

XLVII Osservatorio sul
Capitale Sociale degli Italiani

*IL TIFO CALCISTICO
DEGLI ITALIANI*

Rapporto settembre 2015



NOTA INFORMATIVA

L'Osservatorio sul Capitale Sociale è realizzato da Demos & Pi e Coop. Il sondaggio è stato condotto da Demetra (mixed mode CATI-CAMI) nel periodo 08 - 10 settembre 2015. Il campione nazionale intervistato (N=1.121, rifiuti/sostituzioni: 6.032) è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza. I dati sono stati ponderati in base al titolo di studio (margine di errore 2.9%). L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Fabio Bordignon, Luigi Ceccarini, Martina Di Pierdomenico e Ludovico Gardani hanno curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati.

Documento completo su www.agcom.it

L'ULTIMA COMUNITÀ DI FEDELI NEL NOSTRO PAESE: "DIVENTATI SUPERTIFOSI QUATTRO ITALIANI SU DIECI"

di Ilvo Diamanti

Il tifo è, forse, l'ultima forma di appartenenza rimasta, nel nostro Paese. Certamente più della politica, che suscita emozioni prevalentemente negative. Più del territorio, dei regionalismi e dei campanilismi, raffreddati e confusi dalla globalizzazione. E dalle tecnologie della Rete, che allargano le appartenenze oltre i confini locali. Mentre il legame con il proprio club di riferimento si conferma stretto.

Come emerge dal sondaggio condotto da Demos-Coop nelle scorse settimane, oggi 4 italiani su 10 si definiscono "tifosi". Molti meno rispetto a cinque anni fa, quando i "tifosi" erano oltre il 50 per cento (nel 2010: il 52). Ma, comunque, molti. In crescita, rispetto a due anni fa. Visto che nel 2013 costituivano il 36 per cento della popolazione. Peraltro, in parallelo, è cresciuta la componente di quanti dichiarano il massimo grado di attaccamento alla loro squadra: i "militanti". Oggi costituiscono il 47 per cento dei tifosi. Quasi 10 punti più di un anno fa. E quattro rispetto al 2010.

Insomma, i continui scandali che, da tempo, scuotono l'ambiente del calcio hanno ridimensionato la base del tifo, ma non di molto. Perché sono rimasti i più "fedeli". I più accesi. Quelli che non credono agli scandali, alle maldicenze. Anche quando sono fondate. Oltre metà dei tifosi, d'altronde, ritiene che, rispetto a 10 anni fa, il campionato sia maggiormente condizionato dalle scommesse. E il 42 per cento dalla corruzione. Ma tutto ciò non ha spento le passioni. Tanto meno le preferenze e gli orientamenti.

La graduatoria delle squadre, in base alla quota dei tifosi, risulta sostanzialmente immutata, rispetto agli ultimi anni. Davanti a tutte, come sempre, la Juventus. Che, anzi, ha aumentato la propria base. Ha raggiunto, infatti, il 35 per cento dei tifosi. Spinta dai ripetuti successi: attraverso la squadra, infatti, anche i tifosi vincono oppure perdono. Visto che il campionato è, comunque, argomento quotidiano di discussione: nei luoghi di lavoro e nel tempo libero. A casa, a scuola, e al bar. Su internet. Dopo la

"vecchia signora", come in passato, le milanesi: l'Inter con il 17 per cento, il Milan con il 14. La Juve e le milanesi, insieme, costituiscono i due terzi del tifo, in Italia.

La Juventus, peraltro, è "la più amata" dai tifosi del Nord-Ovest, del Centro e del Sud. La seconda, nelle regioni del Nord-Est (dopo il Milan: 28 per cento), del Centro-Sud (dopo la Roma: 32). L'Inter, invece, è radicata nel Centro-Nord, dove si avvicina e talora supera il 20 per cento. Mentre le altre squadre hanno una base di sostenitori maggiormente localizzata, territorialmente. In particolare, il Napoli, che supera il 24 per cento nel Sud. Oltre alla Lazio, più del 16 nel Centro-Sud. Cioè: intorno a Roma. In altri termini, la Juve ha una base "nazionale". Come, in misura più ridotta, Inter e Milan. Trainate, oltre che da successi e dalle tradizioni, anche dalla rivalità con i bianconeri.

D'altra parte, storicamente, si tifa non solo "per" ma anche "contro", una squadra. E i due orientamenti si rafforzano reciprocamente. Come in politica, dove l'antagonismo conta quanto l'attaccamento a un partito o a uno schieramento. Non per caso, dopo quasi cinquant'anni di divisioni, dettate dall'anticomunismo, per vent'anni gli elettori si sono contrapposti sull'anti-berlusconismo. Fino all'avvento, negli ultimi anni, di una nuova frattura, che ha segnato l'allontanamento degli italiani da tutti i partiti, senza distinzione. L'Anti-politica.

Qui sta la differenza più evidente con il tifo. Perché l'antagonismo, nel calcio, rafforza la fedeltà, invece di indebolirla. Non per caso la graduatoria delle squadre "contro" cui tifano gli italiani riflette quella del tifo "a favore". Così la Juve non è solo la squadra più "amata", ma anche la più "odiata". Dal 43 per cento dei tifosi, in generale. E, nello specifico, dal 74 per cento dei tifosi interisti, ma anche del Napoli. Inoltre: dal 63 per cento dei romanisti e dal 50 dei milanisti. L'antagonismo fra Juve ed Inter è, dunque, evidente, fra i tifosi nerazzurri. Puntualmente ricambiato. Visto che il 56 per cento dei tifosi bianconeri si dice ostile all'Inter. Una frattura profonda, allargata dalle vicende di Calciopoli, nello scorso decennio. Mentre l'antipatia di molti bianconeri verso la Roma (17 per cento) ha origine più recente. E deriva, probabilmente, dal fatto che la Roma, nelle ultime stagioni, è divenuta la principale avversaria della Juve.

Così la geografia e la graduatoria del tifo, delineate dall'Osservatorio 2015 di Demos-Coop, appaiono molto più stabili di quanto sia possibile osservare in ambito elettorale.

Forse perché, come ho già detto anche in altre occasioni, oggi il tifo costituisce la "fede" più solida, per gli italiani. Tanto che le stesse relazioni fra tifo e politica appaiono "ragionevoli", meglio: comprensibili.

In generale, infatti, il tifo "militante" riflette posizioni politiche più radicali. Maggiormente concentrato alle estreme. A sinistra, ma soprattutto a destra. Per quel che riguarda le squadre, non sorprende che il tifo della Juve si addensi, politicamente, al centro. Come la vecchia Democrazia Cristiana. Affiancata dal Napoli: il "partito dei tifosi nel Sud". Mentre i tifosi romanisti sono i più a sinistra. Probabilmente per reazione alle simpatie dei laziali, tradizionalmente di destra. In modo analogo, i tifosi di Inter e Milan si posizionano simmetricamente. A centro-sinistra: i nerazzurri. A centro-destra: i rossoneri. Sui quali si allunga l'immagine di Berlusconi. Che ha miscelato la politica con il calcio, oltre che con i media. Un'operazione imitata da altri. Non con lo stesso successo. Così il calcio si è "politicizzato". Mentre in politica le identità si sono sbiadite. Sono rimasti - e, anzi, si sono moltiplicati - solo gli ultrà. Insomma, la contaminazione fra calcio e politica non ha fatto bene a nessuno dei due mondi. Meglio tenerli distinti. E distanti.

COSÌ CRESCE LA RICHIESTA DI TECNOLOGIA IN CAMPO

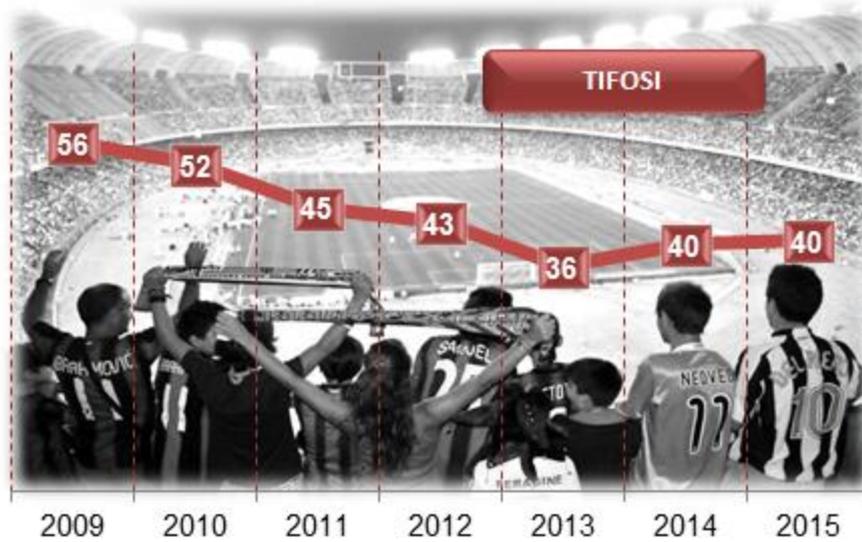
di Luigi Ceccarini

Le squadre scendono in campo e i tifosi cercano campo . Un campo, quello del calcio, sempre più tecnologico. I dati del rapporto Demos- Coop sul tifo certificano il binomio, sempre più stretto, tra calcio e supporti elettronici. Lo si vede sul rettangolo di gioco, affollato da sofisticate strumentazioni al servizio delle decisioni arbitrali. Lo si vede sul rettangolo dello schermo digitale: pc, tablet e smartphoni, attraverso i quali cresce, a ritmi sempre più sostenuti, il tifo "in Rete".

La televisione continua a farla da padrone, tra le modalità di fruizione dello sport più popolare, con i principali network a contendersi, in una partita senza esclusione di colpi, i diritti di campionato e coppe. Se due tifosi su tre seguono il tradizionale calcio "in chiaro", una quota altrettanto ampia — il 58 per cento — dispone di un pacchetto per la tv satellitare o il digitale terrestre. In generale, rispetto allo scorso anno, crescono tutti i "canali" — vecchi e nuovi — attraverso i quali si segue il calcio. Ma a far registrare il balzo più significativo sono i new media . Del resto, ormai, le stesse Tv offrono la visione online della partita. Ci sono poi le app delle compagnie telefoniche — una delle quali dà peraltro il nome a Serie A e Coppa Italia. A cui si aggiungono gli streaming clandestini catturati dalle emittenti straniere. E, per chi è disposto a rinunciare alle immagini, ci sono ancora l'intramontabile radiocronaca — sempre emozionante, nonostante il sapore vintage nell'era dell'Hd — e il racconto testuale delle dirette sui vari siti di informazione. Complessivamente, circa un tifoso su tre segue la propria squadra del cuore attraverso lo schermo digitale: dieci punti in più rispetto al 2013 e, ormai, oltre dieci punti di vantaggio sul tifo da stadio.

Lo stadio, il terreno di gioco, a sua volta equipaggiato con dispositivi di ogni tipo e strumentazione tecnologica di ultima generazione: telecamere, microfoni, trasmettitori, bandierine elettroniche, orologio digitale: l'arbitro che scende in campo come se fosse un android(e), un Robocop del tappeto verde. Non solo goal line technology . L'87 per cento dei tifosi chiede più tecnologia e si dice favorevole alla moviola in campo. È la democrazia del monitoraggio in versione pallonara. Come in politica, si associa ai dubbi sul rispetto delle regole (del gioco), alla sfiducia nelle istituzioni (del calcio). Negli stessi controllori: gli arbitri e le figure super partes. Un calcio assediato dalla corruzione, dal clientelismo. Dalla malavita legata alle scommesse: anche queste, ormai, in Rete.

L'EVOLUZIONE STORICA DEL TIFO IN ITALIA
 Lei è tifoso di calcio? (valori % - Serie storica)



TIPI DI TIFOSI

Su una scala da 1 a 10, quanto si sente tifoso? (valori % tra i tifosi)

	2015	2014	2012	2010
Militanti	47	38	43	43
Caldi	30	33	33	31
Tiepidi	23	29	24	26
TOTALE	100	100	100	100

Nota:

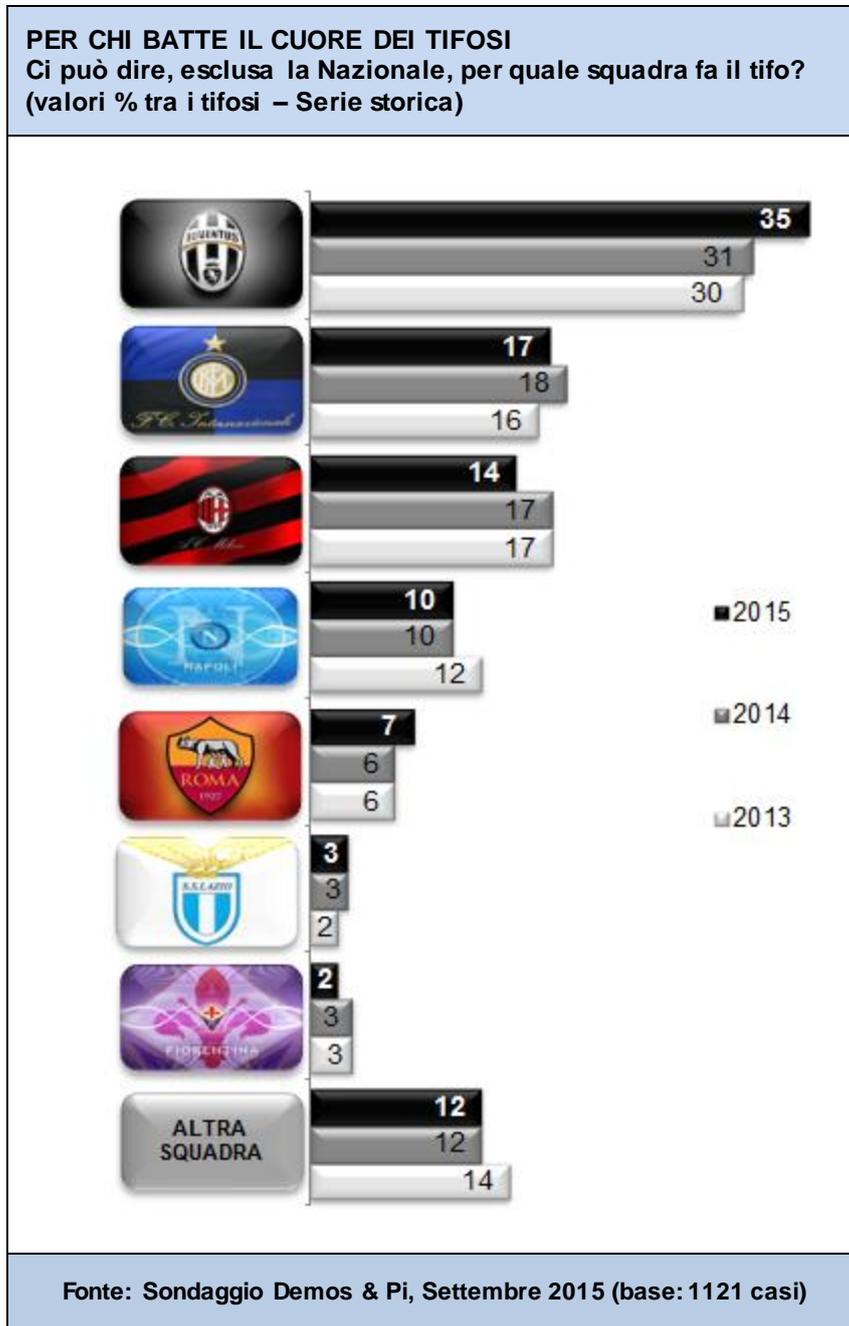
TIFOSI TIEPIDI: persone che hanno espresso un punteggio compreso tra 1 e 6

TIFOSI CALDI: persone che hanno espresso un punteggio compreso tra 7 e 8

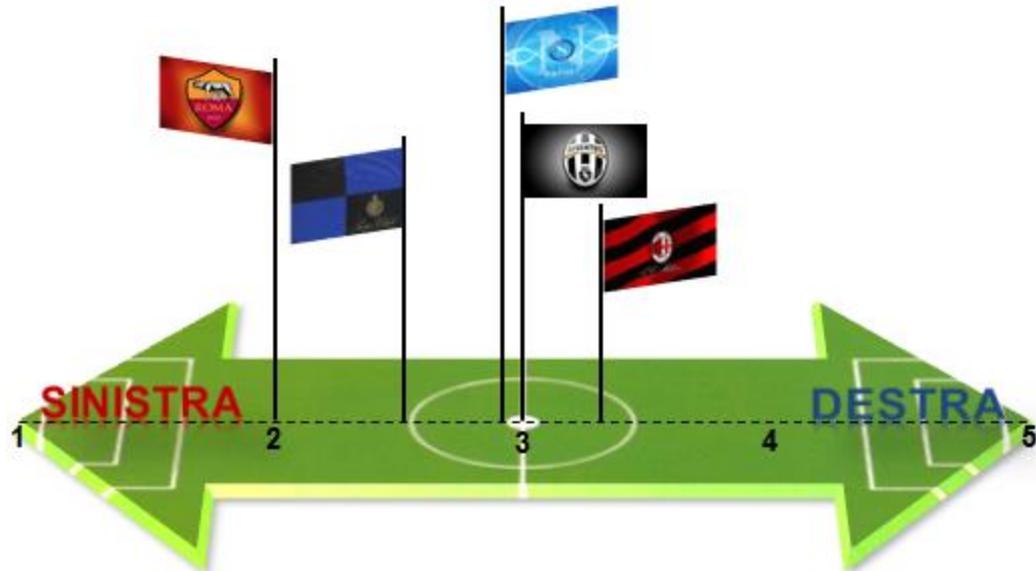
TIFOSI MILITANTI: persone che hanno espresso un punteggio compreso tra 9 e 10

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)

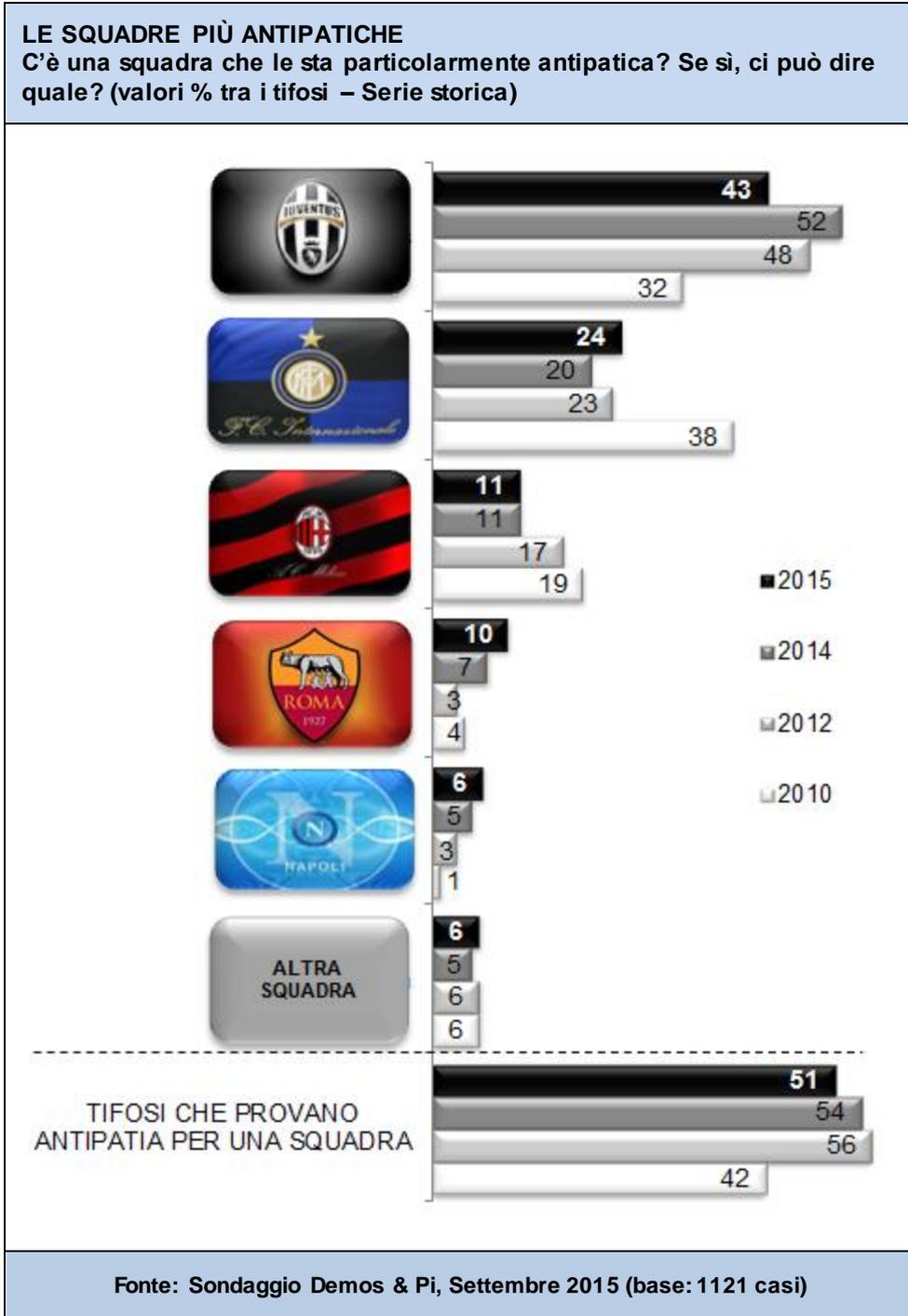
L'ORIENTAMENTO POLITICO DEI TIFOSI							
Su una scala da 1 a 10, quanto si sente tifoso? (valori % tra i tifosi)							
	Auto-collocazione politica						TIFOSO
	Sinistra	Centro sinistra	Centro	Centro destra	Destra	Esterni	
Tifosi militanti	50	35	36	47	69	44	47
Tifosi caldi	18	34	42	35	24	32	30
Tifosi tiepidi	32	31	22	18	7	24	23
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)							

