparison by adopting measures: national measure of seasonal imbalance and top 3*, Riv. Dir. Ec. Sport, vol. II, n. 2, 2006, 106] confermano quanto indicato nel testo. Per ragioni di correttezza vanno anche segnalate opinioni e stime contrarie alla nostra affermazione. Ad esempio in L. GROOT, *De-commercializzare il calcio europeo e salvaguardare l'equilibrio competitivo: una proposta welfarista*, Riv. Dir. Ec. Sport, vol. I, n. 2, 2005, 74, l'autore sostiene che, stimando l'equilibrio competitivo attraverso un *indice sorpresa*, questo ha subito un calo anche durante gli anni Ottanta. Riportando il discorso verso una analisi più «rozza» va comunque ricordato che nel decennio che va dal 1980/81 al 1989/90 gli scudetti sono stati assegnati a 6 diverse squadre con «prime volte» per Verona nel 1984/85 e per il Napoli nel 1986/87, come negli anni '60 e '70 e più di quanto accaduto nei successivi due decenni (almeno fino ad ora relativamente agli anni successivi al 2000).

Da una prima grossolana analisi dei dati possiamo dunque evidenziare come la «crisi» del calcio in Italia abbia origini piuttosto lontane. Questa può essere collocata ai primi anni Ottanta quando, dopo la riapertura delle frontiere a partire dal campionato 1980/81, il livello medio del talento poteva senz'altro considerarsi superiore a quello delle altre realtà europee ed il *competitive balance* almeno inalterato rispetto al passato. È necessario quindi cercare di individuare e isolare le diverse cause che hanno potuto contribuire a generare un *trend* negativo che continua a manifestarsi in tutta la sua forza. Per fare questo è necessario fornirsi di una «bussola» attraverso la quale orientarsi rispetto al fenomeno analizzato; questa non può che essere la letteratura teorica ed empirica di cui è ricca l'economia dello sport in termini di *demand estimation* per diverse realtà calcistiche.

2. *La domanda di calcio: letteratura ed evidenze empiriche*

La «domanda per lo sport» ha da sempre rappresentato uno dei settori di maggiore interesse teorico ed empirico della *Economia dello Sport*. Si pensi al lavoro di Borland e Macdonald⁹ nel quale gli autori, oltre a raccogliere e «sistemare» i risultati dell'intera letteratura teorica al riguardo, presentano un elenco di 96 lavori con applicazioni econometriche, a partire dal pionieristico lavoro di Noll,¹⁰ riguardanti discipline sportive diverse e per diverse nazioni. Va rilevato che, nonostante l'analisi sul calcio sia presente in diversi studi con particolare attenzione verso la *Premier League*, mancano contributi relativi al calcio italiano. Questo dato è piuttosto sorprendente se si pensa agli interessi, economici e non, che ruotano intorno al mondo dello sport in generale e del calcio in particolare. Si potrebbero a tal proposito citare Baroncelli e Lago, i quali, rifacendosi ad uno studio di Deloitte e Touche del 2003, evidenziano come il volume di affari gravitante intorno al mondo dello sport sia di circa 31,5 miliardi di euro, corrispondenti a circa il 2,4% del prodotto interno lordo, con una ricaduta sull'impiego pari a circa 500.000 unità lavorative.¹¹ Meno sorprendente risulta *ex post*, ovvero dopo che ci si è confrontati in modo diretto con il mondo del calcio e con i limitatissimi dati a disposizione nel senso di inesistenza degli stessi oppure di inaccessibilità. Il nostro obiettivo è quello di riuscire a definire e ad inquadrare dal punto di vista teorico le variabili in grado di influenzare la domanda di calcio.

Una prima grande distinzione va fatta nei confronti della tipologia di analisi che si vuole condurre. Il nostro obiettivo è di tipo «generale», ovvero noi vogliamo analizzare il fenomeno rispetto ai singoli campionati disputati, piuttosto che sul singolo incontro. Sono diversi, infatti, i fattori che devono essere tenuti in considerazione nei due casi distinti, o almeno gli stessi fattori assumono una

⁹ J. BORLAND, R. MACDONALD, *Demand for Sport*, *Oxf. Rev. of Ec. Pol.*, vol. 19, 2003, 478-502.

¹⁰ R.G. NOLL, *Attendance and Price Setting*, in A. ZIMBALIST (a cura di) *The Economics of Sport*, Edward Elgar, vol. II, 2001, 165-207.

¹¹ Si veda nuovamente U. LAGO, A. BARONCELLI, S. SZYMANSKY, *Il business del calcio*, cit., p. 1.

caratterizzazione diversa rispetto alla tipologia di analisi che si vuole condurre.

