

DE-COMMERCIALIZZARE IL CALCIO EUROPEO E SALVAGUARDARNE L'EQUILIBRIO COMPETITIVO: UNA PROPOSTA WELFARISTA

di Loek Groot*

SOMMARIO: Introduzione. - 1. Misurare l'equilibrio competitivo del calcio europeo - 2. Il mercato per i diritti di trasmissione televisiva del calcio - 2.1 Il lato dell'offerta - 2.2 il lato della domanda - 2.3 Policy implications - 3. Conclusioni

CLASSIFICAZIONE JEL: D42, D60, L41, L83

Introduzione

Hoehn and Szymanski¹ hanno sostenuto la tesi secondo cui, vista l'attuale commercializzazione del calcio, il sistema interdipendente del calcio Europeo, con alcuni team che partecipano sia ai campionati nazionali sia alle competizioni europee, non sia più sostenibile. Fino alla metà degli anni novanta, infatti, anche per le squadre di maggior successo, gli interessi di natura finanziaria legati alle competizioni di livello europeo erano ancora modesti se paragonati al più regolare flusso di introiti derivanti dalla partecipazione ai rispettivi campionati nazionali. Oggi sia il numero di partite da giocare sia gli introiti sono cresciuti nella Champions League, il ruolo di creazione di profitti della competizione interlega europea guadagna in importanza rispetto ai

* LOEK GROOT è professore associato di economia pubblica, affiliato presso il dipartimento di Economia del Settore Pubblico presso l'Università di Utrecht, e-mail L.Groot@econ.uu.nl. La traduzione dell'articolo è stata curata da Raul Caruso.

¹ Si veda T. HOEHN, S. SZYMANSKI, *The Americanization of European Football*, *Econ. Pol.*, 1999, 205-33.

campionati nazionali. Come Hoehn and Szymanski esprimono in maniera convincente, questo avrà delle grandi ripercussioni sull' "equilibrio competitivo" (in seguito EC per brevità) a livello nazionale.

Il meccanismo che sta dietro a questa oscura visione del futuro sviluppo del calcio europeo è che se l'importanza della competizione europea aumenta allora, *«il livello degli investimenti delle squadre dell'eurolega crescerà allo stesso modo. Se questo contribuisce a mantenere un EC nell'eurolega, le squadre più piccole nei campionati nazionali sono lasciate indietro e i campionati interni divengono più squilibrati. Quanto più si attribuisce valore all'EC (a livello europeo), tanto più velocemente il valore della competizione interna si erode»*.² Quella squadra che compete sia livello nazionale sia a livello europeo sarà in grado di conseguire un flusso di profitti molto più grande e, di conseguenza, un budget maggiore per attirare talenti rispetto alla squadra che compete solo a livello nazionale.

Dal momento che la qualità del talento è facilmente e prontamente osservabile e, in seguito al caso Bosman, i piccoli club possono beneficiare in termini monetari solo in parte dal fatto di aver allevato straordinari giovani talenti, le squadre con budget maggiori possono attrarre i talenti migliori. Pertanto, oggi è pratica comune che i team più blasonati e più ricchi in Europa dispongano per ogni ruolo due giocatori di qualità superiore alla media. Gli interessi in gioco dal punto di vista finanziario specialmente nella Champions League sono così grandi e la competizione così dura, che queste squadre non possono permettersi di inserire in squadra un giocatore di secondo livello in seguito all'infortunio di uno dei suoi giocatori fondamentali. Se non vi fossero infortuni, questi *top-team* sarebbero in grado di formare due squadre di qualità estremamente elevata mentre la maggior parte dei loro concorrenti a livello nazionale potranno al massimo costruire una squadra di qualità modesta se consideriamo il talento dei singoli giocatori.

Sebbene i risultati dell'analisi formale di Hoehn e Szymanski, basata su un semplice modello a due squadre con assunzioni discutibili (es. nelle simulazioni gli autori assumono che i club siano orientati alla

² *«[t]he investment of the Euroleague teams in talent also grows. While this maintains competitive balance in the Euroleague, the smaller teams in national competition are left behind and domestic competition becomes more unbalanced. The more competitive balance is valued (LG: at the European level), the faster the value of domestic competition is eroded»*, ibidem.

massimizzazione del profitto laddove tale assunzione si adatta meglio ai principali sport americani che al calcio europeo), possano essere criticati come altamente speculativi, potrebbe anche darsi il caso che essi giungano a risultati giusti nella loro diagnosi.

A dispetto dei loro sforzi di mostrare implicazioni positive per il livello di benessere derivanti dalla trasformazione del calcio europeo secondo il modello americano, è mia opinione che il loro messaggio contenga una doppia cattiva notizia. In primo luogo, mantenersi sul modello con il quale è organizzato il calcio europeo condurrà a un declino dell'EC a livello nazionale. In secondo luogo, la logica via d'uscita sembra quella di "americanizzare" il mondo del calcio europeo. Noi non potremmo andare avanti su questa strada senza mettere a repentaglio il grado e la capacità di attrazione dei campionati nazionali, e quindi dovremmo sacrificare il modello europeo (un campionato aperto con promozioni e retrocessioni) in favore di quello americano (un modello chiuso con misure artificiali, come il *salary cap* e il *rookie draft*, volte a mantenere l'EC).³

Personalmente sottoscrivo in pieno la diagnosi di Hoehn e Szymanski, ma non condivido la loro raccomandazione di "americanizzare" il calcio europeo, in quanto esiste un'alternativa caratterizzata dal fatto di essere molto più in linea con il mantenimento delle tradizioni dominanti di lungo periodo del calcio europeo.

Nel paragrafo che segue presenterò un indice per la misurazione dell'EC che mostra un declino graduale anche se lento nei quattro più importanti paesi calcistici d'Europa.

Nel paragrafo successivo discuterò della seconda parte delle cattive notizie per il calcio europeo. Solo l'americanizzazione del calcio europeo caratterizzato da una superlega chiusa ovvero da un "sistema chiuso di leghe chiuse" costituisce un equilibrio stabile di mercato?⁴

Io sosterrò che esiste un'alternativa, benché radicale. Al fine di discutere questa alternativa io affronto la problematica dell'offerta e della domanda televisiva di calcio. In buona sostanza le argomentazioni su cui si basa la mia posizione sono dupliche: in primo luogo il mercato televisivo del calcio può essere meglio descritto come un mercato *winner-take-all*; in secondo luogo il costo marginale del bene più im-

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem* 228-231.

portante prodotto dal calcio, le immagini degli incontri di calcio, è pari a zero.

Se valgono queste assunzioni di fondo sia da un punto di vista di giustizia sia da un punto di vista di benessere un percorso totalmente differente per il futuro del calcio europeo può essere preso in considerazione. Invece di una ulteriore commercializzazione del calcio, intesa come "americanizzazione", permettendo a un sistema *pay-per-view* di sfruttare dal punto di vista commerciale il calcio io sostengo la tesi di una distribuzione gratuita del calcio in televisione. Dal punto di vista commerciale questo significa essenzialmente un ritorno al calcio così come è stato fino agli anni cinquanta.⁵ Scegliendo questa alternativa non vi è alcun bisogno di ristrutturare il calcio europeo secondo un modello americano.

1. Misurare l'equilibrio competitivo del calcio europeo.

L'EC costituisce il bene più prezioso dei diversi sport e la caratteristica saliente del perchè ai sostenitori piace guardare le competizioni sportive. Senza l'incertezza del risultato una competizione sportiva degenera in una "passeggiata" della squadra o dell'atleta favorito. Agli occhi dei sostenitori l'unico interesse nel frequentare le competizioni sportive consiste nel vedere quanto a lungo la squadra o l'atleta favoriti siano in grado di mantenere la propria superiorità, mentre subito perderanno interesse i sostenitori della squadra o dell'atleta sfavoriti.

In generale, è possibile affermare che una maggiore incertezza dei risultati rifletterà un grado più elevato di EC. Comunque, l'estremo costituito del perfetto o massimo EC in cui tutte le squadre hanno la stessa forza non è considerato un ottimo: cioè, il livello di EC *ottimale*⁶ non deve essere necessariamente costituito da una competizione perfettamente equilibrata, vale a dire quando i club differiscono per il livello di sostegno da parte dei propri tifosi, la massimizzazione del benessere impone che le squadre con un seguito più forte abbiano mag-

⁵ Ciò significherebbe così come descritto da Andreff un ritorno dal modello attuale Media-Società commerciali- Merchandising- Mercati a un modello Spettatori-Sussidi-sponsor- locale. Si veda W. ANDREFF, *The Evolving European Model of Professional Sports Finance*, *J. Sp. Econ.*, 2000, 1, 256-76.

⁶ Corsivo nell'originale [n.d.t.]

giori possibilità di divenire campioni.⁷ Nella letteratura economica riferita al mondo dello sport, si possono ritrovare differenti modalità per la misurazione dell'EC.⁸

L'indice più frequentemente utilizzato è la deviazione standard nei punteggi delle partite (o la dispersione delle percentuali di vittoria-sconfitta) delle squadre presenti in una lega alla fine della stagione. Più un campionato è equilibrato, più bassa sarà la deviazione standard.

Altri indici molto conosciuti derivati dalle convenzionali pietre di paragone utilizzati per misurare l'ineguaglianza del reddito, sono il tasso di concentrazione, l'indice di Gini⁹ e la curva di Lorenz.¹⁰ Oltre a questi indici statici che misurano l'EC *per stagione* in un periodo di tempo, vi sono anche indici dinamici¹¹ che misurano l'EC tra le diverse stagioni.

