SAMPDORIA/La Ricerca della Lega

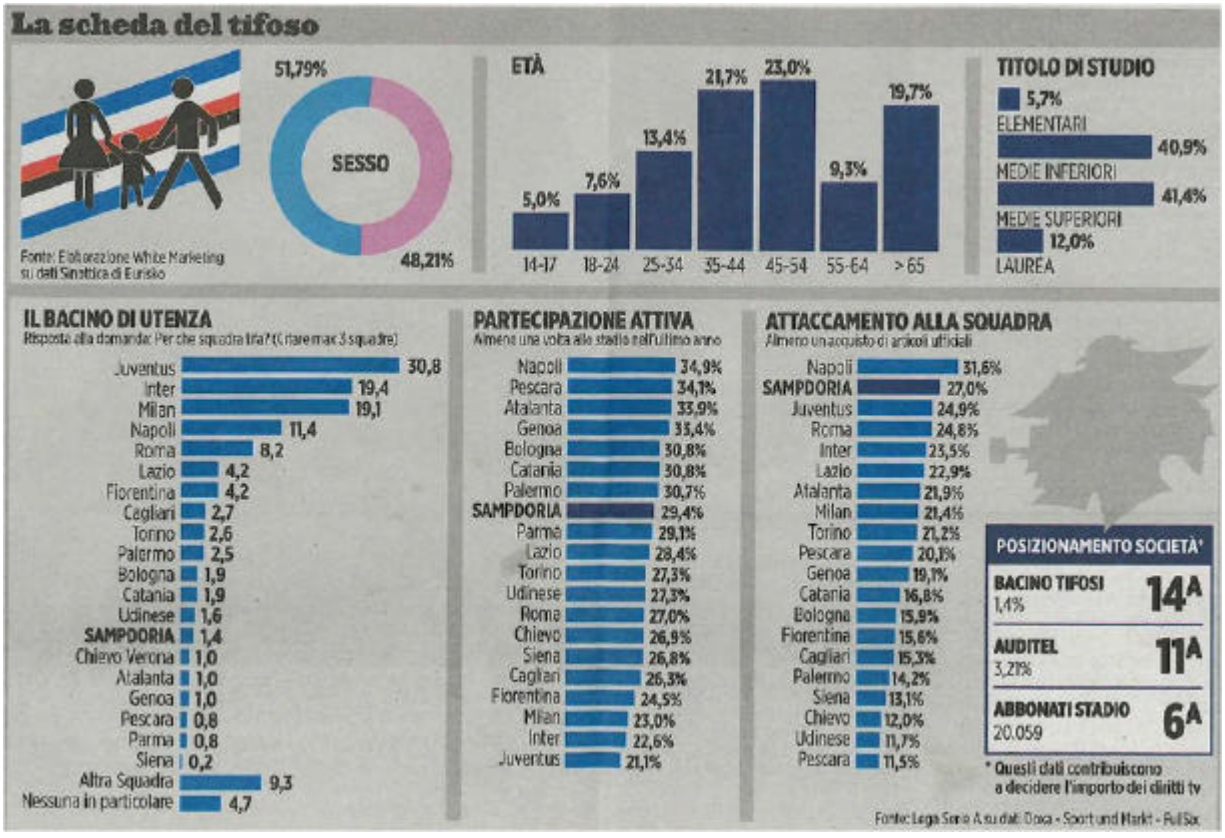
TIFOSI SAMP, LA MAGLIA ROSA

Primo posto in Liguria, 14' in Italia
E le donne sono quasi la meta'

GENOVA-La tifoseria blucerchiata e'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 societa', che e' 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 dei diritti televisivi. Questa quota ammonta al 30%: il 25% determinato in base al numero di sostenitori di ogni squadra individuato dalle societa' 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 piu' specificatamente sul profilo dei sostenitori blucerchiati. Tanto per cominciare, línteresse per il calcio nel corso delle ultime tre stagioni e'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 tifoesria, 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 societa'. 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 e' collocata in quattordicesima posizione con l'1,4%. Per numero di abbonati, pero', la squadra bluicerchiata e; al sesto posto in Italia, sicuramente un notevole risultato tenendo conto che viene considerata una societa'di "seconda fascia". Con 20.059 abbonati e' 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-Val d'Aosta, Veneto-Trentino-Friuli, Umbria-Marche, Abruzzo, Puglia, Calabria e Sicilia. In Lombardia il lieader e'il Milan, in Liguria la Sampdoria, in Toscana la Fiorentina, nel Lazio la Roma, in Sardegna il Cagliari e in Campania, il Napoli. Una curiosita': la Sampdoria e'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 in consideraizone l'arco temporale compreso tra il maggio del 2006 e quello del 2012, e' piuttosto costante, e oscialla tra le 300.000 e le 400.000 unita'complessive. Con un picco di 392.000 e il dato piu'basso di 306.000.

Un approfondimento dell'agenzia White, su dati Sinottica di Eurisko, ha tracciato anche un profilo del tifoso sampdoriano. La composizione del target ha evidenziato un pubblico prevalentemente maschile ma con una quota-rosa molto rilevante, un'eta'media che si assesta sui 39 anni, un profilo di reddito medio-alto e un tasso di istruzione tendente verso l'alto. Dal dato piu' specifico sulla suddivisione per sesso, si nota che la tifoseria sampdoriana e' 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'e' 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 ed il Trentino Alto Adige. E relativamente al Trentino, sicuramente non e'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 e' un aspetto secondario della divisione della torta, dal momento che e' stato calcolato come un punto percentuale in piu'porti nelle casse di una societa' almeno 400.000 euro. E sul dato Auditel della Samp, che e' il 3,21% e corrisponde all'undicesimo posto della Serie A, incide quindi il fatto che diversi sostenitori non seguano 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 e' 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 e' del 47,9%.



(Secolo XIX, di Damiano Basso, 19 aprile 2013, pag. 44)