Un primo elemento in grado di influenzare la domanda per un evento sportivo, secondo quanto prescritto dalla teoria, è «l'incertezza del risultato», incertezza associata al «*competitive balance*», ovvero all'equilibrio nei rapporti di forza presunti dei *team*. La letteratura economica ha da sempre sottolineato quanto l'interesse per l'evento sportivo è direttamente correlato al bilanciamento nel livello di competitività dei suoi protagonisti. Già Walter Neale¹² nel 1964, riferendosi a quello che definirà il *Louis-Schmelling Paradox*, mette in evidenza un aspetto centrale delle competizioni sportive; quanto maggiore è il divario (supposto) tra i contendenti e quindi quanto minore è il livello di incertezza rispetto all'esito del risultato, tanto minore sarà il richiamo che l'evento eserciterà sul pubblico. Tale riflessione può essere estesa dal pugilato a qualsiasi altro sport, individuale o di squadra, quindi anche al calcio. Tale caratteristica è comunque mitigata dal fatto che negli sport di squadra le competizioni a tornei vengono disputate con gare di andata e ritorno. Questo implica che la partecipazione diretta all'evento dovrebbe essere crescente rispetto alla probabilità del *team* ospitante di vincere la gara. Non solo, ma è altresì possibile che, anche in presenza di un fortissimo divario di competitività tra due *team*, la partecipazione all'evento sia molto alta grazie al richiamo offerto dal «blasone» della squadra ospitata. È chiaro che nel definire un parametro attraverso il quale sintetizzare l'incertezza del risultato occorre distinguere se si è interessati ad una misura della competitività della singola partita o del campionato. La letteratura a proposito è molto vasta e, per quello che ci riguarda, possiamo trascurare l'analisi relativa alla singola partita per concentrarci sul secondo aspetto, rimandando per il primo alla lettura di un interessante contributo di Paul Downward e Alistair Dawson.¹³ Le difficoltà nel definire una variabile in grado di catturare l'incertezza di un singolo campionato per valutarne la sua dinamica nel tempo non sono poche. Tra i primi Borland¹⁴ ha provato a farlo attraverso l'utilizzo di una serie di indici in grado di catturare la dispersione nei punti e nelle vittorie tra i *team* meglio posizionati del campionato di *football* australiano, mentre studi più recenti hanno addirittura ommesso tale variabile preferendo correre il rischio di un errore di specificazione della equazione di regressione piuttosto che utilizzare indici non appropriati.¹⁵ Nel nostro lavoro abbiamo comunque provato a definire alcuni indicatori di incertezza che, oltre al rischio implicito di essere poco adatti, hanno dovuto tenere conto del cambiamento strutturale intervenuto a far data dal campionato 1994-95, anno della introduzione dei 3 punti per vittoria. La scelta è caduta su alcuni indici in grado di catturare la variabilità dei distacchi in classifica tra le squadre al termine del campionato.

¹² W. NEALE, *The Peculiar Economics of Professional Sport*, *Quart. J. of Ec.*, vol. 78, n. 1, 1964, 1-14.

¹³ P. DOWNWARD, A. DAWSON, *The Economics of Professional Team Sports*, Routledge, London, 2000, 130-156.

¹⁴ J. BORLAND, *The Demande for Australian Rules Football*, *The Ec. Rec.*, vol. 63, N. 182, 1987, 220-230.

¹⁵ R. SIMMONS, *The Demande for English League Football: A Club Level Analysis*, *Appl. Ec.*, vol. 28, n. 2, 1996, 139-155.

Nello specifico tale indice è costruito nel seguente modo. Consideriamo la distribuzione degli scarti nei punti in classifica tra ogni singola squadra al termine del campionato. Tale distribuzione sarà caratterizzata da una media aritmetica [AD (*Average Distance*)] e da uno scostamento quadratico medio [SDD (*Standard Deviation of Distance*)]. Partendo da questi due strumenti di sintesi abbiamo derivato un indice comunemente usato in statistica descrittiva per sintetizzare delle informazioni sulla variabilità delle distribuzioni, che abbiamo chiamato IV (*Index of Variability*),¹⁶ pari a:

$$IV_t = \frac{SDD_t}{AD_t \cdot \sqrt{N-1}} \quad (2),$$

dove il pedice t , è riferito al t -esimo campionato ed N è il numero degli scarti. Al fine di rendere più coerente la significatività del dato in termini «calcistici», insieme a IV abbiamo introdotto altri due indici di variabilità IV2 e IV3 (da ora in avanti IV diventa IV1 per distinguerlo dagli altri due) in cui, piuttosto che la media aritmetica della distribuzione degli scarti tra le squadre, abbiamo considerato delle medie ponderate. La prima AD2, con relativa SDD2, è stata calcolata utilizzando dei pesi decrescenti a partire dalla distanza tra la prima e la seconda classificata fino alla distanza tra la penultima e l'ultima. Per la seconda AD3, con relativa SDD3, abbiamo invece utilizzato dei pesi simmetrici con alti valori attribuiti alle «code» della distribuzione e bassi al «centro».¹⁷ Insieme a questi indici di variabilità assoluta, compresi tra 0 ed 1 dove 1 indica la massima variabilità, abbiamo introdotto degli indici di variabilità relativi commisurati ai livelli massimi di variabilità calcolati in precedenza (IVR1, IVR2 e IVR3). Piuttosto problematica è la definizione del segno atteso nella relazione con i biglietti venduti. In realtà saremmo portati a vedere nella variabilità un indicatore di incertezza (una maggiore variabilità indica meno incertezza), per cui da questo punto di vista la relazione attesa è negativa. E' altresì vero però che alcuni lavori condotti sul calcio non sempre hanno definito risultati univoci, sia in termini di significatività del dato utilizzato sia in termini di segni delle relazioni.¹⁸

Accanto ad una misura della incertezza, in un senso proprio del termine, abbiamo provato a introdurre due ulteriori variabili che in qualche modo non sostituiscono le prime, ma potrebbero completarle. Queste sono definite da HW1 e HW2 (*Home Team Winnings*). La prima indica la percentuale di vittorie della

¹⁶ A tale proposito è possibile consultare un qualsiasi manuale di statistica; noi consigliamo D. PICCOLO, C. VITALE, *Metodi Statistici per l'analisi economica*, Il Mulino, Bologna, 1981.

¹⁷ Si è cercato in questo modo di evidenziare l'importanza relativa della posizione per la quale si è lottato in campionato. E' evidente che l'importanza attribuita ad un punto di distanza in classifica è profondamente diversa se caratterizza la differenza tra la nona e la decima posizione piuttosto che la quint'ultima rispetto alla quart'ultima o addirittura la prima dalla seconda.

¹⁸ Si confronti la tabella 2 presente in J. BORLAND, R. MACDONALD, *Demand for Sport*, cit., pp. 496-498.

squadra di casa nell'arco del campionato sul totale delle partite interne disputate, mentre la seconda indica il rapporto tra vittorie casalinghe e in trasferta. Come per l'indice di variabilità non possiamo essere certi *a priori* del segno della relazione, oltre che della sua significatività.¹⁹ In realtà maggiori valori di HW indicano un maggiore dislivello, ma potrebbero altresì rivelare una maggiore propensione alla vittoria della squadra per la quale lo spettatore è simpatizzante se non addirittura tifoso, che potrebbe spingere dunque a maggiori presenze.