Una misura comunemente utilizzata appartenente a quest'ultima categoria è l'indice Hirfindahl-Hirschmann (in seguito HHI), che esprime la concentrazione o la quota di campionati conseguita in una lega nel corso del tempo. L'indice HHI è calcolato dalla somma dei quadrati di detta quota per ogni squadra nel periodo di tempo considerato. Ad esempio, nel periodo 1992-2000, il Manchester United ha vinto 7 dei 9 campionati di Premier League (solamente i Blackburn Rovers nel 1994/5 e l'Arsenal in 1997/8 hanno interrotto l'egemonia del Manchester United) e quindi l'indice HHI sarà uguale a: $(7/9)^2+2*(1/9)^2 = 0,63$. Nello stesso periodo l'HHI per la Serie A italiana (AC Milan ha vinto lo scudetto quattro volte, la Juventus tre volte e la

⁷ Si veda su questo punto A. ZIMBALIST, *Competitive Balance in Sports Leagues: An Introduction*, *J. Sp. Econ.*, vol. 4, n. 1, 2003, 111-21. «Economic theory tells us that the optimal level of balance in a sports league is a function of the distribution of fan preferences, fan population base, and fan income across host cities. Profit maximizing teams will accumulate units of talent until the marginal revenue per win is equalized across all teams. This implies that in leagues with a fixed supply of teams. This implies that in leagues with a fixed supply of teams (and monopoly or duopoly team rights to a territory), the league will maximize revenues when teams from large, rich, and fan-intense cities win more often», 111.

⁸ Per una rassegna si veda R.H. KONING, *Balance in Competition in Dutch Soccer*, *The Statistician*, vol. 49 n. 3, 2000, 419-31.

⁹ Si veda J. UTT, R. FORT, *Pitfalls to Measuring Competitive Balance with Gini Coefficients*, *J. Sp. Econ.*, vol. 3, n. 4, 2002, 367-73.

¹⁰ Si veda J. QUIRK, R. FORT, *Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports*, Princeton University Press, Princeton, 1992.

¹¹ La caratteristica saliente degli indici dinamici di EC è che l'elemento dell'identità dei team rileva.

Lazio e l'AS Roma una volta a testa) è solamente: $(4/9)^2 + (3/9)^2 + 2 * (1/9)^2 = 0,33$.

La maggior parte degli studi che si interessano dell'EC pongono in relazione la capacità di attrazione di un campionato e l'ineguaglianza nelle spese o nei profitti tra le diverse squadre.¹² L'argomento di fondo della prima relazione è che un più alto grado di EC costituisca il segno di una competizione eccitante e attrattiva, che quindi si rifletterà in un elevato numero di spettatori. Una più alta incertezza della partita, che costituisce l'essenza dell'EC, dovrebbe portare pertanto a un maggiore interesse da parte dei sostenitori.¹³ In riferimento alla relazione tra EC e ineguaglianza l'idea è che una crescente ineguaglianza nei profitti induce un peggioramento dell'EC.¹⁴

Come evidenziato in precedenza, Hoehn e Szymanski hanno dimostrato che per la Premier League inglese durante il periodo 1978-1996 sussisteva una stretta relazione tra la spesa media per salari di una squadra relativa alla media da un lato e la sua posizione relativa in seno alla lega dall'altro ($R^2 = 0.92$).¹⁵ Questa significativa relazione

¹² Si veda S. SZYMANSKI, *Income Inequality, Competitive Balance and the Attractiveness of Team Sports: Some Evidence and a Natural Experiment from English Soccer*, *Econ. J.*, vol. 111, 2001, 69-84.

¹³ Per quanto attiene il caso della Scozia si veda N. JENNEDY, 1984, *Attendance, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish League Football*, *Scot. J. Pol. Econ.*, vol. 31, 1984, 176-98.

¹⁴ Stephen Moss, uno scrittore della storia culturale dello sport, sostiene che l'influsso del denaro proveniente dalle televisioni nell'ultimo decennio ha avuto un effetto negativo sull'EC e che, in ultima analisi, ridisegnerà la struttura del calcio inglese: «*Television is only interested in elite sport and concentrates its money on the top-teams; those teams become ever more powerful, almost unchallengeable... In every sport, what is happening as a result of TV's money and influence is that an elite of players and clubs is emerging, leaving in their wake a large number of other once proud but now barely viable clubs.... the Premiership is, in effect, three or four bands of clubs: the big three - Manchester United, Arsenal and Liverpool; another four or five strong metropolitan clubs which can, on a good day, compete with the (unholy?) trinity; and the rest, struggling to survive in the big league. A few Nationwide League clubs - Manchester City and Wolves of the current crop - may manage to compete in the Premiership, but for most it would be a financial and footballing impossibility. The remorseless logic driving football in the UK is that the big clubs will eventually split away from the domestic game. There is no longer any community of interest between Manchester United and, say, Macclesfield: Manchester's future lies on some global field in front of millions of television watchers; third-division Macclesfield are unlikely to generate much television interest or money. They are now, in effect, playing different games*». Tratto da *The Guardian*, 22 Marzo, 2002. Questa affermazione descrive in maniera non tecnica l'essenza dell'articolo di Hoehn e Szymanski.

¹⁵ Si veda in modo particolare la tabella 1 in T. HOEHN, S. SZYMANSKI, *The Americanization of European Football* cit, 217. Allo stesso tempo essi dimostrano che quasi sussiste una

suggerisce che le partite di calcio divenivano in maniera crescente una competizione tra X e Y milioni, con una chance di vittoria per X fortemente influenzata dal rapporto tra X/Y. Se la qualità relativa di una squadra dipende approssimativamente dal proprio budget finanziario rispetto alla media, allora una maggiore disegualanza finanziaria prima o poi tenderà inevitabilmente a ridurre l'EC, perché la differenza in qualità tra i top-team e quelli di qualità inferiore diviene troppo marcata.

Comunque, non vi una relazione a senso unico tra la commercializzazione e l'EC. In linea di principio la commercializzazione e il mantenimento dell'EC possono procedere di pari passo. Potrebbe anche costituire un interesse commerciale avere una competizione equilibrata (così come è chiaramente dimostrato dalle politiche degli organi di governo delle leghe sportive negli Stati Uniti). Se i budget di tutti i club nella Premier League crescessero dello stesso ammontare in seguito al flusso di denaro proveniente dai diritti televisivi, allora la commercializzazione potrebbe avere un effetto positivo sull'EC. Inoltre, a patto che le squadre siano in grado di generare la maggior parte dei loro introiti nei campionati domestici, in assenza di una prospettiva di una superlega Europea non è possibile escludere che prima o poi questi riconosceranno che una eccessiva supremazia finanziaria e sportiva non è nel loro interesse, semplicemente perché un campionato più eccitante potrebbe far accrescere le entrate totali.

Esemplare per questa posizione è quella del vice presidente del Bayern München, Karl-Heinz Rummenigge, che inizialmente aveva definito l'accordo di divisione dei profitti del 1999 come "totale Gleichmacherei" and "Sozialismus", per poi definirlo nel 2001 uno strumento di solidarietà che assicura l'equilibrio del campionato.¹⁶ Se d'altro canto la commercializzazione porta a una crescente disegualanza tra le squadre, allora l'EC è destinato a diminuire. Il momento nozionale finale di questo processo considerato da Hoehn e Szymanski è quindi una superlega di grandi club europei, mentre le squadre di secondo livello parteciperanno a campionati nazionali di secondo piano.

relazione parimenti significativa ($R^2 = 0.88$) tra la *performance* (misurata dalla media della posizione occupata nelle lega) e i ricavi delle squadre.

¹⁶ Si veda J. KRUSE, J. QUITZAU, *Zentralvermarktung der Fernsehrechte an der Fußball Bundesliga, Zeitschrift für Betriebswirtschaft Ergänzungsheft*, 2002.

Nell'analizzare questa relazione l'ipotesi da rigettare (per intenderci l'ipotesi H_0) è quella che una (de)crescente disuguaglianza finanziaria non conduca a un (de)crescente EC, e che un (de)crescente EC non induca un (de)crescente interesse da parte dei sostenitori. L'evidenza empirica in questo senso presenta risultati diversi. Per quanto attiene il caso dell'Inghilterra, Szymanski¹⁷ ha riscontrato che una crescente disuguaglianza finanziaria in seno alla divisione tra le squadre partecipanti alla coppa FA tra il 1976 e il 1998 ha portato a una diminuzione del seguito da parte dei sostenitori. Allo stesso tempo la crescente disuguaglianza finanziaria tra le squadre nella Premier League non appariva legata al livello di seguito da parte dei sostenitori, e l'equilibrio competitivo si manteneva abbastanza stabile. Frick and Prinz¹⁸ analizzando dodici leghe calcistiche in Europa negli ultimi venticinque anni, dimostrano che le probabilità di sopravvivenza dei nuovi entranti (le squadre promosse) non è più alta in quelle leghe con un alto grado di divisione dei profitti rispetto a quelle leghe in cui ammontare di denaro proveniente dall'industria televisiva è concentrata nella mani dei top-team. Questa è quella che essi definiscono ipotesi di redistribuzione.¹⁹ La redistribuzione dalle squadre ricche a quelle povere costituisce una delle ragioni principali per consentire una vendita collettiva dei diritti di trasmissione televisiva delle partite di calcio in opposizione all'ipotesi alternativa in cui ogni club offre i diritti di trasmissione delle sue partite casalinghe in maniera separata rispetto al miglior offerente.²⁰

¹⁷ Si veda S. SZYMANSKI, *Income Inequality, Competitive Balance and the Attractiveness of Team Sports*, cit.

¹⁸ Si veda B. FRICK, B.J. PRINZ, *Revenue Sharing Arrangements and the Survival of Promoted Teams: Empirical Evidence From the Major European Soccer Leagues*, working paper, University of Witten/Herdecke, Dept. of Economics, 2002.

¹⁹ «to maintain competitive balance, teams with a weak drawing potential should be subsidised by the more wealthy clubs», *ibid.* 7.

²⁰ L'idea presentata è che la condivisione degli utili dei flussi finanziari provenienti dalla televisione sia necessaria per mantenere le squadre con un piccolo mercato competitivo rispetto alle squadre con un grande mercato. Kruse and Quitzau sostengono in maniera convincente che un tale tipo di monopolio o cartello non può essere giustificato su queste basi: la vendita competitiva in congiunzione con la creazione di un fondo obbligatorio per sostenere le squadre più deboli può servire la stessa funzione, senza i soliti svantaggi connessi ai monopoli e ai cartelli, come prezzi più alti e quantità di prodotto più basse (in questo caso la somma cumulativa dei 'Bundesliga-Fernsehminuten' consumata da tutti gli spettatori). Si veda J. KRUSE, J. QUITZAU, *Zentralvermarktung der Fernsehrechte an der Fußball Bundesliga*, cit.

È vero che a causa della commercializzazione l'EC stia diminuendo negli ultimi due decenni? Alcune osservazioni puntano in questa direzione. Ad esempio, nel periodo 1980-2005, i due club più ricchi della serie A, la Juventus legata alla famiglia Agnelli e l'AC Milan di Berlusconi, hanno vinto 17 scudetti su 25. Nello stesso periodo, in Premier League il Manchester United e il Liverpool hanno collezionato 15 campionati. La scorsa stagione il Chelsea ha vinto il campionato, in larga parte grazie alla massiccia iniezione di flussi finanziari del multimilionario Roman Abramovic. Certamente non è abbastanza per rendere plausibile la rivendicazione che la recente commercializzazione del calcio abbia un effetto negativo sull'EC, anche se è vero che la supremazia sportiva del Liverpool negli anni ottanta e del Manchester United negli anni novanta, o dell' AC Milan e della Juventus, fosse strettamente connessa con la supremazia finanziaria. Come sostenuto da Szymanski,²¹ «...non esiste evidenza del fatto che vi sia stato alcun significativo aumento dell'EC intra-campionato sia durante sia tra le stagioni [...]e mentre appare in crescita una leggera dominanza nella Premier League nel corso degli ultimi tre anni, non vi è alcuna tendenza chiara».

La commercializzazione potrebbe costituire una minaccia all'EC nel mondo del calcio. Al fine di valutare affermazioni di questo tipo è di primaria importanza che l'EC sia misurato adeguatamente. A tal fine, gli indici comunemente usati come al deviazione standard, il tasso di concentrazione²² (o indice HHI) costituiscono delle misure a dir poco "rozze".

Groot²³ ha sviluppato un indice per misurare l'EC, denominato *l'indice sorpresa*,²⁴ che non può essere usato solamente per verificare se vi sia o meno una diminuzione dell'EC a livello totale, ma anche per verificare se i top-team divengano in maniera crescente superiori alle

²¹ «it is not evident that there has been any significant increase in intra-divisional competitive balance either within or between seasons... While there is some slight evidence of increasing dominance in the Premier League over the last three years, there is no clear trend». SZYMANSKI, *Income Inequality, Competitive Balance and the Attractiveness of Team Sports*, cit., 74.

²² Il tasso di concentrazione C_j è definito dal rapporto tra il numero dei punti conseguiti dai top-team j e il numero massimo di punti che essi potrebbero aver conseguito.

²³ Si veda L. GROOT, *L'Equilibrio del Campionato di Calcio Serie A, Statistica*, vol. 63, n. 3, 2003, 561-577.

²⁴ Si veda GROOT (2003) per un trattamento più esaustivo dell'indice sorpresa, applicato alla serie A italiana, e il suo vantaggio rispetto alle misurazioni standard dell'EC.

altre squadre. Contrariamente alla deviazione standard e al tasso di concentrazione che utilizzano esclusivamente i dati riferiti alle posizione in classifica raggiunta alla fine della stagione, questo indice utilizza tutte le informazioni disponibili fornite nelle tabelle riassuntive della stagione. Per di più, dal momento che l'indice può essere disaggregato a livello di singoli *team*, esso è in grado di fornire una stima precisa del gradi di superiorità dei *top-team*, che è di grande rilevanza al fine di valutare la previsione di Hoehn e Szymanski secondo cui la qualità relativa dei *team* di eurolega cresce laddove gli altri *team* nei campionati nazionali sono lasciati indietro con il risultato di campionati nazionali meno equilibrati.

Utilizzerò questo indice perché esso fornisce un'evidenza empirica supplementare del tipo già presentato da Hoehn and Szymanski.²⁵ L'indice semplicemente divide il numero totale dei punti a sorpresa realizzati in un intero campionato (così come data dalla tabella incrociata alla fine della stagione) per il numero totale dei punti a sorpresa che risulterebbero in un campionato controfattuale perfettamente equilibrato.

Alla fine della stagione, quando la classifica dei *team* è conosciuta, tutte le partite in cui una squadra di bassa classifica abbia vinto o pareggiato contro una squadra di classifica più alta sono considerati risultati sorprendenti. La regola applicata per calcolare il numero totale dei punti a sorpresa in queste partite è quello di valutare un risultato a sorpresa con un punto per il pareggio e due per vittoria moltiplicati per la differenza di ordine di classifica tra le squadre. Indicando rispettivamente con i e j ($i < j$) la posizione finale dei *team* nella classifica a fine stagione, una vittoria della squadra j contro la squadra i è quindi valutata $(j - i)^*2$, e un pareggio $(j - i)^*1$. Sulla base di questa regola, una squadra che riesca a sconfiggere un'altra più alta in classifica di una sola posizione è meno sorprendente della situazione in cui la squadra all'ultimo posto in classifica (in posizione N) sconfigga il campione (in posizione 1). La precedente fornisce solo due punti a sorpresa, mentre nel secondo caso i punti a sorpresa sono $(N - 1)^*2$.

Il denominatore di questo indice, indicato con M , è definito come

²⁵ Oltre alla relazione tra la posizione media raggiunta e la spesa per salari, Hoehn and Szymanski allo stesso tempo danno informazioni del dominio dei *top-team* tra le stagioni, cioè della loro partecipazione nelle competizioni europee. Si veda nuovamente T. HOEHN, S. SZYMANSKI, *The Americanization of European Football*, cit.

la somma ponderata dei risultati a sorpresa in un campionato controfattuale perfettamente equilibrata. Si può pensare a tale perfetta competizione come a una in cui ogni squadra vince sempre le partite in casa.²⁶ Alternativamente, un campionato dove tutte le squadre pareggino sempre costituisce una competizione perfettamente bilanciata. Il punteggio massimo dei punti a sorpresa in una competizione perfettamente equilibrata di N squadre è data dalla seguente formula:

$$M = 2 \sum_{i=1}^{N-1} (N - i)i = (N - 1)N(N + 1)/3 \quad (1)$$

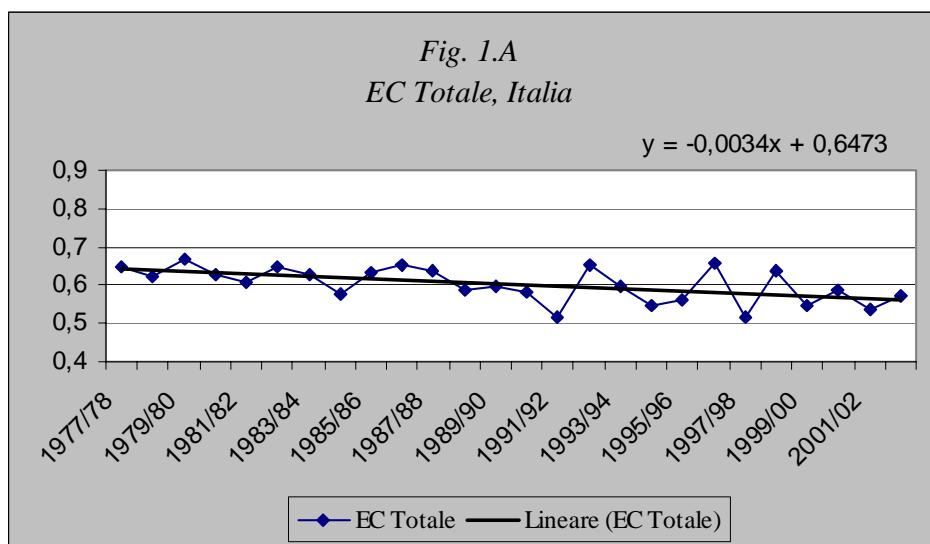
Intuitivamente l'espressione per M può essere spiegata come segue: quando la squadra N in fondo alla classifica vince contro la capolista, questo risulta in $2*(N - 1)$ punti, e in un campionato perfettamente equilibrato questo accade una volta sola. Vi sono due partite ognuna con un contributo di $2*(N - 2)$, vale a dire la squadra N vince con la squadra al secondo posto, e la squadra $N - 1$ vince con la squadra al primo posto. Vi sono tre partite ognuna con un contributo di $2*(N - 3)$, vale a dire una vittoria della squadra N contro la squadra al terzo posto, una vittoria della squadra $N - 1$ contro la squadra al secondo posto e una vittoria della squadra $N - 2$ della squadra $N - 1$ contro la squadra al primo posto. E così via per tutta la classifica. La sommatoria è esattamente uguale al lato destro dell'equazione (1).

