

Il calcio secondo Bellinazzo Più affari che sport

di MAURO MOLINAROLI

Sarà presentato giovedì alle 18 alla Galleria Biffi Arte in via Chiapponi 39, "Goal Economy" (Baldini & Castoldi, 19 euro, 566 pagine), l'ultimo libro di Marco Bellinazzo, scrittore e giornalista de "Il Sole 24Ore", nell'ambito della rassegna L'arte di scrivere". Ospite insieme al direttore sportivo del Piacenza Massimo Cerri, Bellinazzo, volto noto di Sky sport e napoletano del Rione Sanità, è stato il primo ad occuparsi degli aspetti economici e finanziari del calcio. Per scrivere questo libro, ha impiegato sei mesi, ma da una decina d'anni segue le vicende finanziarie delle varie società di serie A e gli aspetti legati al tifoso-cliente, attratto da molte cose che vanno al di là della semplice convivenza territoriale con una squadra. «Il tifoso globale - dice - quello 2.0, attraverso i social, gli eventi, le immagini televisive, il brand, attua il proprio processo di identificazione con la propria squadra attraverso questi aspetti e gli diventa quasi automatico identificarsi maggiormente con il Real Madrid che con la squadra della propria città».

Com'è nato questo libro così diverso dagli altri volumi pubblicati sul mondo del calcio?

«Dall'esigenza di approfondire temi che vanno oltre il fatto sportivo, perché il calcio oggi è soprattutto un fatto economico e finanziario, con nuovi interpreti e

nuovi protagonisti come gli Stati Uniti, i Paesi dell'Est asiatico, gli sceicchi che hanno acquisito società come il Paris Saint Germain e il Manchester City, cui occorre aggiungere il ruolo della Russia; in pratica i nuovi ricchi che sembrano fare da contraltare alla vecchia Europa. Attorno a questo tema e in particolare al calcio come fenomeno finanziario e di marketing c'è l'interesse di giovani e di universitari e in questi mesi ho tenuto diverse lezioni in molti atenei. Io sono tifoso del Napoli e ricordo che dopo i successi di Maradona la società fallì; penso all'Inter che dopo il Triplete, visse tre anni disastrosi sotto il profilo economico che convinsero Massimo Moratti

a cedere la società a Erik Thohir. La scommessa di questo imprenditore indonesiano è comunque rischiosa. Monitorato dalla Uefa ha investito moltissimo per accelerare l'ingresso dell'Inter in Champions League e per rientrare da un punto di vista economico, se questa avventura dovesse fallire sarebbero guai».

In Italia c'è stato il crollo del Milan e dopo Tangentopoli la rinascita della Juventus...

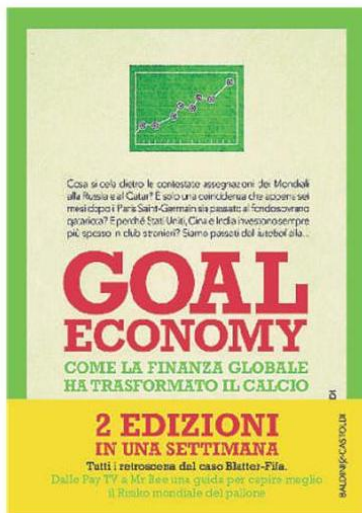
«Mai come in questi anni il calcio rispecchia i processi economici in generale, la Juventus rimane in Italia un caso isolato, è l'unica ad avere lo stadio di proprietà e Andrea Agnelli è stato il primo presidente italiano a dire

che il fatturato della Juventus non dovrà essere condizionato dai risultati. Si punta dunque al brand, a una nuova visione del calcio che è già collaudata in Inghilterra e in Spagna. L'obiettivo della Juventus sono i 300 milioni di fatturato, il Barcellona da diversi anni arriva a 600, c'è sempre un distacco abissale dalle grandi potenze europee. E dopo lo scempio di Italia 90 non abbiamo avuto più grandi eventi, mancano le risorse finanziarie per far decollare i progetti esistenti. Mister Bee e il Milan? I cinesi sono sbarcati nel football italiano già dal 2014 quando il fondo Pingy Shanghai Investment ha acquisito il Pavia, si tratta di un processo ineluttabile che in altre

nazioni europee conoscono bene già da anni. Faccio l'esempio di Peter Lim, l'imprenditore di Singapore proprietario del Valencia che si occupa anche di marketing sportivo. La sua Mint Media ha acquisito i diritti d'immagine dell'attaccante del Real Madrid, Cristiano Ronaldo».

Il calcio italiano specchio del Paese?

«Direi di sì. Abbiamo perso dieci anni rispetto al resto del mondo. Così come in economia il Pil si assesta sul +0,9 per cento mentre altrove viaggia intorno al 6 per cento, lo stesso vale nel calcio. Non sappiamo crescere e paghiamo tutte le conseguenze anche a livello sportivo».



Sopra, la copertina di Goal Economy; a destra, l'autore Marco Bellinazzo, scrittore e giornalista de "Il Sole 24Ore"



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato