

## DILETTANTI | LA NOVITA'

➤ L'azionariato popolare Oltremanica: i miti United of Manchester e Wimbledon



# A Piazza Epiro come a Manchester?

Il sostegno popolare ed i club inglesi: i casi Wimbledon e United of Manchester. Contro il calcio moderno e per uno sport davvero accessibile a tutti.

Paolo Corbi

Una squadra che sia legata al proprio territorio. Una realtà sportiva che si identifichi con una città o con parte di essa e che sia giudicata, dalla comunità che la ospita, come un fattore fondamentale dell'aggregazione sociale. Un rapporto che si fondi su un doppio binario: la squadra come patrimonio sociale della comunità e la comunità come soggetto dirigente della squadra. E' il segnale forte che arriva dalla Fortitudo per riscoprire il ruolo dello sport in una comunità che non è più struttura aggregante ed educativa per i suoi componenti ma sempre più un universo senza regole in cui il singolo non ha punti di riferimento. Insomma, la società sportiva di quartiere, in un momento in cui trionfano esempi come veline e tronisti, può e deve rappresentare la militanza sociale. E non è un caso che l'idea parta dal club di Piazza Epiro, se consideriamo come questa società si sia sempre sentita parte integrante del suo quartiere, a cominciare dalla gente del mercato di Piazza Epiro.

**Una sfida storica.** La Fortitudo non è la prima società che intraprende questa strada, se pensiamo agli esempi dei grandi club stranieri come Real Madrid, Barcellona, Bayern Monaco, o anche alla rivoluzione partita in Gran Bretagna sia considerando la ribellione anti calcio moderno, sia quella diversa nata e sviluppata online. Ma la rivoluzione targata Fortitudo è quella di anticipare ogni altra realtà cittadina e lanciare un esempio che, probabilmente, potrebbe ridare linfa allo sport dilettantistico, che, sull'esempio di quello professionistico, rischia di allontanarsi dalla gente. Un errore che alcuni presidenti mecenati hanno fatto anche nei nostri campionati, a cominciare dall'Eccellenza e dalla Promozione, comprando e vendendo titoli per raggiungere più facilmente i risultati, comprando e vendendo giocatori, infischiosene del loro rapporto con un paese o un quartiere. Basti pensare all'ultimo caso, la

Cavese di Cave, che ha visto portarsi via una squadra da un presidente che ha preferito vendere tutto a Lariano.

**L'esempio inglese.** Uno dei tanti casi in cui una cittadinanza resta priva della propria storia sportiva, come è accaduto qualche anno, per restare in tema, al Fc Wimbledon. Il presidente, indebitatosi, preferì far costruire sullo storico stadio londinese appartamenti da vendere e spostò la squadra a 100 Km di distanza. I tifosi non gliela

**Kevin Rye oggi dirige un'azienda che promuove l'azionariato popolare in Europa. Lui ha dato il via al nuovo Wimbledon**

perdonarono e fondarono un nuovo Wimbledon, che partì dal nostro 2a Categoria. "Alla prima partita andammo a giocare su un campo all'aperto, con i nostri 2500 tifosi seduti sulle balle di fieno" raccontava qualche mese fa a "Report" (Rai Tre) il tecnico della squadra formata dall'unione dei suoi tifosi. Spinti dall'iniziativa di Kevin Rye, che oggi ha avviato un'azienda (Supporters direct) che promuove lo sviluppo del-

l'azionariato popolare in tutta Europa, con il sostegno dei club di Premiership e della Uefa. Quel Wimbledon, in 7 anni ha centrato 4 promozioni ed oggi è tornato a un passo dai professionisti. Più o meno quello che sta succedendo poco più a nord, a Manchester. Dove, oltre al famoso e titolato United, nel 2005 è nato un club meno conosciuto ai più, ma molto amato da tanti tifosi di tutto il mondo, lo United of Manchester (finora 3 promozioni, 5 coppe e più di 400 reti in 4 stagioni). Giocando sulle parole, la gente di Manchester, i tifosi di vecchia data, attaccati alla storia della squadra e non succubi dei successi a tutti i costi, non hanno mai amato il modo di gestire il club dell'americano Malcom Grazer, che ha portato le furie rosse ad un indebitamento di oltre 500 milioni di sterline, finito per riversarsi sui tifosi. "Voleva far pagare i debiti ai tifosi - raccontava ad aprile uno dei supporters del nuovo club di Manchester a Report - tanto che biglietti e abbonamenti sono più che raddoppiati in 5 anni". Ma c'è stato chi ha avuto il coraggio di dire no. Ripartendo dalla nostra Promozione. "Noi siamo contro il calcio moderno" racconta uno dei tifosi, che arriva da Parigi, tifa Psg ma ammirava l'esempio di Manchester. Dove è nata una cooperativa di tifosi, la cui proprietà è in mano

ai tifosi stessi, circa 2000. Con il principio più classico dell'azionariato popolare: "Non importa quanti soldi metti, ognuno ha la sua quota ma un voto solo". "Perché - ribadisce un altro tifoso - vogliamo creare sport per la comunità, accessibile a tutti e in cui tutti diano il proprio contributo". Ad ogni match, infatti ci sono circa 100 volontari che si occupano dell'organizzazione, così come anche i giocatori credono nel progetto: "Tra noi - racconta uno degli alfiere gialloverdi - c'è anche chi è sceso di 4 categorie per il gusto di questa fantastica sfida. I soldi sono pochi, ma avere 2000 tifosi in un campionato che in media ne fa 100 è unico". Perché in fondo questo gruppo di tifosi uniti da una sciappa, una storia e un ideale comune ha capito la cosa più importante, che forse anche noi che rappresentiamo il calcio dilettantistico cominciamo a perdere di vista: "Non si tratta di vincere o perdere, ma di giocare per coinvolgere una comunità. Questa squadra ci appartiene e nessuno ce la porterà mai via..."