La situazione in cui tutte le partite finiscano in pareggio conduce allo stesso punteggio per M : vi sono due partite con una differenza in classifica di $N - 1$, vi sono due volte due partite con una differenza di classifica di $N - 2$, vi sono due volte tre partite con una differenza in classifica di $N - 3$, etc., il che porta alla stessa formula per M . Se dividiamo il numero totale di punti a sorpresa realizzati in una specifica stagione per M otteniamo il valore dell'indice di sorpresa per quella stagione, che può variare tra 0 e 1. Se questo assume il valore di 0, *a posteriori* nessuna partita ha presentato un risultato a sorpresa, e il campionato è stato completamente squilibrato. Se questo, invece, assume il valore di 1, è segno del fatto che tutti i *team* hanno collezionato lo stesso numero di punti, perché tutti hanno vinto almeno una partita tra le partite in casa e fuori casa contro qualsiasi altro *team*.

Il grafico 1 presenta l'evoluzione e la tendenza dell'EC totale misurato attraverso l'indice di sorpresa in quattro tra i paesi europei

²⁶ La classifica delle squadre sarà allora determinata secondo una regola diversa rispetto al numero di punti conseguiti, vale a dire dal numero di goal realizzati.

calcisticamente più importanti: Italia, Francia, Olanda e Inghilterra per differenti periodi di tempo.²⁷ Il campionato francese ha in media il risultato più alto, 68%. Nell'intero periodo 1945-2002, vi è solamente un leggero decremento di 3.5%-punti.²⁸ Per la Serie A in Italia l'indice è in media del 60% e la diminuzione nel periodo 1972-2002 è di 8.5%-punti. L'Olanda ha un punteggio medio di 54% e un decremento graduale di 5.4%-punti nel periodo 1956-2002. Infine, la Premier League in Inghilterra ha un equilibrio competitivo del 64% e l'EC totale sta gradualmente diminuendo di 5.8%-punti. Riassumendo, il campionato francese è quello più equilibrato mentre quello olandese è quello meno equilibrato. In tutti e quattro i paesi vi è una graduale diminuzione dell'EC in particolare in Italia e Inghilterra.



²⁷ La ragione di differenti periodi temporali è sostanzialmente di natura pratica. Ho ritrovato su Internet le matrici solo per questi anni.

²⁸ La diminuzione in tutto il periodo può essere calcolata moltiplicando il numero di anni con il coefficiente della linea di tendenza, data in alto a destra nella figura. In questo caso la diminuzione è $58 * (-0,0006) = -3,48\%$.

Fig. 1.B
EC totale, Inghilterra

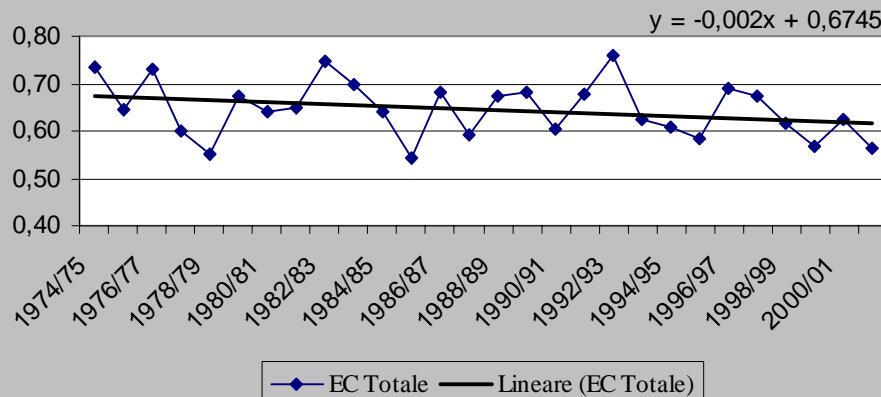
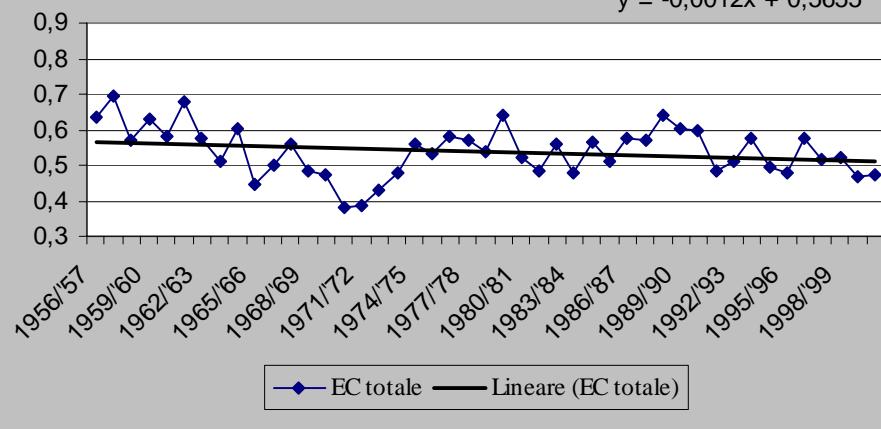
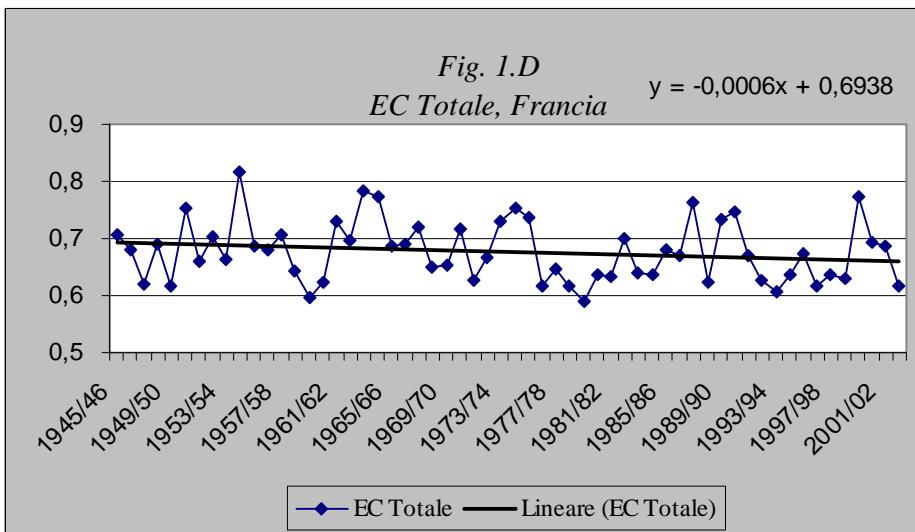


Fig. 1.C
EC totale, Olanda





Questo quadro può essere raffinato concentrandosi sulle migliori squadre modificando l'indice al fine di catturare il grado di superiorità della migliore squadra. Se la squadra campione è realmente superiore a tutte le altre squadre, questo garantirà pochi, se non addirittura nessun punto a sorpresa. Se la squadra campione non è poi tanto superiore, allora si verificherà spesso che punti a sorpresa saranno concessi dalla migliore squadra, vale a dire ogni volta in cui squadre di classifica più bassa vincano o pareggino contro la squadra campione.

Può essere dimostrato che in un campionato perfettamente equilibrato (vale a dire quando la squadra campione vince o perde una volta contro qualsiasi altra squadra), il numero massimo di punti concessi dalla squadra campione (M') sarà uguale a $N(N - 1)$, con il numero di squadre presenti nella lega. Dividendo il numero di punti a sorpresa concessi dalla squadra campione in una stagione individuate per M' , otteniamo un indice per il grado di superiorità della squadra migliore (che varia tra 0 e 1). Le figure 2 A-D presentano l'evoluzione e le linee di tendenza dell'indice di superiorità delle squadre campioni nei quattro paesi considerati. Notiamo in questo caso, una diminuzione graduale nel corso del tempo, che denota una crescente superiorità, specialmente in Inghilterra (-15.4%), in Olanda (più del -10%) e con minor intensità in Italia (-3.7%) e Francia (-3.5%) in un periodo molto

più lungo rispetto agli altri paesi considerati).

In tutti i paesi il valore dell'indice di superiorità della squadra migliore è in maniera significativa al di sotto del valore dell'indice totale di EC. A dispetto del fatto che il valore dell'EC totale è il più basso per l'Olanda, il grado di superiorità della squadra migliore è così alto che anche il gap più largo tra i due indici è riscontrabile in Olanda (rivelato attraverso un risultato estremamente basso per l'indice di superiorità).