Un secondo elemento da tenere in considerazione è relativo al bacino di utenza caratterizzante le squadre partecipanti al campionato. È infatti particolarmente importante rilevare come al campionato di Serie A partecipino squadre di città molto popolose, da Roma a Milano, a Napoli, Torino e così via, ma anche realtà locali di dimensioni demografiche molto limitate. Si pensi al Mantova, alla Spal o al Lecco negli anni '60, all'Ascoli, al Catanzaro o all'Avellino degli anni '70 e '80, fino alle recenti apparizioni dell'Empoli (che non è neppure Provincia) o del Chievo (che è un quartiere di Verona). La variabile scelta per sintetizzare la dimensione demografiche è stata una variabile di rango indicata con RANK. Utilizzando una graduatoria fornita da Palmeri e Lago²⁰ nella quale sono ordinate in senso decrescente tutte le città che hanno partecipato ai campionati professionistici dal 1997 al 2002, abbiamo costruito un indice medio di rango delle squadre partecipanti al campionato di Serie A dal 1962/63 al 2005/2006. Il segno atteso nella relazione tra rango e spettatori presenti è negativo (la città più popolosa ha rango 1, per cui un rango medio più basso indica una popolazione media inferiore).

Una terza caratteristica considerata è legata alla qualità del prodotto offerto. Nell'ambito dell'evento calcistico è praticamente impossibile definire uno standard qualitativo unanimemente riconosciuto e accettato. Diversi sono i parametri che potrebbero essere utilizzati. Il primo potrebbe essere senz'altro la stessa incertezza del risultato, oppure alla qualità del prodotto potrebbe essere data una accezione più diretta, legata al contesto in cui l'evento si svolge piuttosto che all'evento stesso (posti a sedere piuttosto che in piedi, tribune coperte, prossimità degli spalti al campo da gioco ecc.). Nel nostro lavoro l'interpretazione data al concetto di qualità è legata alla spettacolarità dell'evento. In questo senso la variabile che più di altre ci è sembrata adatta a cogliere tale aspetto è il numero medio di goal segnati per partita, indicata con GOALS.

Accanto a variabili prettamente sportive e calcistiche, abbiamo considerato anche variabili economiche. Queste sono state da sempre ritenute rilevanti al fine di individuare tutte le possibili cause in grado di influenzare la presenza di spettatori, dai primi «rudimentali» tentativi condotti sul singolo *match*,²¹ fino ai più recenti

¹⁹ Una buona rassegna è contenuta in S. DOBSON, J. GODDARD, *The Economics of Football*, Cambridge University Press, Cambridge UK, 2001.

²⁰ M. PALMERI, U. LAGO, *Il vantaggio competitivo nel calcio*, in U. LAGO, A. BARONCELLI, S. SZYMANSKY, *Il business del calcio*, cit., pp. 187-210.

²¹ N. JENNETT, *Attendance, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish Football League*, *Scot. J. of Pol. Ec.*, vol. 31, n. 2, 1984, 175-197.

contributi condotti con tecniche econometriche più sofisticate.²² In generale il prodotto «partita di calcio» è solo uno dei possibili servizi legati al tempo libero che la collettività può acquistare, all'interno di un ventaglio di proposte più ampio, sia in ambito sportivo che non. Si è ritenuto quindi necessario introdurre sia variabili relative ai prezzi dell'evento, con i problemi a cui abbiamo già accennato in precedenza, ma si è altresì ritenuto opportuno inserire delle variabili che in qualche modo catturassero l'impatto della situazione economica generale del Paese sulla domanda di calcio. In questo ambito la scelta della variabile più opportuna coinvolge anche la sfera soggettiva del ricercatore, il quale deve confrontarsi da un lato con la propria sensibilità nella «decodificazione» del dato grezzo e dall'altro con la disponibilità dei dati stessi. La nostra scelta è caduta sul dato relativo al prodotto interno lordo pro-capite (PPC05) definito come rapporto tra il prodotto interno lordo a prezzi 2005 e la popolazione residente,²³ come indicato nella equazione (3).

$$PPC05 = \frac{\text{prodotto interno lordo a prezzi costanti (€2005)}}{\text{popolazione residente (media annuale)}} \quad (3).$$

Va inoltre evidenziato che, seppure l'analisi è condotta a livello macroeconomico piuttosto che microeconomico, l'introduzione nella stima di una variabile di reddito potrebbe essere utile anche al fine di definire la tipologia dell'evento «partita di calcio» nell'ambito della struttura delle preferenze della popolazione italiana. Da un lato va infatti rilevato «se» la variabile influenza la domanda di calcio; contemporaneamente è interessante verificare se tale evento si caratterizza come un bene/servizio «normale», nel qual caso presenterà una relazione positiva, oppure «inferiore» mostrando una relazione inversa.²⁴

Infine occorre rilevare come, a nostro parere, la stima non possa essere riferita alla quantità totale delle presenze allo stadio (TT), ma deve necessariamente distinguere tra GT e ST. Le ragioni di tale scelta sono molteplici. Intanto la distinzione tra abbonato e pagante manifesta un approccio all'evento calcistico differente. Mentre per lo spettatore pagante si può parlare di uno sportivo, legato certo al risultato della squadra, ma anche fruitore di uno spettacolo agonistico e atletico in senso più ampio, per l'abbonato si può senz'altro parlare di tifoseria, ovvero di un pubblico fortemente motivato dall'attaccamento alla squadra che compete. I due insiemi non sono ovviamente «chiusi», nel senso che è possibile che

²² D. FORREST, R. SIMMONS, *New Issues in Attendance Demand: The Case of the English Football League*, *J. of Sp. Ec.*, n. 7, 2006, 247-266.

²³ Fonte ISTAT.

²⁴ La serie storica relativa al prodotto interno lordo pro-capite a prezzi costanti è stata costruita sulla base dei dati dell'ISTAT e della BANCA D'ITALIA. Inoltre per le serie storiche fino al 1996 si veda anche il *data set* contenuto in R. ROVELLI, *Macroeconomia Europea*, Zanichelli, Bologna, 2001.

talune circostanze definiscano la scelta di appartenenza ad un insieme, piuttosto che ad un'altro. Tali circostanze possono avere una caratterizzazione economica e non. Ad esempio, in un lavoro del 1998, David e Laura Boyd,²⁵ rifacendosi ad un precedente contributo di Salant,²⁶ affermano: «... *season ticket packages act as an implicit insurance contract [...] risk averse spectators prefer to pay a premium for season tickets sold at a constant price [...] than pay a high season ticket price during "good" years and a low price during "bad" years*».²⁷ Allo stesso tempo la scelta di abbonarsi o meno è anche legata alle aspettative che il potenziale spettatore/tifoso formula circa la *performance* attesa della «propria» squadra. In questo senso le aspettative sono formulate sulla base di informazioni acquisite durante la fase di «calcio-mercato» che possono rivelarsi più o meno corrette sulla base del proprio livello di competenza.²⁸ In realtà il «mercato degli abbonamenti» è decisamente atipico. Questo infatti si caratterizza come un mercato con asimmetrie informative sia dal lato della domanda che dal lato della offerta. Se infatti è lecito associare tale mercato al famoso «mercato dei bidoni» di Akerlof²⁹ data l'imperfetta informazione di cui dispongono i potenziali acquirenti su quello che sarà l'andamento in campionato, è altresì vero che anche dal lato della offerta non vi è la certezza di quello che sarà lo sviluppo della stagione calcistica. Le società potrebbero essere tentate di tenere bassi i prezzi per vendere molti abbonamenti, ma in questo caso la scelta potrebbe rivelarsi sbagliata a posteriori nel caso in cui la squadra si rendesse protagonista di una brillante stagione.³⁰ Al contrario, in caso di prezzi alti degli abbonamenti, la scelta potrebbe rivelarsi altresì errata nel caso di una stagione calcistica deludente. Il prezzo dell'abbonamento riveste quindi non solo un ruolo allocativo degli eventuali eccessi di domanda o di offerta, ma piuttosto diventa un «segnale» che la società di calcio invia al proprio pubblico. Da questi presupposti è ovvio che diventa fondamentale valutare in che direzione va il segnale e quanto esso è credibile.³¹ Questa caratterizzazione induce a considerare con molta attenzione sia il *set* di variabili esplicative, sia la formulazione dei segni attesi nelle relazioni.

²⁵ D.W. BOYD, L.A. BOYD, *The Home Field Advantage: Implications for the Pricing of Tickets to Professional Team Sporting Events*, *J. of Ec. and Fin.*, vol. 22, n. 2-3, 1998, 169-179.

²⁶ D.J. SALANT, *Price Setting in Professional Team Sports*, in P.M. SOMMERS (a cura di) *Diamonds are Forever: The Business of Baseball*, *The Brookings Institution*, Washington D.C., 1992, 77-90.

²⁷ D.W. BOYD, L.A. BOYD, *The Home Field Advantage: Implications for the Pricing of Tickets to Professional Team Sporting Events*, cit., 169.

²⁸ Con riferimento al «calcio-mercato» si consiglia la lettura di S. DOBSON, J. GODDARD, *The Economics of Football*, cit., 189-239.

²⁹ G. AKERLOF, *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, *Quar. J. of Ec.*, n. 89, 1970, 488-500.

³⁰ È superfluo sottolineare come il prezzo per partita dell'abbonamento è in generale inferiore al prezzo del biglietto della singola gara.

³¹ Per un approfondimento su tematiche legate all'equilibrio economico in presenza di asimmetrie informative e sul ruolo dei segnali si consiglia la lettura di un qualsiasi manuale di microeconomia. Tra gli altri suggeriamo D.M. KREPS, *A Course in Microeconomic Theory*, Harvester Wheatsheaf, Hertfordshire USA, 1990, 625-660, o anche in italiano R.S. PINDYCK, D.L. RUBINFELD, *Microeconomia*, Zanichelli, Bologna, 1996, 548-575.

È ovvio che considerare quale variabile esplicativa l'incertezza, oppure il numero dei *goals* segnati non ha alcun senso, visto che la scelta di acquistare un abbonamento viene fatta una volta, all'inizio della stagione e tale scelta è irreversibile.³²

3.1 La stima dei per game tickets

Nel precedente paragrafo abbiamo definito le variabili rispetto alle quali si ritiene che le presenze allo stadio siano in relazione. La prima analisi deve essere fatta sulla forma della serie analizzata. Nel paragrafo 2 abbiamo già anticipato una importante caratteristica della serie relativa al numero dei paganti, ovvero la presenza di un forte *trend* discendente a partire dai primi anni Ottanta. È necessario, seppur brevemente, sviluppare in modo non eccessivamente tecnico una riflessione su questa componente. Nell'ambito della «analisi classica» delle serie storiche ogni variabile può essere scomposta in una serie di voci sintetizzate in componenti di *trend*, cicliche, stagionali e casuali. La componente *trend* cattura i fattori più «profondi» della serie osservata, quelli che solitamente fanno riferimento al lungo periodo. La presenza e la identificazione di tale componente viene effettuata già attraverso lo studio del grafico della serie in questione. Nel nostro caso la manifestazione del *trend* è così evidente che si è resa necessaria la sua introduzione nella equazione di regressione. L'unico dubbio è relativo alla data di *break* caratterizzante la serie, ovvero il momento iniziale in cui tale componente ha cominciato a manifestarsi.³³ I risultati analitici sono stati particolarmente esemplificativi rispetto alla motivazione della nascita del *trend* negativo. Partendo infatti dalla introduzione di un *trend* nell'anno con maggiori presenze, ovvero il 1983, abbiamo individuato sia nel segno negativo che nella significatività del coefficiente di regressione un valido sostegno alla sua conferma. A questo punto abbiamo provato a cambiare data iniziale andando a ritroso nel tempo ed il primo anno in cui la significatività del

³² Si potrebbero, al limite, considerare tali variabili con uno o più ritardi nel caso in cui si presumesse che i tifosi esprimono delle aspettative «*backward looking*» ovvero di tipo adattivo. Con riferimento alla irreversibilità della scelta si potrebbe considerare la formazione di un mercato di abbonamenti di «seconda mano», ma le nuove norme che prevedono la nominatività della tessera lo esclude.

