

SAMPDORIA/ LA RICERCA DELLA LEGA

TIFOSI SAMP, MAGLIA ROSA

Primo posto in Liguria, 14° in Italia
E le donne sono quasi la metà



DAMIANO BASSO

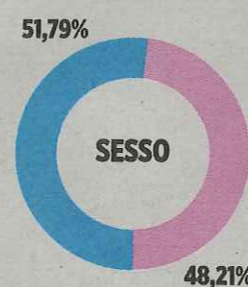
GENOVA. La tifoseria blucerchiata è prima in Liguria e quattordicesima in Italia. Questi i risultati che sono emersi dalla ricerca marketing di settore che la Lega Calcio ha affidato a tre agenzie specializzate, Doxa, Sport und Markt e FullSix. Si tratta di una ricerca di mercato, a disposizione di tutte le società, che è stata ordinata nell'ottica della determinazione dei famosi bacini di utenza delle tifoserie, in base alla Legge Melandri-Gentiloni, necessari per la distribuzione della quota di proventi derivanti dalla vendita collettiva dei diritti televisivi. Questa quota ammonta al 30%: il 25% determinato in base al numero di sostenitori di ogni squadra individuato dalle società di indagine demoscopica incaricate dalla Lega calcio e il 5% in base alla popolazione del comune di riferimento.

Da questa ricerca sono affiorate e derivate diverse indicazioni interessanti, sia a livello globale che più specificamente sul profilo dei sostenitori blucerchiati. Tanto per cominciare, l'interesse per il calcio nel corso delle ultime tre stagioni è andato calando, per la prima volta dopo decenni meno di un italiano su due si dichiara interessato a questo sport. Anche se resta comunque in Italia la prima disciplina per seguito e interesse. A livello di tifoseria, le recenti analisi di mercato hanno

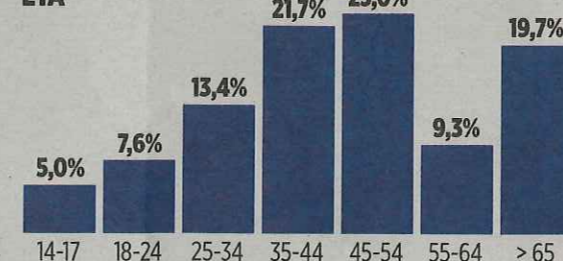
La scheda del tifoso



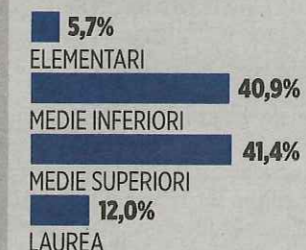
Fonte: Elaborazione White Marketing su dati Sinottica di Eurisko



ETÀ

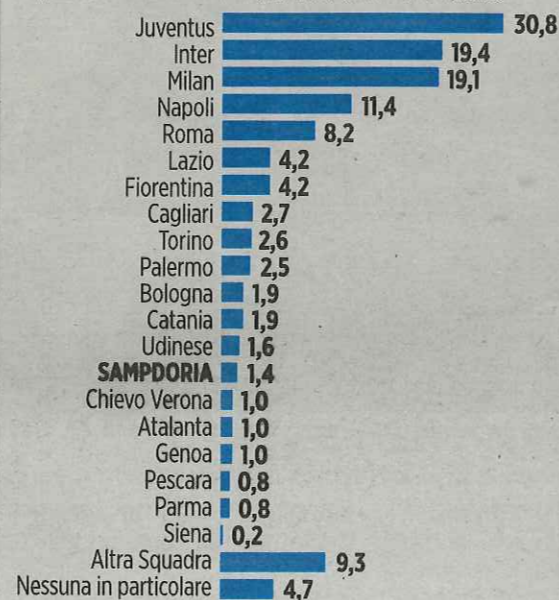


TITOLO DI STUDIO



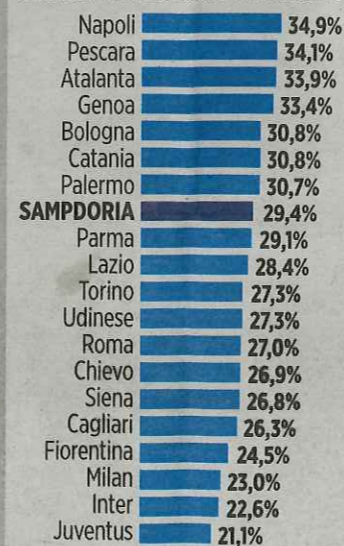
IL BACINO DI UTENZA

Risposta alla domanda: Per che squadra tifa? (Citare max 3 squadre)



PARTECIPAZIONE ATTIVA

Almeno una volta allo stadio nell'ultimo anno



ATTACAMENTO ALLA SQUADRA

Almeno un acquisto di articoli ufficiali



POSIZIONAMENTO SOCIETÀ*



* Questi dati contribuiscono a decidere l'importo dei diritti tv

due si dichiara interessato a questo sport. Anche se resta comunque in Italia la prima disciplina per seguito e interesse. A livello di tifoseria, le recenti analisi di mercato hanno evidenziato un forte distacco in termini di bacino di utenza tra Juventus, Inter, Milan, Napoli e Roma e tutte le altre società. I ricercatori hanno posto a migliaia di persone di quattordici aree geografiche selezionate la domanda "per che squadra tifa", con possibile citazione di tre squadre. Juventus davanti a tutti con il 30,8%, poi Inter con 19,4% e Milan con 19,1%. La Sampdoria si è collocata in quattordicesima posizione con l'1,4%. Per numero di abbonati, però, la squadra blucerchiata è al sesto posto in Italia, sicuramente un notevole risultato tenendo conto che viene considerata una società di "seconda fascia". Con 20.059 abbonati è preceduta solamente da Inter (35.226), Juventus (27.442), Roma (24.882), Milan (24.598) e Lazio (20.518).

L'analisi della distribuzione geografica del tifo ha messo in risalto come la Juventus sia l'unica squadra leader al di fuori della propria regione, primeggiando in sette aree: Piemonte-Valle d'Aosta, Veneto-Trentino-Friuli, Umbria-Marche, Abruzzo, Puglia, Calabria e Sicilia. In Lombardia il leader è il Milan, in Liguria la Samp, in Toscana la Fiorentina, nel Lazio la Roma, in Sardegna il Cagliari e in Campania il Napoli. Una curiosità: la Sampdoria è la terza squadra in Italia, dopo Torino e Bologna, per tifosi (39,2%) che dichiarano di non guardare le partite della squadra sulle televisioni a pagamento. Subito dopo vengono Atalanta e Genoa.

Secondo questa analisi, il trend sui dati relativi al numero di tifosi complessivi della Sampdoria, preso



* Questi dati contribuiscono a decidere l'importo dei diritti tv

Fonte: Lega Serie A su dati Doxa - Sport und Markt - FullSix



IDENTIKIT
In totale sono 300-400 mila. Età media 39 anni, istruzione e livelli di reddito superiori alla media

in considerazione l'arco temporale compreso tra il maggio del 2006 e quello del 2012, è piuttosto costante, e oscilla tra le 300.000 e le 400.000 unità complessive. Con un picco di 392.000 e il dato più basso di 306.000.

Un approfondimento dell'agenzia White, su dati Sinottica di Eurisko, ha tracciato anche un profilo del tifoso sampdoriano. La compo-

sizione del target ha evidenziato un pubblico prevalentemente maschile ma con una quota-rosa molto rilevante, un'età media che si assesta sui 39 anni, un profilo di reddito medio-alto e un tasso di istruzione tendente verso l'alto. Dal dato più specifico sulla suddivisione per sesso, si nota che la tifoseria sampdoriana è quasi equamente divisa tra maschi (51,79%) e femmine

(48,21%). Il 29,4% dei sostenitori sampdoriani ha dichiarato di essere andato allo stadio almeno una volta nell'ultimo anno (in testa c'è il Napoli con 34,9%). E il 27% di avere acquistato almeno una volta articoli ufficiali della squadra e da questo punto di vista i sostenitori blucerchiati si collocano al secondo posto in Italia, preceduti solamente da quelli del Napoli con il 31,6%.

Quanto alla distribuzione geografica, dal risultato della ricerca consegnata alla Lega emerge che i tifosi della Sampdoria seppur prevalentemente concentrati in tutta la Liguria, 78,2%, si distribuiscono anche per tutto il Nord Ovest oltre che in alcune enclaves come le Marche, il Lazio e il Trentino Alto Adige. E relativamente al Trentino, sicuramente non è estraneo il lungo periodo, dieci anni, passato dalla Sampdoria a Moena per il ritiro estivo.