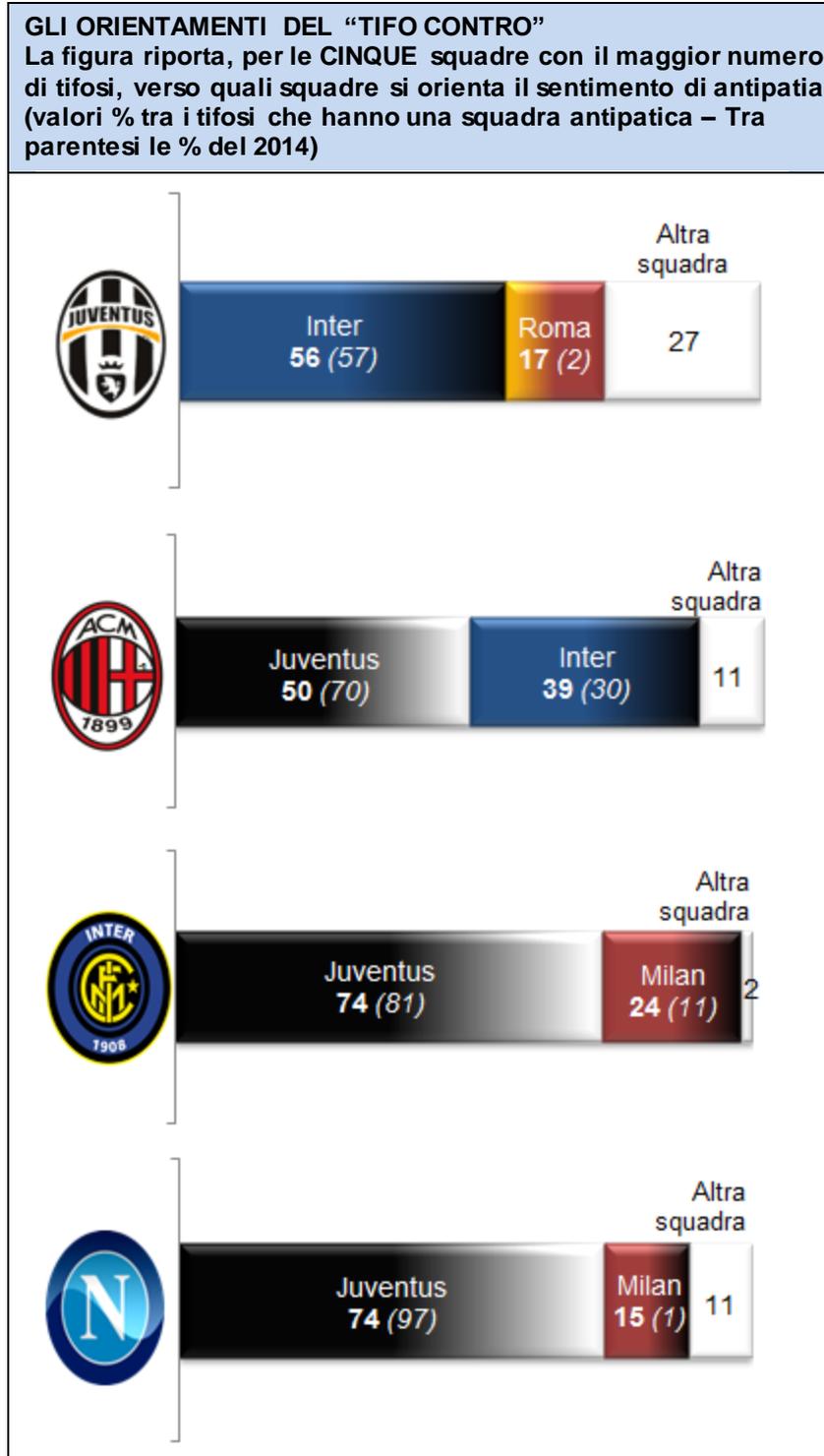


L'ORIENTAMENTO POLITICO DEI TIFOSI DEI PRINCIPALI CLUB
 Auto-collocazione sul continuum sinistra-destra (valori medi calcolati su una scala da 1=sinistra a 5=destra per i tifosi delle principali squadre)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)

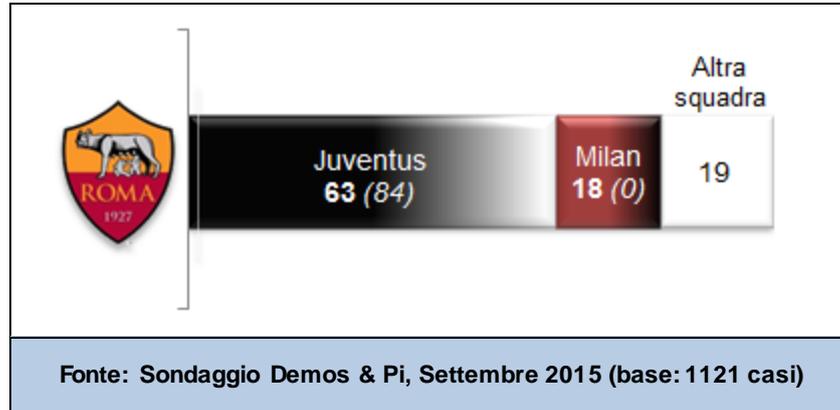




segue alla pagina successiva

GLI ORIENTAMENTI DEL “TIFO CONTRO”

(segue dalla pagina precedente)