³³ Nel 1983 si è registrato il «picco» delle presenze in Serie A, ma questo non implica necessariamente che il *trend* discendente sia partito da tale anno. Questo infatti, come dimostrano le stime, ha avuto origine più lontane. Nel 1983 il livello massimo di presenze, da quel che si può evincere dalla regressione, è possibile imputarlo ad una serie di concause tra le quali siamo certi di poter inserire il ritorno in Serie A di tre squadre con bacini di utenza molto ampi come Milan, Lazio e Catania, dopo che le prime due che erano state coinvolte nello scandalo scommesse del 1980. Non va neppure sottovalutato l'impatto prodotto dalla vittoria della nazionale italiana ai Campionati del Mondo disputati in Spagna nel 1982 che ha certamente contribuito a rendere il calcio ancora più popolare, come dimostrarono gli impressionanti indici d'ascolto delle partite dell'Italia in televisione. Con riferimento a quest'ultimo aspetto, però, le stime econometriche non sono in grado di registrare alcuna variazione nella domanda di calcio e, d'altra parte, la vittoria ai recenti mondiali in Germania non sembra aver prodotto alcun effetto sulle attuali presenze allo stadio.

coefficiente di regressione si è dimostrata bassa è stato il 1978. Dunque l'inizio del *trend* negativo può senz'altro essere datato nel campionato 1979/80. Il risultato non è così sorprendente. Renato Tavella a proposito della stagione 1979/80 afferma: «Il campionato che chiuse il decennio anni Settanta fu sporcato da scandali estesi, da un malaffare che mortificò gli sportivi e quanto ancora rimaneva della purezza dell'agonismo di chi si misurava sul campo. Pareva incredibile si fosse potuti arrivare così in basso. Eppure era tutto vero».³⁴ Le questioni relative alla giustizia sportiva e ordinaria connesse al fenomeno del calcio scommesse e al «totonero», venute alla luce nei primi mesi del 1980, andavano a sommarsi ad un altro evento che aveva funestato il mondo del calcio nel precedente autunno: la tragica morte di Vincenzo Paparelli colpito da un razzo partito dalla curva dei tifosi romanisti in occasione del derby romano del 29 ottobre. Potrebbe essere discutibile se «parametrizzare» questo evento attraverso un *trend* piuttosto che con una *dummy* in grado di catturare un cambiamento strutturale. Si è ritenuto preferibile percorrere la prima strada in quanto gli eventi del 1979 non si sono rivelati «straordinari», ma in forme diverse, talvolta più intense talvolta meno, i fenomeni di violenza e di illecito sportivo hanno continuato a persistere. Pensiamo alla tragica serata della finale di Coppa dei Campioni disputata tra Juventus e Liverpool il 29 maggio 1985 allo stadio Heysel di Bruxelles, in cui morirono 39 persone e si contarono centinaia di feriti a causa degli incidenti provocati dagli *hooligans*, evento che ha certamente contribuito a rafforzare il *trend* discendente. Tale tendenza non ha accennato a invertirsi visto il continuo manifestarsi di atti di violenza, dentro e fuori dagli stadi, che sono ormai divenuti quasi «cronici» e dei quali esiste una aneddotica molto estesa.³⁵ Pensiamo anche, per quel che riguarda l'aspetto legato alla credibilità della competizione, ai diversi casi di illecito che hanno investito il calcio, dalla ripetizione del «calcio scommesse» nella stagione 1985/86, fino ai più recenti eventi «sublimati» dalla vicenda che ha preso il nome di «calciopoli» relativa alla stagione 2005/2006. Una volta definiti gli aspetti relativi alla introduzione del *trend* (TREND79) possiamo riassumere i risultati della stima nella seguente tabella 1.³⁶

³⁴ R. TAVELLA, *Il libro nero del calcio italiano*, Newton & Compton, Roma, 2006, 149.

³⁵ R. TAVELLA, *Il libro nero del calcio italiano*, *ibi*.

³⁶ Le variabili HW1 e HW2 sono state omesse in quanto assolutamente non significative dal punto di vista statistico e dunque suscettibili di generare una riduzione nella efficienza della stima dei parametri della regressione.

TABELLA 1
 VARIABILE DIPENDENTE: GT
 43 OSSERVAZIONI DAL 1963 AL 2005

Variable	Coeff.	Coeff.	Coeff.
TREND79	-283.805* (115.429)	-246.21* (114.114)	-276.103* (112.261)
GT(-1)	0.769* (0.116)	0.807* (0.112)	0.768* (0.112)
GTP05	-89.681*** (58.911)	-109.66** (58.341)	-94.299** (57.319)
ST	-0.176* (-0.088)	-0.165* (0.085)	-0.191* (0.081)
GOALS	3877.479* (1965.491)	4052.546* (1825.53)	3596.129** (1888.671)
RANK	-49.984** (29.463)	-45.394** (28.777)	-56.725* (27.969)
PPC05	0.351* (0.160)	0.295** (0.160)	0.361* (0.154)
IVR1	2222.832*** (1382.424)		
IVR2		2829.906* (1296.775)	
IVR3			2743.758* (1249.021)
R ² corretto	0.949	0.952	0.952
S.E. della regressione	1,092,061	1,061,747	1,060,902
Durbin-Watson	2,015	2,006	1,997
Jarque-Bera <i>prob.</i>	0.925	0.942	0.913
<i>Serial Correlation LM test</i> (1)	0.866	0.852	0.926
<i>White Heteroskedasticity test</i>	0.323	0.591	0.244
<i>ARCH test</i> (1)	0.221	0.110	0.250
<i>Stability test</i> (1990)	0.685	0.783	0.616

Standard error in parentesi, * livello di significatività $\geq 95\%$, ** livello di significatività $\geq 90\%$, *** livello di significatività $\leq 90\%$.