**Il resto d'Europa.** L'esempio, oltre a quello inglese, resta quello iberico-lusitano: Barcellona, Benfica, Real Madrid. Dove i soci hanno "voz y voto", cioè voce e voto. Il socio prende parte alle assemblee, discute, elegge il presidente, ha la priorità nell'acquisto dei biglietti con sconti, così come nell'acquisto del merchandising e l'abbonamento gratuito alla rivista della società. L'azionariato popolare è una risorsa da spendere per coinvolgere i tifosi, responsabilizzandoli, combattere tutti insieme la violenza negli stadi.

**La gente come azionista.** In un calcio dilaniato dalle crisi economiche insomma, l'esempio di una public company, società calcistiche in cui l'azionista di riferimento è la gente. Un esempio che, per quello che ci riguarda a livello dilettantistico, sarebbe una bella ricetta contro gli industriali che ottengono appalti dai Comuni in cambio di soldi, temporanei, per il calcio, effimeri quanto la durata degli appalti stessi.



● Tifosi dello United of Manchester; in alto la loro bandiera



ESEMPI



Inghilterra

La community MyFootballClub.com, fondata dal giornalista inglese Will Brooks nell'agosto 2007 ha raccolto oltre 53.000 associati ed ha acquisito la proprietà dello Ebbsfleet United, di Northfleet, che gioca nella 5a Divisione inglese



Italia

Sull'esempio di MyFootballClub, è nata in Italia Squadramia.it una community che ha acquistato la proprietà del Santarcangelo Calcio 1926, club romagnolo di Serie D. Tramite il sito si può facilmente gestire la società e partecipare alle attività societarie, compresi i provini visibili online

● A destra l'attaccante della Fortitudo Roma, Claudio Marino

AZIONARIATO ONLINE

## La generazione di manager nati su internet

Come diventare presidenti di una squadra di calcio comprando una quota da casa propria.

Diego Cavaliere

Per la scelta della Fortitudo parliamo di azionariato popolare classico. Ma c'è anche un altro tipo di azionariato di massa, quello online, in cui registrandosi a un sito si può sognare di gestire una squadra di calcio professionista. E' l'idea, geniale, che ha avuto per primo nell'agosto 2007 il giornalista Will Brooks, che decise di reclutare 50.000 tifosi di calcio e acquistare un club da gestire tutti insieme online democraticamente. Online si sarebbe votato per scegliere i giocatori da acquistare, quelli da far giocare, come farli giocare, da veri manager insomma.

Brooks fondò la MyFootballClub, una società inglese operativa attraverso il sito myfootballclub.com e dopo varie peripezie acquistò l'Ebbsfleet United, una società di Northfleet, in Kent, che gioca nella Blue Square Premier League, la 5a Divisione inglese, un po' la nostra Serie D. Il club ha una lunga storia, che inizia nel 1890 ma sarebbe diventato famoso il 19 febbraio 2008, quando fu acquistato dal sito di tifosi e trasformato nel primo club sotto la direzione di una comunità online. Il 23 gennaio 2008, il 95,89% dei membri fu d'accordo ad acquistare il 75% dell'Ebbsfleet United F.C., dopo aver provato ad acquisire il Leeds United, il Cambridge ed il Nottingham Forest. Altri club provarono ad avvicinare MyFootball club (Halifax Town, Mansfield Town, Leigh RMI), che però decise per l'Ebbsfleet United, dopo aver analizzato i conti della società.

**L'esempio nel mondo.** La situazione economica non è florida: il bilancio prevede un costo di circa 800.000 sterline non sostenibile solo dai membri del sito. Che però, pur diminuendo, restano numerosi: arrivano da 70 paesi differenti e seguono la squadra online ma anche attraverso un viaggio a Northfleet. Progetti simili sono nati in almeno 11 paesi: il "Meu Time de Futebol" in Brasile, il Mitsuperligahold in Danimarca, il Web F.C. in Francia nella Lega regionale della Bassa Normandia, il sito Deinfussballclub.de in Germania nato per acquisire il SC Fortuna Köln; il sito israeliano Web2Sport che opera per l'Hapoel Kiryat Shalom, un club di Tel Aviv nella sesta categoria; il progetto Squadramia in Italia, il giapponese Fujieda MYFC.



## L'ESEMPIO ROMAGNOLO Miracolo a Santarcangelo

L'esempio di MyFootball.com è arrivato anche in Italia. Attraverso il sito squadramia.it ci si può iscrivere alla comunità online che gestisce la squadra Santarcangelo Calcio 1926, Serie D, girone D, dove quest'anno ha anche disputato i play off. Potete tramite il sito decidere i giocatori da acquistare, visionare i provini, fare la squadra. E il 7 agosto si disputerà anche un'amichevole con tutti i presidenti online registrati. Sul sito vengono mostrate le immagini del campo, degli spogliatoi e di tutto il centro, per permettere di vivere in diretta la vita sportiva della squadra. Il tutto a un prezzo di 60 euro annuali.