

AGENTI CALCISTICI E STRUTTURE RELAZIONALI NEL CALCIOMERCATO EUROPEO: UN'ANALISI DI RETE

di Edoardo D'Andrassi,* Francesca Ventimiglia,** Maria Vergallito***

ABSTRACT: This study analyzes the role of agents and their impact in the professional soccer market and industry, addressing the following research questions: 1. Do agents significantly influence the market decisions of soccer clubs? 2. Is there a relationship between the agent-coach network and the recruitment strategy of clubs? 3. To what extent does the concentration of intermediation power in the hands of a few agents generate governance risks and inefficiencies in the transfer market? An exploratory quantitative research design was adopted. To this end, two original indices were developed to detect the number of relationships between coaches and agents. Network analysis was then performed on a database of 1,418 player transactions in teams that played in five consecutive seasons in Serie A and the Premier League between 2017 and 2022. The data were collected manually, mainly from the Transfermarkt website. The results do not confirm what the qualitative literature suggests. The data show a less significant role for agents, as there was found to be little correlation between purchases made by clubs, whose coach's agent is the same as that of the players purchased. Therefore, this study contributes significantly to the academic debate, as it presents contrasting results with what has emerged so far on the role played by agents, suggesting new areas of research. In addition, the study provides professionals with an innovative tool for evaluating the relationships that are activated during football transfer sessions between agents, coaches, and teams.

L'obiettivo del presente studio è quello di analizzare empiricamente il ruolo degli agenti nel mercato calcistico professionistico per comprenderne l'impatto e, in particolare, per rispondere alle seguenti domande di ricerca: Gli agenti influenzano in modo significativo le decisioni di mercato delle società calcistiche? Esiste una relazione tra la rete di relazioni agente-allenatore e la strategia di reclutamento delle società? In che misura la concentrazione del potere di intermediazione nelle mani di pochi agenti genera rischi di governance e inefficienze nel mercato dei trasferimenti? Nello studio è stato utilizzato un disegno di ricerca quantitativo a carattere esplorativo. A tal fine, sono stati sviluppati due indici originali per rilevare il numero e il valore delle relazioni tra allenatori e agenti. È stata, dunque, adottata l'analisi di rete su

* Docente integrativo presso l'Università degli Studi Roma Tre. E-mail: edoardo.dandrassi@uniroma3.it.

** Ricercatrice e Docente presso l'Università degli Studi Roma Tre. E-mail: studio@francescaventimiglia.it.

*** Dottoranda in Governance e Gestione d'impresa presso l'Università degli Studi Roma Tre. E-mail: maria.vergallito@uniroma3.it.

un database che include 1.418 transazioni di giocatori avvenute in squadre che hanno giocato in cinque stagioni consecutive in Serie A e in Premier League nel periodo 2017-2022. I dati sono stati raccolti manualmente principalmente dal sito web Transfermarkt. I risultati ottenuti non confermano quanto suggerito dalla letteratura prevalente, indicando un ruolo meno rilevante degli agenti, poiché è stata riscontrata una scarsa relazione tra gli acquisti effettuati dai club per i quali l'agente dell'allenatore è lo stesso dei giocatori acquistati. Pertanto, il presente studio contribuisce in modo rilevante al dibattito accademico, in quanto espone risultati contrastanti rispetto a quanto finora emerso sul ruolo svolto dagli agenti, suggerendo nuove aree di ricerca. Inoltre, lo studio fornisce ai professionisti uno strumento innovativo per valutare le relazioni che si attivano nel corso delle sessioni di calciomercato tra agenti, allenatori e, di conseguenza, squadre.

Keywords: *Football – Agents – Soccer Transfer Market – Network Analysis – Sports Management.*

Calcio – Agenti – Mercato calcistico – Analisi di rete – Gestione dello sport.

SOMMARIO: 1. Introduzione – 2. Rassegna della letteratura – 3. Approccio della ricerca – 3.1 Selezione del campione – 3.2 Indici di valutazione e analisi di rete – 4. Risultati e discussioni – 5. Conclusioni e ricerche future

1. Introduzione

La crescente rilevanza del calcio professionistico – che coinvolge miliardi di spettatori¹ e genera flussi finanziari di scala globale² – ha fatto sì che la governance dei club debba confrontarsi con dinamiche di mercato sempre più complesse.

In questo contesto, accanto a giocatori e allenatori, la figura dell'agente sportivo ha assunto un ruolo crescente, fungendo da intermediario nelle trattative di trasferimento e da rappresentante degli assistiti nelle negoziazioni contrattuali.

Eppure, nonostante l'attenzione mediatica e il dibattito regolatorio che circondano questa figura, il ruolo degli agenti nel determinare le scelte di mercato dei club rimane empiricamente poco esplorato.

Infatti, rispetto ad altri attori operanti nel settore calcistico, la figura dell'agente ha ricevuto un'attenzione relativamente limitata da parte della letteratura scientifica.³

¹ P. ANDON, C. FREE, *Accounting and the business of sport: past, present and future* in *AAAJ*, 2019, 1861-1875.

² G. FIORI, *The evaluation of multi-year rights to footballers' performances: a possible methodology*, in *Leg. Anal. of Econ.*, 2005, 367-388; C. REGOLIOSI, *The accounting treatments in professional football clubs in Italy from a business model perspective*, in *RIREA*, 2016, 7.

³ L. DI LU, K. L. HEINZE, *Examining institutional entrepreneurship in the passage of youth sport concussion legislation* in *J. Sport Manag.*, 2020, 1-16.