Dei risultati delle stime espresse nella tabella precedente vanno sottolineati alcuni aspetti. Intanto le relazioni sono, nella stragrande maggioranza dei casi, fortemente significative (nella peggiore delle ipotesi la significatività è comunque prossima al 90%). Inoltre, i segni dei coefficienti delle variabili per le quali erano stati ipotizzate relazioni ben definite, sono pienamente coerenti con quanto previsto

dal punto di vista teorico. In generale, possiamo affermare che il numero degli spettatori negli stadi è in forte calo da quasi un trentennio. Le componenti di lungo periodo che hanno determinato tale tendenza vanno ricercate negli episodi di violenza negli stadi e nella ridotta credibilità del «fenomeno». Tale *trend* non sembra aver subito modifiche dalla introduzione delle nuove regole per l'acquisto dei biglietti e per l'accesso allo stadio, introdotte a partire dalla stagione 2005/2006, emanate al fine di ridurre gli episodi di violenza.³⁷

Per quanto riguarda la questione relativa all'impatto del *competitive balance* del campionato sulle presenze, la nostra stima rivela che a) non vi è alcun effetto negativo dovuto ad una alta variabilità nelle posizioni in campionato; b) se gli effetti esistono e sono significativi dal punto di vista statistico questi sono senza dubbio positivi.

Per quanto riguarda i prezzi, la stima conferma quanto supposto in sede di presentazione dei dati. L'impatto dei prezzi sulla domanda non ha una significatività statistica molto elevata. In questo senso siamo sicuri che la «impropria» caratterizzazione della variabile agisca in modo importante, seppure il segno della relazione si manifesti nella direzione attesa. Altro dato statisticamente ed economicamente significativo è quello registrato nella relazione con il reddito. Sebbene il coefficiente non abbia un valore molto alto, va comunque segnalato l'impatto positivo del prodotto interno lordo pro-capite sul numero dei biglietti venduti, confermandosi l'evento partita di calcio come «normale» rispetto alla struttura delle preferenze dell'intera collettività.

È importante rilevare la forte incidenza della componente demografica sui biglietti venduti, sintetizzata dalla variabile RANK, secondo la quale è innegabile che quanto maggiore è il bacino di utenza «coinvolto» dalla Serie A tanto maggiori saranno le presenze allo stadio.

Interessante è altresì l'impatto del numero di *gol* segnati in campionato. È evidente che una maggiore spettacolarità delle partite, solitamente associata al numero di reti segnate, è in grado di spingere un numero maggiore di sportivi allo stadio. In questo senso la attribuzione dei 3 punti per vittoria a partire dalla stagione 1994/95 va nella direzione giusta in una ottica di miglioramento della «qualità del prodotto».

3.2 La stima dei seasonal tickets

Per quanto riguarda la stima dei ST abbiamo già considerato, nel paragrafo 2, come sia possibile che le variabili che influenzano i GT possano non essere significative per la prima serie. La stima da noi realizzata conferma tale valutazione. I risultati sono descritti nella successiva tabella 2.³⁸

³⁷ Tale affermazione è basata anche sulla osservazione dei dati relativi alla corrente stagione 2006/2007 congiuntamente a quelli della stagione trascorsa per i singoli eventi.

³⁸ Nella equazione di regressione è stata omessa la variabile GOALS per gli stessi motivi specificati per le variabili HW1 e HW2 della precedente stima dei ST.

TABELLA 2
 VARIABILE DIPENDENTE: ST
 43 OSSERVAZIONI DAL 1963 AL 2005

Variable	Coeff.	Coeff.	Coeff.
ST(-1)	0.473* (0.135)	0.466* (0.134)	0.502* (0.134)
GT(-1)	0.108*** (0.085)	0.100*** (0.082)	0.102*** (0.087)
STP05	-50.611*** (84.656)	-43.602*** (84.399)	-47.299*** (86.129)
RANK	-106.207* (40.345)	-116.966* (41.728)	-100.252* (40.291)
PPC05	0.492* (0.140)	0.497* (0.138)	0.459* (0.137)
IVR1(-1)	-3030.559** (1759.559)		
IVR2(-1)		-3316.493** (1761.69)	
IVR3(-1)			-2494.062*** (1734.414)
HW2(-1)	1653.489* (746.626)	1694.353* (742.845)	1604.56* (753.72)
R2 corretto	0.870	0.872	0.867
S.E. della regressione	1,602,535	1,590,788	1621:34:00
Durbin-Watson	1,737	1,778	1,668
Jarque-Bera prob.	0.853	0.973	0.965
Serial Correlation LM test (1)	0.440	0.541	0.327
White Heteroskedasticity test	0.932	0.808	0.947
ARCH test (1)	0.333	0.388	0.321
Stability test (1980)	0.563	0.797	0.403

Standard error in parentesi, * livello di significatività $\geq 95\%$, ** livello di significatività $\geq 90\%$, *** livello di significatività $\leq 90\%$.

Rispetto alla stima dei GT, la serie dei ST non evidenzia alcun elemento di *trend* negativo a partire dal 1980 (la prima stagione dopo le vicende del 1979/80); la conferma deriva anche dai test di stabilità illustrati nella tabella 2. Tra i risultati più interessanti va senz'altro sottolineata la scarsa significatività dei prezzi, i quali, come per quelli relativi ai per game tickets, soffrono a nostro parere della forte

distorsione provocata dalla mancata differenziazione per settore. Il coefficiente di regressione della componente di reddito sintetizzata dal prodotto interno lordo pro-capite, invece, è non solo significativamente diverso da zero, ma presenta un valore decisamente maggiore rispetto a quello stimato nei confronti dei biglietti venduti.