Nella determinazione del bacino di utenza incide anche per un sesto la percentuale Auditel che non è un aspetto secondario della divisione della torta, dal momento che è stato calcolato come un punto percentuale in più porti nelle casse di una società almeno 400.000 euro. E sul dato Auditel della Samp, che è il 3,21% e corrisponde all'undicesimo posto della serie A, incide quindi il fatto che diversi sostenitori non seguono le partite della Samp sulle televisioni a pagamento e anche il fatto che la Samp non rientra nel pacchetto Mediaset Premium.

E per finire con l'analisi di mercato è stato considerato anche il coinvolgimento delle tifoserie italiane a livello di "new media". Il 97,4% in genere segue le vicende della propria squadra sui media, dove in crescita sono segnalati web e siti internet. Quelli della Samp sono particolarmente orientati verso internet e le nuove tecnologie, circa il 70% di loro segue la squadra attraverso i nuovi media, rispetto a una media nazionale che è del 47,9%.

IL DIFENSORE CONVOCATO DALL'UNDER 21 TEDESCA NON PENSA DI CAMBIARE PAESE DE BIASI A BOGLIASCO PER "AGGANCIARE" MUSTAFI «VIENI A GIOCARE NELLA NAZIONALE ALBANESE»

BOGLIASCO. Una visita speciale ieri al quartier generale blucerchiato. Al Mugnaini si è infatti presentato Gianni De Biasi, il ct italiano della nazionale albanese. La sua presenza a Bogliasco non è stata affatto casuale. L'allenatore è venuto a incontrare Shkodran Mustafi, che è nato in Germania e ha vestito la maglia di tutte le rappresentative nazionali giovanili tedesche debuttando ultimamente anche nell'Under 21, ma è di origini albanesi. I suoi genitori infatti si sono trasferiti anni fa in Germania, a Bad Hersfeld.

De Biasi, che era presente allo stadio di Bergamo quando Mustafi ha giocato titolare contro l'Atalanta e che domenica dovrebbe essere anche in tribuna a Bologna, si è visto con il difensore blucerchiato, pre-



Il ds Carlo Osti ieri al Mugnaini con Gianni De Biasi, ct dell'Albania PEGASO

sente il direttore sportivo della Sampdoria Carlo Osti, prima dell'allenamento. Gli ha prospettato la possibilità di vestire la maglia della nazionale albanese, attualmente terza nel

girone E di qualificazione mondiale, a due punti dalla capolista Svizzera e in parità con l'Islanda. Mustafi lo ha ringraziato moltissimo per l'interessamento nei suoi confronti, ma

gli ha anche spiegato che in questo momento il suo obiettivo è quello di vedere se riuscirà a confermarsi nell'Under 21 tedesca. Non ha insomma chiuso definitivamente la porta all'Albania, ma logicamente e comprensibilmente in testa al momento ha solamente la Germania. Quanto al futuro, chissà, molto dipenderà anche da quanto riuscirà a fare nella Sampdoria. A questo proposito la chiamata che ha ricevuto dal ct dell'Under 21 tedesca Rainer Adrion assume un maggior valore: Mustafi non solo non gioca in Germania e non è nemmeno titolare fisso nella Sampdoria, ma giocando all'estero Adrion non ha nemmeno la possibilità di seguirlo saltuariamente negli allenamenti.

DAM. BAS.



solo è stato segnalato al direttore del convitto e da lui ai dirigenti dell'Atalanta. I due ragazzi sono così finiti per una settimana nella comunità don Miliani di Sorisole (nella foto) dove sono ospitati ragazzi in condizioni di fragilità. I due baby giocatori hanno svolto alcuni lavori utili, tra cui il servizio a tavola durante i pasti. Lontano dal privilegio cui sono abituati, a contatto con una realtà ben diversa, segnata anche dalla sofferenza, i due nerazzurri si sono resi conto di essere finiti in fuorigioco.

BERGAMO. Da giovani calciatori privilegiati a camerieri del coetanei più sfortunati. È la punizione inflitta a due atleti nazionali dell'Atalanta, un sedicenne e un diciassettenne, protagonisti di una scena blasfema nel convitto che da sempre ospita i ragazzi del vivaio atalantino. Dopo la cena, quindici giorni fa, i due ragazzi hanno dato vita a una messinscena con tanto di crocifisso staccato da una parete. La scena è stata ripresa e postata su Facebook, mettendo nei guai i due autori della bravata. L'epi-

Scena blasfema
l'Atalanta punisce
i baby calciatori