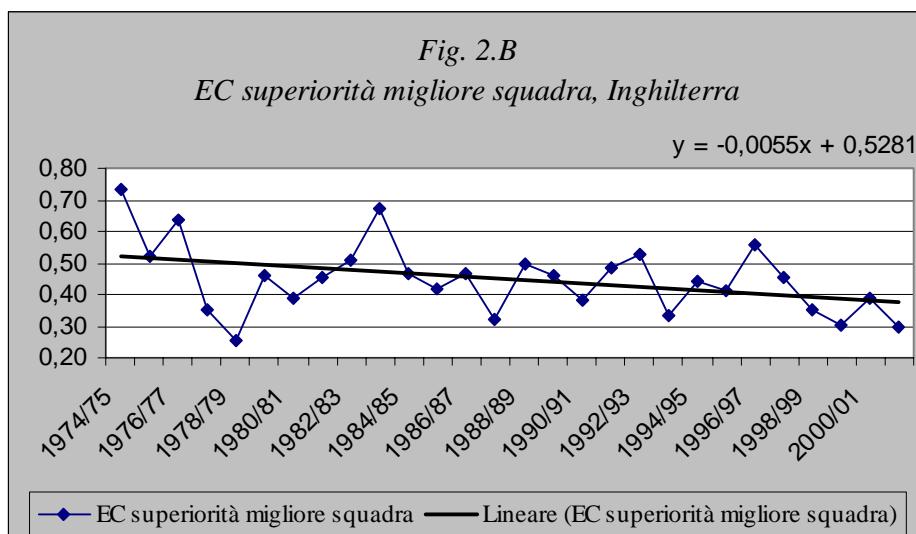
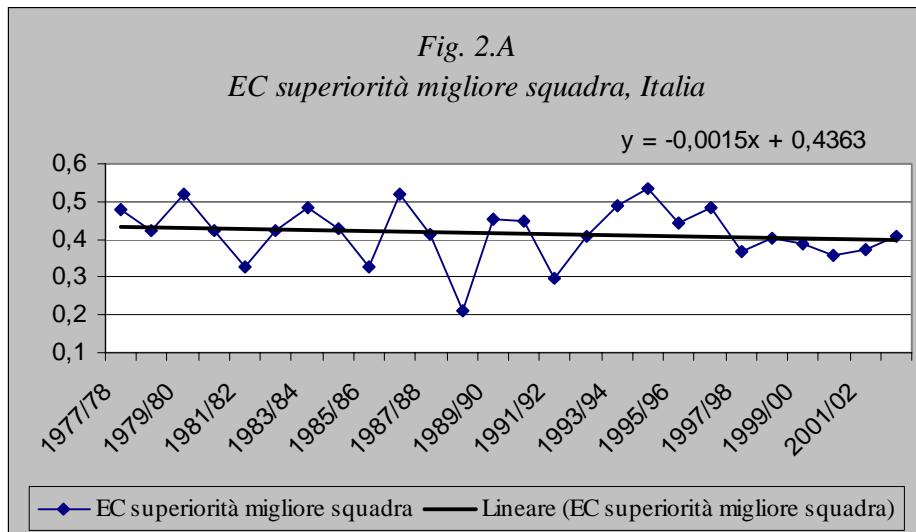


Fig. 2.C
EC superiorità migliore squadra, Olanda

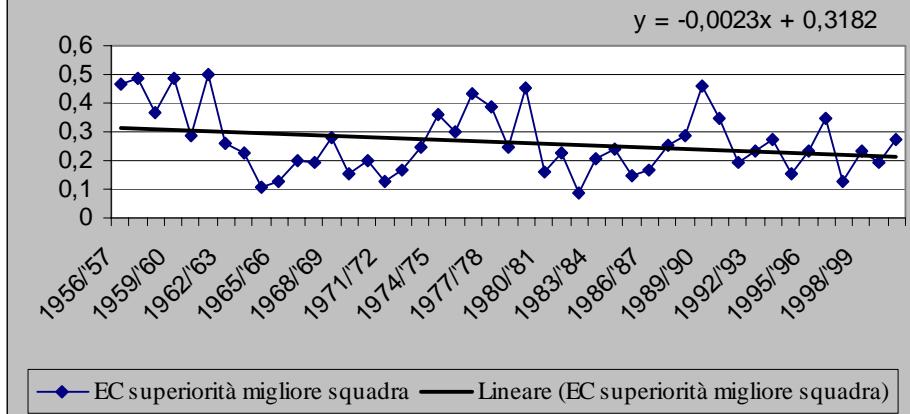
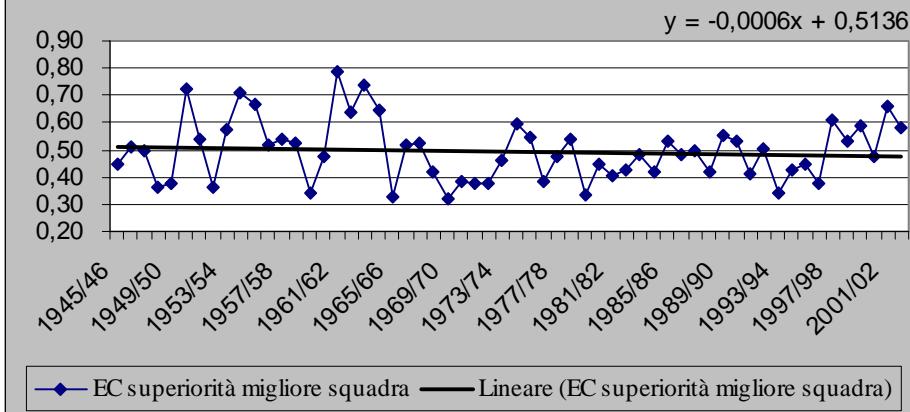


Fig. 2.D
EC superiorità migliore squadra, Francia



Appare chiaro, se noi consideriamo periodi abbastanza lunghi la tendenza al ribasso dell'EC nel corso del tempo così come evidenziato da questa analisi, è modesto. Comunque vi sono fattori che ritardano come pure forze che controbilanciano. In primo luogo, lo sfruttamento commerciale del mercato della comunicazione legata al calcio ha

preso piede da poco e nella maggior parte dei paesi i ricavi derivanti dalla televisione sono ancora decisamente redistribuiti. Potrebbe anche darsi il caso che si debbano aspettare dieci anni o più prima che l'effetto negativo sull'EC indicato da Hoehn and Szymanski si cominci ad avvertire.

In secondo luogo, fino alla sentenza Bosman, il sistema dei trasferimenti costituiva un fattore inibitore in virtù del fatto che esso favoriva i piccoli club: in linea generale i migliori giocatori giocheranno sempre nei team migliori, ma con il sistema di trasferimento precedente al caso Bosman i migliori team erano costretti a pagare alti prezzi per ingaggiare giocatori dotati di talento cresciuti in squadre meno competitive. Si operava quindi una redistribuzione dalle squadre ricche a quelle povere.

In terzo luogo, nel mondo del calcio è davvero molto difficile costruire una squadra campione solamente tesserando i migliori atleti provenienti dall'estero. Il calcio è uno dei pochi sport, se non il solo, in cui una squadra di minor livello da tutti i punti di vista nondimeno può vincere grazie a un goal fortunato, ma è anche uno sport in cui le squadre con una qualità media inferiore dei suoi giocatori può vincere grazie a uno spirito di squadra superiore, a un migliore equilibrio di squadra, a una tattica vincente o a un impegno più grande.

Tutti questi fattori influiscono negativamente un esercizio sostenuto di superiorità da parte dei team migliori in un lasso di tempo più ampio. Il recente e massiccio afflusso di denaro proveniente dalla partecipazione a una competizione europea potrebbe portare a un ulteriore declino nell'EC generale e a un marcato aumento della superiorità dei *top-team* nelle competizioni nazionali. Comunque, è ancora troppo presto per dire che per i campionati di calcio europeo si stia verificando un declino nel grado di EC. Se minimamente questo processo è in atto, la sua evoluzione, alla pari dell'effetto serra, è molto lenta.

2. Il mercato per i diritti di trasmissione televisiva del calcio

Così come Andreff²⁹ esprime in maniera chiara, l'elite dei club europei di calcio rapidamente si evolvono in società di capitali che ottengono per larga parte i loro profitti dai contratti stipulati con mezzi di comu-

²⁹ Si veda W. ANDREFF, *The Evolving European Model of Professional Sports Finance*, cit.

nicazione: «*La televisione è divenuta, o è destinata a essere la fonte principale delle risorse finanziarie degli sport professionalistici*».³⁰

Questo paragrafo affronterà due caratteristiche del mercato televisivo per i diritti del calcio: in primo luogo il fatto che questo sia un mercato *winner-take-all* e, in secondo luogo, che il costo marginale del prodotto venduto in questo mercato è pari a zero.

Queste due caratteristiche hanno implicazioni importanti per la politica ottimale che un governo dovrebbe perseguire nel settore. Per di più io presenterò alcune argomentazioni che dovrebbero contribuire a rimuovere la minaccia principale, vale a dire il declino dell'EC nei campionati nazionali del sistema interdipendente del calcio europeo.

2.1. *Il lato dell'offerta*

Il lato dell'offerta per i diritti televisivi del calcio ha le caratteristiche di un mercato *winner-take-all*: in primo luogo in un mercato di questo tipo a rilevare è la qualità relativa e non quella assoluta; in secondo luogo, i mercati *winner-take-all* sono caratterizzati da alti costi fissi e da bassi o trascurabili costi variabili.

L'importanza dominante della qualità relativa, in combinazione con gli alti costi fissi e i bassi costi variabili, implica che il mercato del calcio in TV si evolverà verso il monopolio naturale, l'oligopolio o la competizione monopolistica, a seconda se le preferenze dei consumatori si incentrano sulla squadra migliore, su pochi *top-team* o su molti team con una propria base di sostenitori.

L'irrilevanza della qualità assoluta nel mercato per i diritti di trasmissione televisiva delle partite di calcio può essere illustrata considerando quello che accadrebbe se la lega di serie C offrisse i diritti di trasmissione di tutte le partite a un prezzo alto a un network televisivo: non vi sarebbe interesse (alla pari di un cantante modesto che non otterrà un contratto da una casa di produzione). La ragione è che gli spettatori certamente non avranno interesse a guardare, se essi sanno che su un altro canale si trasmette una partita tra squadre di qualità relativa più alta: essi sono consapevoli che la serie C non è un buon affare, ma è solo la serie C. Il lato corto del mercato è quindi nella mani

³⁰ «*Television has become, or is destined to be, the main source of professional sports finance*», *ibid.*, 259.

delle migliori squadre della serie A.

L'elevato costo fisso contro un basso costo variabile corrobora l'andamento in favore delle squadre migliori, a causa della presenza di economie di scala. I costi fissi, diciamo della serie A, sono principalmente costituiti dai costi dello stadio, dello staff e dalle retribuzioni dei giocatori. Eccezion fatta per i costi extra per l'assunzione di personale extra per i servizi allo stadio e la registrazione televisiva, questi costi non variano con il numero delle partite giocate durante la stagione e neanche con il numero degli spettatori. Come conseguenza, la curva di costo medio sarà al di sopra della curva di costo marginale (che si approssima a zero³¹) lungo tutta la sua estensione. In virtù del fatto che i costi sono principalmente fissi per loro natura, le squadre che detengono una maggiore quota del mercato (che inevitabilmente saranno le squadre migliori in virtù della predominanza in termini di qualità relativa) possono offrire un rapporto prezzo/qualità migliore rispetto alle squadre rivali di qualità inferiore, perché i costi fissi possono essere spalmati su di un mercato più grande.³² In linea di principio questa è una tendenza che si rinforza portando a una concentrazione

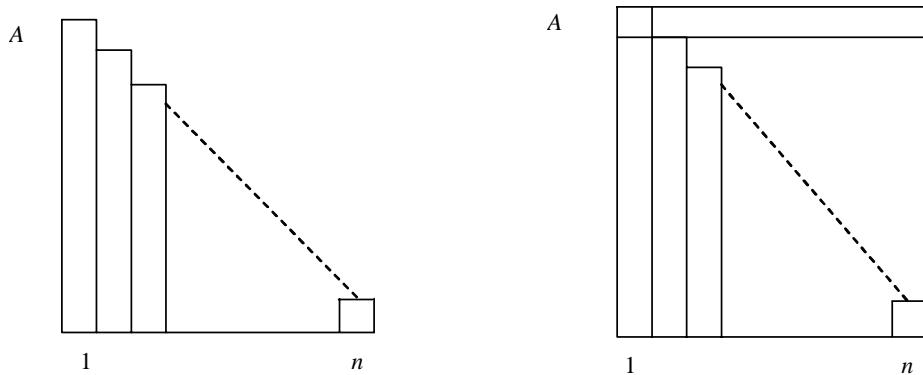


Fig. 3. Spettatori allo stadio per squadra classificate per il grado di forza relativa.

³¹ Per una giustificazione del costo marginale pari a zero si vedano T. BURG, VAN DER, *Het voetbal-monopolie*, *Economisch Statistische Berichten*, vol. 81, n. 4069, 1996, 710-712, e *De optimale prijs blijft nul*, n. 4074, 800. T. BURG, VAN DER, *Football and Pay TV: We need an EU-wide Ban on Pay TV for most Matches*, *New Economy*, vol. 5, n. 4, 1998, 243-45.

³² Naturalmente, una siffatta argomentazione è applicabile solamente se la quota di mercato o l'ammontare di ricavi conseguibili delle squadre di più alto livello crescono più velocemente dei costi fissi, vale a dire dei salari dei giocatori.

del prodotto di mercato tra pochi *top-team*.

La rilevanza della qualità relativa è ulteriormente rinforzata dalla facile riproduzione delle tecnologia dei mezzi di comunicazione. Per rendere chiaro questo concetto, si consideri la figura 3, in cui le n squadra di serie A inizialmente non hanno accesso ai mass media. Le barre verticali rappresentano il numero di spettatori paganti allo stadio nel corso della stagione. Se il potenziale di ricavi dei *team* dipende dalle posizioni relative (vale a dire la loro posizione in classifica) di questi nei confronti di tutti gli altri, allora i *top-team*, situati sulla sinistra, avranno un richiamo maggiore al botteghino e riusciranno ad attrarre più spettatori rispetto a quelle squadre in fondo alla classifica, situati a destra.

Quindi, assumiamo che sia introdotta una copertura da parte dei mezzi comunicazione. In linea di principio tutte le squadre sono in grado di servire l'intero mercato, anche se, come spiegato prima, le partite dei *top-team* costituiscono il lato corto dell'offerta di mercato. Gli incontri tra squadra di qualità inferiore costituiscono difficilmente un sostituto di quelli in cui i *top-team* entrano in campo. In altre parole, il prodotto sarà concentrato nelle mani di pochi *top-team* e i ricavi che le squadre di qualità inferiore sono in grado di ottenere deriveranno in gran parte del richiamo dei *top-team*, vale a dire che dipenderanno dal numero di volte in cui le squadre inferiori giocheranno in casa contro i *top-team*.

Un esempio significativo è che l'offerta più alta di due canali *pay-per-view Stream e Telepiù* all'inizio della stagione 2002-03 per le partite delle squadra più deboli in Serie A fosse solo • 4,5 milioni, contro i • 60 milioni per le partite di squadre come Inter, Milan or Juventus. Le squadre più piccole avevano insistito per un contratto di • 10 milioni. Sotto la minaccia di non far iniziare il campionato, i *top-team* hanno acconsentito a un pagamento supplementare nei confronti delle squadre più piccole.³³

Questo esempio è in grado di illustrare il fatto che inevitabilmente i *top-team* otterranno la quota più importante dei profitti derivanti dai contratti per la copertura televisiva delle partite di calcio. Nel caso più estremo in cui i consumatori siano solo interessati alla migliore qualità relativa, allora la squadra numero uno dovrebbe essere in grado di soddisfare l'intero mercato e di attirare un'audience di n^* A con-

³³ Si veda *The Guardian*, 20 agosto e 10 settembre, 2002.

sumatori, rappresentati dal rettangolo in alto a destra nella figura 3. Comunque supponiamo che la squadra migliore, diciamo il Manchester United o la Juventus per una ragione o per un'altra (es. a causa di reati finanziari come avvenuto per l'Olympique Marseille alla metà degli anni ottanta, un per un incidente aereo come avvenne per il Manchester United), non possa essere più presente e che la numero due prenda il suo posto. In virtù del fatto che la squadra precedentemente al numero uno non è più presente la capacità di attrazione del campionato è in qualche modo ridotta ma solamente di poco, in virtù del fatto che è la qualità relativa e non quella assoluta dei *team* a rilevare. Ora la squadra numero due otterrà un contratto di comunicazione e soddisferà un mercato n moltiplicato $(n-1)^* A/n$ consumatori, che è uguale a $(n-1)^* A$. La diminuzione dell'output a causa dell'eliminazione della squadra migliore è quindi al massimo uguale a:

$$n^* A - (n - 1)^* A = A \quad (2)$$

che rappresenta il contributo marginale della migliore squadra al campionato. Sorprendentemente, in questo esempio molto stilizzato il contributo marginale della squadra migliore in uno schema con copertura televisiva è uguale a quello che la squadra migliore otterrebbe senza alcuna copertura televisiva. In generale, il contributo marginale della squadra campione è al massimo la differenza di qualità tra la squadra campione e l'inseguitrice (in questo caso A/n) moltiplicato il numero dei consumatori.³⁴

Dichiaratamente, una plethora di complicazioni intrinseca all'industria del calcio sono state trascurate in questo esercizio e sono presentate molte assunzioni semplificatrici, ma fondamentalmente questo è ciò che accade quando un mercato caratterizzato dall'assenza dei mezzi di comunicazione si trasforma in un mercato aperto ai media del tipo *winner-take-all*. un'assunzione cruciale è che gli spettatori di calcio abbiano una preferenza decisa per le partite della squadra con la migliore qualità relativa, il che implica che lo spirito di squadra sia abbastanza debole. Nel periodo in cui il mondo del calcio non era influenzato

³⁴ Per una esposizione matematica della figura 3 che consideri anche l'effetto di una diminuzione nel prezzo e un aumento nel numero dei consumatori, si veda L. BORGHANS, L. GROOT, *Superstardom and Monopolistic Power: Why Media Stars earn more than their Marginal Contribution to Welfare*, *J. Institut. Theor. Econ.*, vol. 154, n. 3, 1998, 546-71.

dalla presenza dei media, questa sarebbe stata un'assunzione fallace. Comunque, quanto più il calcio è coperto dai mezzi di comunicazione di massa, tanto più esso diviene *delocalizzato*.³⁵ Un buon esempio di questa tendenza è l'Ajax Amsterdam, tradizionalmente un club con forti radici locali e un'eccellente settore giovanile: un gran numero di giocatori eccellenti maturati nell'Ajax ma che ora militano nei top-team in tutta Europa. Attualmente esso ha solo due giocatori di origine olandese in prima squadra, e questi per di più non provengono da Amsterdam o dalle zone vicine. Quanto più il calcio è coperto dai mezzi di comunicazione di massa è tanto meno ovvio essere tifosi della squadra della porta accanto ed è più probabile divenire un sostenitore di una delle squadre più forti. Ad esempio, nel profondo sud d'Olanda il numero di tifosi dell'Ajax situate al nord è più alto rispetto al numero di tifosi della squadra locale del Maastricht.