Per quanto riguarda l'influenza prodotta dalla incertezza del campionato sul numero di abbonamenti medi venduti (valutata sulla base di aspettative adattive), questa si manifesta secondo un segno più coerente con quelli che sono i presupposti teorici, ovvero negativo (maggiore variabilità → minore incertezza → meno pubblico), seppure la significatività non sia molto elevata. Al contrario, risulta fortemente significativo l'impatto della variabile HW2, anch'essa introdotta con un ritardo. Questo risultato sembra indicare come la scelta dell'abbonato potrebbe essere fortemente condizionata da quella che è l'aspettativa relativa alla probabilità di vedere la propria squadra vincere, la cui valutazione condotta sui dati relativi alla stagione precedente è sì parziale, ma comunque importante.

Ancora, poco significativo risulta l'impatto del numero dei biglietti venduti nella stagione precedente sugli abbonamenti della stagione corrente. Tale dato indica una certa difficoltà di «fidelizzare» il rapporto da parte dell'intero movimento, ovvero di trasformare una partecipazione occasionale in una continuata e costante.

4. Considerazioni finali

Lo studio econometrico condotto sulla domanda di calcio in Italia, intendendo con questa la partecipazione dal vivo agli incontri di calcio di Serie A dal campionato 1962/63 al campionato 2005/06, rivela alcuni aspetti interessanti che ci aiutano a comprendere meglio i motivi del calo di spettatori negli stadi. Intanto, al di là di situazioni contingenti e casuali rappresentate dalla partecipazione al campionato di squadre con bacini di utenza più o meno ampi, oppure dalla retrocessione/promozione di squadre più o meno blasonate, la crisi appare in tutta la sua portata tanto da ritenerla irreversibile. Questa riguarda in particolare la fascia di pubblico dei «paganti», mentre il calo non investe il segmento degli «abbonati». Alcuni tratti distintivi delle due categorie sono stati già definiti in sede di presentazione delle variabili utilizzate nelle stime. I risultati delle regressioni confermano quanto anticipato. Ci troviamo di fronte a due insiemi differenti, che rispondono a *input* di natura sociale, economica e sportiva in modo diverso. In particolare, mentre i paganti hanno mostrato una alta sensibilità rispetto ai fenomeni di violenza e di ridotta credibilità all'interno del movimento calcistico, gli abbonati non sembrano averne risentito. Inoltre, mentre i primi mostrano una certa attenzione verso gli aspetti relativi alla qualità dello spettacolo, questo fattore risulta essere completamente assente dal *set* decisionale degli abbonati. Questi ultimi maturano le proprie decisioni soprattutto sulla base del risultato atteso della squadra per la quale tifano. Tale elemento ci riconduce al problema delle asimmetrie informative di cui si discuteva in precedenza, coinvolgendo aspetti interessanti legati alle relazioni esistenti tra i responsabili della comunicazione delle singole società, i media e

quindi il pubblico, settore meritevole di ulteriori approfondimenti che però esulano dalla nostra analisi.

Tra le cause che hanno determinato l'allontanamento del pubblico pagante dagli stadi della Serie A non sembra trovare spazio l'avvento della televisione nelle forme ricordate in precedenza. Abbiamo formalizzato tale fenomeno introducendo nella nostra stima una variabile *dummy* con valore nullo per gli anni fino al 1993 e pari ad 1 successivamente. Tale variabile doveva cogliere in qualche misura il possibile «cambiamento strutturale» generato dalla introduzione della *pay tv* e della *pay per view* nel campionato. La significatività del coefficiente si è manifestata praticamente nulla.³⁹

Discorso analogo può essere fatto per quanto attiene alla scarsa funzionalità degli impianti sportivi. Anche se la formalizzazione di tale aspetto è piuttosto difficile, da un test di stabilità condotto sulla serie analizzata è evidente che nessun cambiamento strutturale si è manifestato a partire dal 1990, anno in cui molti impianti sono stati ristrutturati in occasione dei Campionati del Mondo disputati nel nostro Paese. Possiamo così affermare che seppure sia auspicabile una «rimodulazione» degli impianti secondo logiche mutate dal mondo anglosassone,⁴⁰ è necessario che questa sia complementare ad altre azioni che possano riportare il pubblico allo stadio, altrimenti non si capisce quale logica economica dovrebbe supportare gli investimenti di ristrutturazione o addirittura di costruzione ex-novo degli impianti se questi sono destinati a rimanere semideserti.

Altro luogo comune smentito dalla nostra stima è che la crisi sia associabile alla prevedibilità del risultato. Addirittura, per la serie dei paganti, quando la relazione è significativa (rispetto ad IVR2 ed a IVR3), questa presenta un segno positivo, mentre per la serie relativa agli abbonati sembra essere molto più importante (e diretta) la relazione con la probabilità di vittoria della squadra di casa rispetto ad un ipotetico *competitive balance*. In generale tale risultato

³⁹ Un risultato analogo è stato ottenuto attraverso dei test di stabilità che sono stati omessi nella tabella. Il discorso relativo agli effetti prodotti dalla trasmissione delle partite in diretta meriterebbe un discorso più approfondito. Riteniamo infatti piuttosto difficile cogliere l'impatto delle televisioni sul numero dei paganti a livello aggregato. A nostro parere occorrerebbe sviluppare una analisi sulle singole squadre e sui singoli eventi. È infatti pacifico ritenere diverso l'effetto prodotto dalla trasmissione in diretta di una partita tra squadre di vertice (per la quale la televisione potrebbe fungere da vero e proprio «stadio virtuale» componendo eventuali eccessi di domanda) rispetto a quello generato su una partita tra squadre di media posizione in classifica. Resta comunque assolutamente indiscutibile l'importanza di una revisione complessiva delle modalità di offerta del calcio in televisione e dei suoi effetti sul *competitive balance*. Tale importanza è confermata dai contenuti del disegno di legge n.1269 approvato dalla Camera dei Deputati il 23 gennaio 2007 nel quale si delegano il Ministro per le politiche giovanili e le attività sportive e il Ministro delle Telecomunicazioni di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze e con il Ministro per le politiche europee a disciplinare la normativa relativa alla titolarità e al mercato dei diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico di eventi sportivi dei tornei professionistici a squadre, nel quale, tra le altre, viene specificata la finalità del rispetto dell'equilibrio competitivo tra i soggetti partecipanti alle competizioni.

⁴⁰ R. PENN, *Sport e sviluppo economico locale: l'esperienza del calcio inglese*, in N. BORTOLETTO, B. MAZZA (a cura di) *Tempi e luoghi dello Sport*, cit., pp. 53-74.

potrebbe essere causato da una cattiva specificazione del dato utilizzato come *proxy* della incertezza. Il difetto maggiore è «tipico» degli studi econometrici relativi alla stima del *competitive balance*. Una caratteristica comune è infatti quella di provare a catturare tale variabile fissandola ad un certo istante del tempo, solitamente al termine del campionato. In realtà l'incertezza è un fenomeno dinamico piuttosto che statico e coinvolge il singolo campionato nella sua continua evoluzione.

Una ulteriore causa che non può essere associata alla crisi del calcio è quella legata ai costi elevati dei tagliandi. In questo caso, pur nella cautela con la quale vanno presi i dati relativi a questi ultimi, le serie dei prezzi medi dei biglietti e degli abbonamenti, considerati al valore costante (euro 2005), sembrano mostrare una chiara tendenza al ribasso, favorita, molto probabilmente, dalla concorrenza di un prodotto come quello delle partite in televisione per il quale si può certo individuare un rapporto di sostituibilità imperfetta rispetto alla partita allo stadio.

Le origini della crisi possono quindi essere collocate nella stagione 1979/80, anno in cui lo scandalo del «totonero» e la morte di Vincenzo Paparelli hanno rappresentato, congiuntamente, un punto di svolta per quel che riguarda l'attitudine alla partecipazione all'evento calcistico. Dunque i fattori «violenza» e «credibilità» hanno giocato e continuano a giocare un ruolo cruciale nella persistenza della crisi di pubblico pagante, fattori che invece non sembrano influenzare la presenza degli abbonati.

Partendo da queste considerazioni risulta evidente come i possibili interventi per contrastare la crisi, se mai se ne sentisse l'esigenza, devono essere mirati al lungo periodo. Come dimostrano le stime, infatti, politiche di breve periodo orientate alla riduzione dei prezzi o ad una incentivazione dell'interesse dovuto alla minore prevedibilità dei risultati, non avrebbero alcun effetto significativo sul potenziale pubblico pagante. Occorrerebbe un intervento molto forte in grado di dare un segnale di rottura al fine di invertire il trend negativo che si è instaurato da circa 30 anni.

Purtroppo i segnali che arrivano dal movimento non sembrano andare nella giusta direzione, sia per quanto attiene al ripetersi di episodi di violenza,⁴¹ sia in relazione agli interventi del Governo attraverso il Ministero degli Interni e dello Sport. Questi si stanno infatti orientando verso un inasprimento delle norme relative all'accesso negli stadi le quali, indipendentemente dalla loro opportunità ed efficacia che non è nostro compito mettere in discussione, certamente non facilitano un recupero di spettatori/sportivi.

Gli interventi nelle diverse direzioni potrebbero infatti risultare inutili se non associati a dei segnali forti dai quali possa trasparire la presenza di veri e propri cambiamenti di regime. Questi, a nostro parere, dovrebbero sì riguardare le modalità di lotta ai fenomeni di violenza e di illecito, ma coinvolgere anche l'intera struttura delle Leghe Professionistiche. I suggerimenti in questo senso sono molteplici, dalla necessità di «internalizzare» i costi relativi all'ordine pubblico, alla adozione di adeguati supporti tecnologici in grado di ridare credibilità ai risultati

⁴¹ Tale affermazione è basata anche sulla osservazione dei dati relativi alla corrente stagione 2006/2007 congiuntamente a quelli della stagione trascorsa per i singoli eventi.

acquisiti sul campo, alla riconsiderazione delle modalità di trasmissione delle partite in televisione, fino alla drastica scelta di precludere alle squadre la contemporanea partecipazione ai campionati nazionali e alle competizioni europee, fenomeno che determina uno sbilanciamento nelle forze economiche e, perché no, anche politiche, nell'ambito della Lega nazionale.⁴²

A nostro parere è necessario uno sforzo per ripartire dalle origini, non nel senso da molti auspicato di un ritorno ad un «romantico» passato caratterizzato dalla supremazia di non ben specificati valori etici e morali dello sport, che nel calcio non sembra abbiano mai trovato molto spazio. Piuttosto l'idea è di rendere pienamente coerente l'azione della Lega con i precetti contenuti nel lavoro di Walter Neale in cui la peculiarità economica di una Lega professionistica si delinea in tutta la sua portata.⁴³ Questa non può essere considerata la somma di singole componenti, ma è una identità a sé stante. Nel primo caso, infatti, le decisioni sono prese ponderando il peso specifico dei singoli *team* partecipanti, nel secondo caso questo non avviene in quanto le azioni nascono dalla definizione di obiettivi comuni per il raggiungimento dei quali viene delegato un soggetto o un collegio che, alla fine del mandato, risponde alla Lega sulla base dei risultati conseguiti e sulla loro coerenza rispetto agli obiettivi predefiniti.

⁴² Con riferimento a questo tema si confronti S. KESENNE, *The organization of European football and the competitive balance within and between the nations*, Working Papers Faculteit TWE, University of Antwerp, 2005/001.

⁴³ W. NEALE, *The Peculiar Economics of Professional Sport*, cit., pp. 1-14.