2.2. Il lato della domanda

Guardiamo ora al lato della domanda del mercato. Nel figura 4 la linea inclinata negativamente D_f rappresenta la curva di domanda per il calcio *pay-per-view* in televisione. Il punto ottimale per un monopolista è rappresentato dalla scelta di una quantità pari a N_p laddove la curva di ricavo marginale per i consumatori della *pay-per-view* EN_p interseca la curva del costo marginale MC sull'asse orizzontale che corrisponde al prezzo P , laddove l'elasticità del prezzo è uguale a meno uno. Comunque il canale *pay-per-view* può anche ottenere ricavi addizionali intervallando la partita con annunci pubblicitari.

Si supponga che il valore di mercato di tali annunci pubblicitari sia proporzionale al numero di spettatori.³⁶ Il ricavo marginale dell'annuncio pubblicitario è quindi una costante ed è rappresentato da una linea orizzontale MR . Il ricavo marginale totale FN_p è rappresentato graficamente dalla somma orizzontale dalle curve di entrambi i ricavi marginali EN_p e MR . Il nuovo ottimo per il monopolista è ora

³⁵ Corsivo in originale [n.d.t.]

³⁶ Sono possibili ricavi addizionali dal merchandising, dalla sponsorizzazione di magliette e dalla vendita dei biglietti allo stadio. Per semplicità, non è irrealistico assumere che per le prime due categorie i ricavi siano proporzionali al numero di spettatori alla televisione.

quello di fissare il prezzo a P' , che risulta in un numero di abbonamenti *pay-per-view* di $N_{p'}$. L'effetto degli annunci commerciali per i consumatori della *pay-per-view* è quello per il quale essi ottengono un sussidio in maniera implicita poiché il canale televisivo è preparato ad applicare un prezzo più basso, tenendo in considerazione che i consumatori addizionali fanno alzare allo stesso tempo i ricavi derivanti dalla pubblicità.³⁷

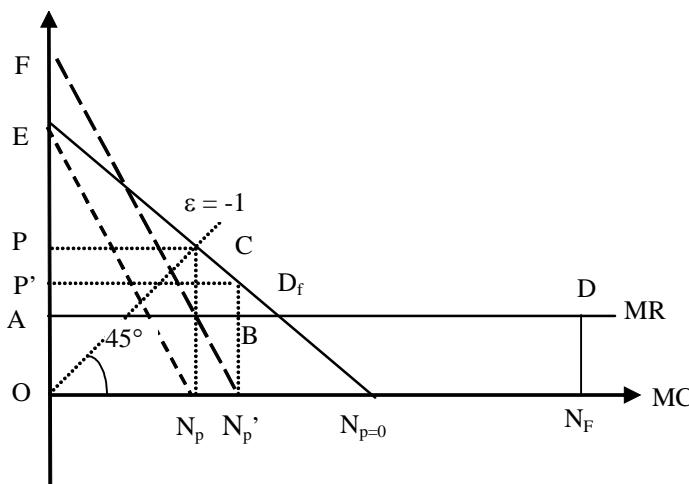


Fig. 4. Il lato della domanda nel mercato del calcio

Se le partite integralmente trasmesse dalla *pay-per-view* costituiscono la strategia più profittevole o meno dipenderà dal numero di spettatori che si avrebbero laddove le partite fossero trasmesse gratis su un canale pubblico. Si può tranquillamente assumere che il pubblico per una partita di calcio sia decisamente maggiore quando questa sia trasmessa su un canale pubblico del tipo della BBC, della RAI e della ZDF rispetto a quando essa sia trasmessa su un canale tematico specializzato in sport anche se quest'ultimo fosse essere gratis per lo spettatore (in grado di attrarre un'audience di $N_{p=0}$). La ragione è che un canale tematico specializzato in sport attrae esclusivamente quei consumatori con un grande interesse nello sport, laddove un canale

³⁷ Questa parte è in larga parte riconducibile alle analisi presentate in: T. BURG, VAN DER, *Het voetbal-monopolie*, cit.; *De optimale prijs blijft nul*, cit.; *Football and Pay TV: We need an EU-wide Ban on Pay TV for most Matches*, cit.

pubblico ordinario attrae anche altri consumatori, non solamente quelli interessati al mondo dello sport (e quindi $N_F > N_{P=0}$).

La fonte primaria di ricavi per il canale pubblico sarà costituita dal flusso di entrate proveniente dalla vendita di spazi pubblicitari prima, durante e successivamente lo svolgimento della partita. Assumendo ancora che questi ricavi siano proporzionali al numero di spettatori, il ricavo totale egualia l'area $ON_F DA$, che è a sua volta uguale a MR^*N_F . Sarà quindi più profittevole per la Lega delle squadra di calcio o per i *top-team* cedere i diritti di trasmissione a un canale pubblico piuttosto che a un canale *pay-per-view* solamente se l'area $ON_F DA$ è più grande della somma di $ON_P CP'$ e $ON_P BA$, dove $ON_P CP'$ è uguale a P^*N_P e $ON_P BA$ è uguale a MR^*N_P , rappresentando rispettivamente i ricavi dalle sottoscrizioni *pay-per-view* e dalla pubblicità sul canale *pay-per-view*.

L'equazione rilevante per la scelta tra la *pay-per-view* o la televisione pubblica dipende quindi da $MR^*(N_F - N_P)$, e precisamente se questo sia maggiore o minore di P^*N_P . se questo è maggiore allora i ricavi addizionali derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sul canale pubblico con un numero di spettatori più elevato supereranno i ricavi derivanti dalle sottoscrizioni al canale *pay-per-view*, e il calcio gratis sul canale pubblico risulta essere più profittevole.

Fondamentalmente, questa equazione dovrebbe essere in grado di spiegare perchè in alcuni paesi le partite di calcio siano ancora integralmente trasmesse gratis su uno dei canali pubblici, mentre in altri esse siano esclusiva di canali *pay-per-view*. Le variabili cruciali sono N_F and P' . N_F tende ad essere negativamente correlato con il numero di canali pubblici. Più alto è questo numero, tanto più il numero totale di spettatori televisivi si distribuirà su diversi canali e minore sarà N_F se si verifica che un incontro di calcio sia disponibile su uno dei canali pubblici. Il prezzo della *pay-per-view* P' è in gran parte determinato dall'elasticità della domanda per il calcio: quanto più essa è elastica, a cause della presenza di sostituti (un tifoso di calcio scozzese potrebbe apprezzare allo stesso modo il rugby o le frecce), più basso sarà il prezzo che potrà essere applicato dal canale *pay-per-view*.³⁸ Anche se

³⁸ Questa è anche una delle ragioni principali del perchè gli *highlights* delle partite di calcio, che possono essere considerati quale sostituto delle partite integrali di calcio, siano trasmesse con un certo ritardo al fine di assicurare gli interessi del canale *pay-per-view*.

approssimativamente, ci si potrebbe aspettare che in grandi paesi con una consolidata tradizione calcistica come l'Italia, la Spagna, l'Inghilterra e la Germania dove non solo vi è un gran numero di canali pubblici a livello nazionale ma anche la domanda di calcio è relativamente anelastica, sia più probabile che le partite integrali di calcio siano trasmesse esclusivamente sui canali *pay-per-view* rispetto a paesi più piccoli con una meno forte tradizione calcistica, come la Svezia, la Danimarca, la Finlandia, la Norvegia o la Svizzera.

2.3 Policy implications

Da un punto di vista del benessere, nel momento in cui il calcio può essere guardato gratis in televisione il surplus del consumatore è decisamente maggiore rispetto a quando la fruizione è organizzata da un sistema *pay-per-view* (nella figura 4, il surplus del consumatore nella situazione di trasmissione gratis è almeno uguale all'area $ON_{P=0}E$, rispetto a $P'CE$ nella situazione della *pay-per-view*).

Comunque, la soluzione del calcio gratis con pubblicità rappresenta una soluzione di *second best* da un punto di vista del benessere. È solo frutto di un'analisi superficiale il fatto che i consumatori possano guardare il calcio gratis poiché essi, comunque, pagano il costo della pubblicità MR per consumatore (che in ultima analisi è parte del prezzo dei prodotti pubblicizzati) come un prezzo隐含的.

La soluzione di tipo *first best* ha in comune con la soluzione di tipo *second best* il fatto che il prezzo è uguale al costo marginale (in questo caso zero). Il calcio dovrebbe essere trasmesso senza alcuna pubblicità: se vi fossero due canali identici, eccezion fatta per il fatto che mentre su di un canale la partita è appesantita dalla pubblicità, sull'altro canale tutta la pubblicità è stata bandita, allora la stragrande maggioranza degli spettatori preferirà questa seconda opzione, nel momento in cui l'intervallo può essere utilizzato per trasmettere gli *highlights* del primo tempo e per usufruire di commenti degli esperti sulle tattiche di delle squadre (eccezion fatta naturalmente per il caso in cui i ricavi dell'attività commerciale siano utilizzati per mettere sotto contratto i migliori esperti che altrimenti non sarebbero disposti a svolgere tale attività).

Un caso più convincente per l'intervento governativo appare difficilmente concepibile: sia dal lato della domanda sia da quello dell'of-

ferta, sussistono imperfezioni di mercato che giustificano l'intervento. Esso potrebbe avere un impatto sul bene più importante del mondo dello sport, vale a dire un grado sufficientemente alto di equilibrio competitivo.

Implicazioni di grande portata sussitono specialmente per il fatto che il prezzo sociale ottimale eguaglia il costo marginale, che è approssimabile a zero per il calcio. Così come mostra van der Burg³⁹ un prezzo più alto del costo marginale può essere giustificato solo se: (i) la produzione a un prezzo più basso non può essere realizzata; (ii) se il prodotto risulta essere di qualità inferiore; (iii) se reduce gli incentivi all'innovazione.

Nessuna di queste limitazioni si applica al prodotto delle partite di calcio in TV, e quindi una proibizione della codificazione-TV allo scopo di offrire queste partite secondo lo schema della *pay-per-view* sarebbe perfettamente in linea con quello che prescrive la teoria del benessere. Se si dovesse compiere questo passo, allora ne seguirebbe logicamente che anche il secondo passo, lo sfruttamento commerciale dei diritti televisivi sui canali pubblici, dovrebbe essere intrapreso, dal momento che da un punto di vista del benessere questa è una soluzione di *second best* rispetto a quella *first best* di trasmettere il calcio in TV con la sola compensazione per i costi di registrazione come sostenuto in precedenza.

La discussione nella letteratura sportiva comunque è incentrata su quale sia la migliore gestione delle imperfezioni di mercato, vale a dire se queste siano meglio affrontate dalla vendita competitiva dei diritti televisivi o da quella collettiva con un accordo di condivisione dei ricavi. Grazie al potere di mercato dei *top-team*, la vendita collettiva con un accordo di divisione dei ricavi è più o meno equivalente alla vendita competitiva applicata unitamente a uno schema redistributivo obbligatorio.⁴⁰ Certamente è auspicabile che i *top-team* o l'insieme dei *team* che compongono la lega, facciano pressioni per l'ottenimento di regole e che siano in grado di proteggere in maniera adeguata i loro interessi commerciali.

Se il governo si impegna a fornire il quadro istituzionale del mon-

³⁹ Si veda T. BURG, VAN DER, *Football and Pay TV: We need an EU-wide Ban on Pay TV for most Matches*, cit., 244.

⁴⁰ Si veda J. KRUSE, J QUITZAU, *Zentralvermarktung der Fernsehrechte an der Fußball Bundesliga*, cit.

do del calcio e la regolamentazione del suo mercato, è chiaro che non dovrebbe cercare di massimizzare i ricavi dei *top-team* permettendo la vendita competitiva; allo stesso tempo non dovrebbe nemmeno massimizzare i ricavi per l'intera industria del calcio considerata nel suo complesso attraverso la vendita collettiva dei diritti di trasmissione. Se si dovesse scegliere come linea guida il pubblico interesse, allora la soluzione del prezzo fissato a zero con o senza spazi pubblicitari, soggetto al vincolo che i costi necessari a compensare le spese di registrazione televisiva (quindi, profitti non-negativi o pari a zero), definitivamente si presenta come la migliore soluzione.

Tale prezzo fissato a zero può essere implementato attraverso la proibizione dell'applicazione di codici sulla registrazione televisiva degli incontri. Ogni canale televisivo potrà allora trasmettere gli incontri di calcio gratis, eccezion fatta per una piccola compensazione per coprire i costi della registrazione televisiva. Come risultato, le squadre di Serie A non avranno più possibilità di ottenere i profitti derivanti dalla vendita dei diritti televisivi e profitti non-negativi possono essere assicurati solamente se i salari dei giocatori e gli altri costi siano aggiustati verso il basso di un ammontare tale che essi eguaglino i ricavi derivanti dall'ancora considerevole ammontare di ricavi proveniente dalle entrate allo stadio e dalla vendita di gadget e oggettistica con il marchio del club.

Si noti che in questa costellazione gli introiti per i *top-team* sono approssimativamente in linea con quello che avrebbero guadagnato in assenza di qualsiasi copertura da parte dei mezzi di comunicazione delle partite di calcio, così come spiegato nella figura del paragrafo 2.1. Si noti inoltre che in questa costruzione la caratteristica *winner-take-all* del mercato è stata eliminata, semplicemente perché il valore di mercato dei diritti di trasmissione televisiva in una vendita competitiva delle partite è molto più diseguale rispetto alla disegualanza nelle entrate derivanti dalla gestione dello stadio e dal *merchandising*. Non solamente le squadre di classifica più bassa saranno in grado di sostentarsi grazie alla fedeltà dei loro sostenitori e alle partite casalinghe contro i *top-team*, ma sarà posto un freno alla disegualanza finanziaria anche in virtù dei limiti fisici alla capienza dello stadio. Non vi sarebbe pericolo di deterioramento dell'EC perché una squadra dispone di un budget dieci o venti volte più alto di un'altra nella stessa lega (o in un diverso paese).

4. Conclusioni

In quest'articolo ho sostenuto una proposta radicale, vale a dire la trasmissione televisiva gratis delle partite di calcio integrali e dei rispettivi *highlights*, ovvero senza pubblicità. In primo luogo, se tale misura drastica di proibizione della codificazione televisiva fosse approvata solamente nella serie A le squadre italiane perderebbero con un certa rapidità il loro vantaggio competitivo nelle competizioni internazionali per club. Comunque, se questa argomentazione fosse valida, tali misure dovrebbero applicarsi a livello europeo contribuendo a creare un eguale livello di gioco sul campo tra grandi e piccoli paesi. Il calcio rimarrebbe interessante come adesso, se non addirittura più interessante.

Solamente i salari dei giocatori tornerebbero a livelli decisamente più bassi, quantunque i migliori giocatori avranno la possibilità comunque di divenire milionari, così come dovrebbe essere per i più bravi in qualsiasi professione. In secondo luogo non si può negare che l'industria del calcio crea un prodotto che, a differenza dei beni pubblici puri, può essere venduto in maniera esclusiva.⁴¹ Tuttavia, in maniera simile a molti beni pubblici come la difesa o la gestione di una diga, i costi marginali sono pari a zero. Oltre al calcio, vi sono molti prodotti a costi marginali pari a zero o comunque decisamente bassi, ad esempio il software della Microsoft. Sussiste, comunque, una differenza fondamentale tra il software della Microsoft e il calcio in TV. Questa ha a che fare con le tre limitazioni indicate nel paragrafo 2.3 per permettere ai prezzi di eccedere i costi marginali. Se si eguagliasse il prezzo al costo marginale, la produzione del software della Microsoft non avrebbe luogo, mentre il calcio andrebbe avanti comunque; la produzione del software sarebbe di qualità inferiore,⁴² mentre la qualità del calcio non ne risulterebbe penalizzata se non addirittura accresciuta, e le società di software sarebbero meno innovative, laddove in virtù della maggiore importanza della qualità relativa rispetto alla qualità assoluta l'innovazione è di poca importanza nel calcio.

Infine, la regolamentazione di un mercato sportivo dipende dal-

⁴¹ Questa osservazione è stata formulata da Koning in risposta a van der Burg. Si vedano R.H. KONING, *Over prijsdiscriminatie en het voetbalduopolie*, *Economisch Statistische Berichten*, vol. 81, n. 4074, 1996, 799-800; T. BURG, VAN DER, *Het voetbal-monopolie*, cit.

⁴² Probabilmente il consumatore utilizzerebbe il software Linux molto *user-friendly*.

la ponderazione degli interessi conflittuali del pubblico, dello sport in se stesso (idealmente rappresentati dalle associazioni sportive), dei giocatori professionisti e dei padroni delle squadre. Tale pletora di interessi in conflitto dovrebbe essere in grado di spiegare il perché noi assistiamo alla grande varietà di regole nei mercati della comunicazioni degli sport di squadra. Il basket negli Stati Uniti è esente dalla legislazione antitrust sotto la condizione che gli utili siano redistribuiti tra le diverse compagnie al fine di preservare l'EC, mentre altri sport di squadra non lo sono. Il calcio in Germania e Italia risponde alle medesime regole degli altri settori dell'economia. Il calcio negli Stati Uniti è organizzato come un consorzio, in cui il campionato, comprese le squadre, a livello più alto sono nelle mani di un singolo padrone. Il calcio olandese dispone al momento di una dispensa provvisoria dalla legislazione antitrust.

Tale varietà negli schemi di regolamentazione degli sport dimostra che esiste un considerevole ritardo nell'organizzazione di questi mercati come le più alte istituzioni, vedi la Commissione Europea, reputano opportuno. Inoltre, il caso Bosman del 1995 ha dimostrato che quella che era una pratica consolidata era nondimeno contro il diritto europeo. L'obiettivo del governo in questo conflitto tra diversi interessi dovrebbe essere chiaro: per quanto sia in suo potere questo dovrebbe proteggere l'interesse del pubblico nella regolamentazione del mercato della comunicazione del calcio, il che si traduce nella trasmissione in tv delle partite di calcio al più basso prezzo possibile, con una qualità più alta e con un livello di EC sufficientemente elevato. Allo stesso tempo questo contribuirebbe a preservare le tradizioni di lunga durata nel calcio, in particolare l'istituto delle promozioni e delle retrocessioni, e il sistema interdipendente tra campionato nazionale e competizioni europee.