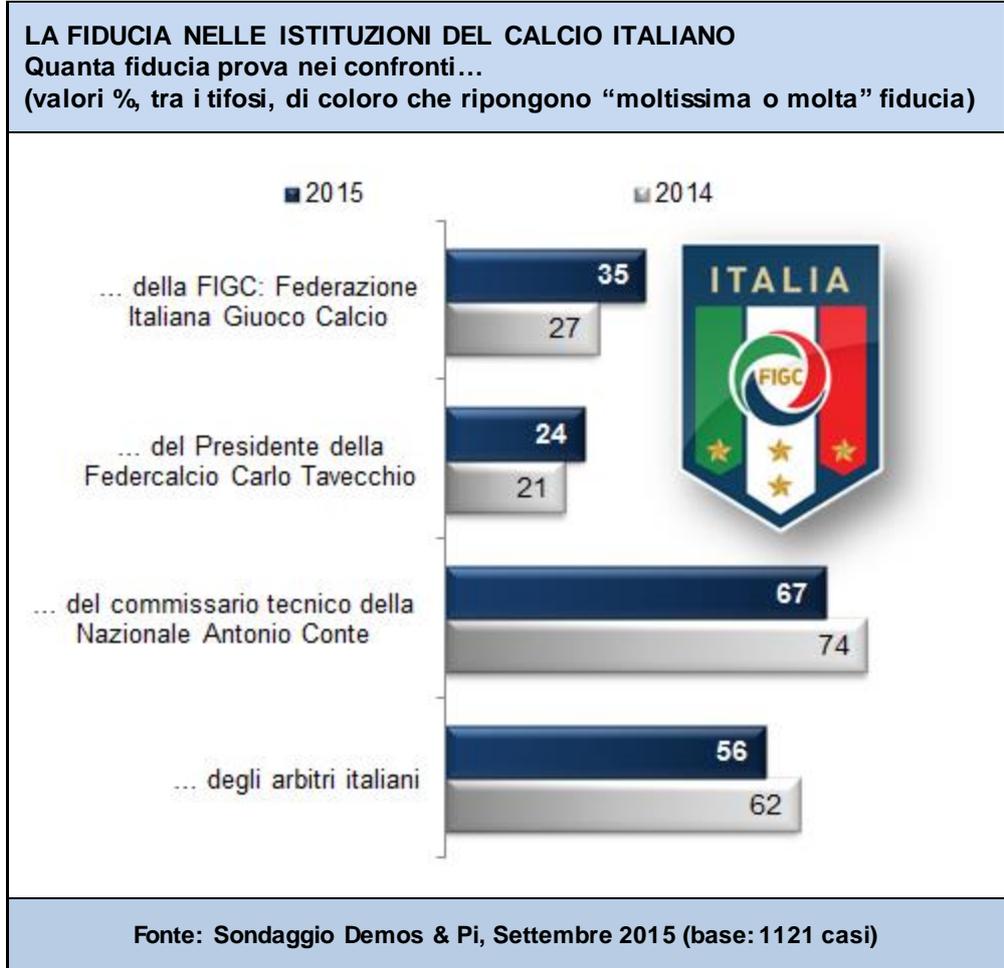
DOVE SI SEGUE IL CALCIO

Con che frequenza, durante la stagione calcistica, lei segue le partite della sua squadra...

(valori %, tra i tifosi, di coloro che hanno risposto "sempre o qualche volta", al netto delle non risposte – Serie storica)



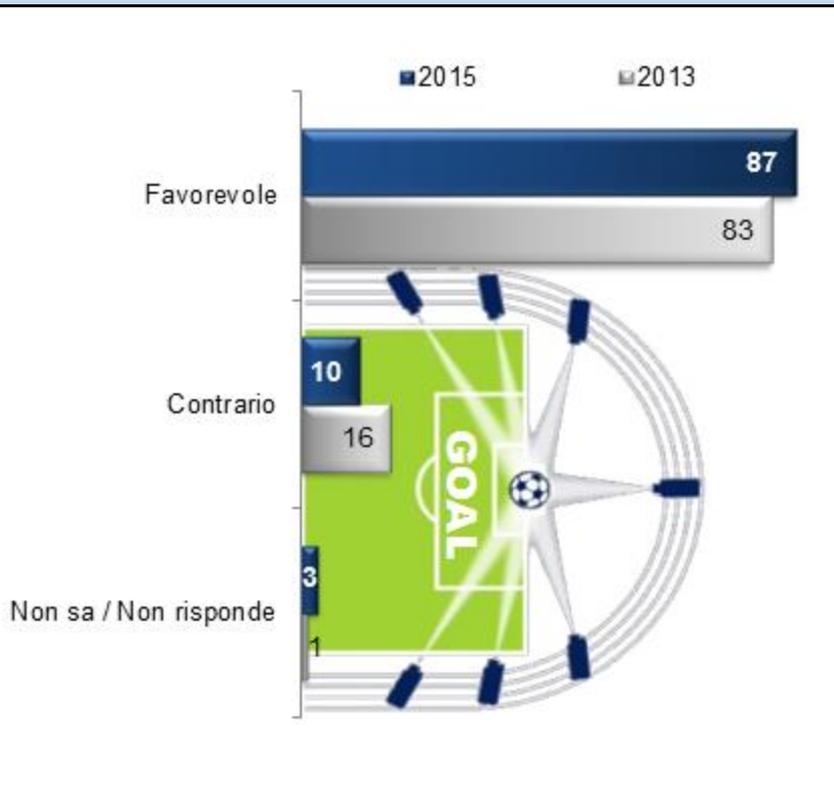
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)



NUOVE STRUMENTAZIONI TECNOLOGICHE

Lei sarebbe favorevole o contrario ad usare nuove strumentazioni tecnologiche, come la moviola in campo, per risolvere situazioni dubbie durante le partite?*

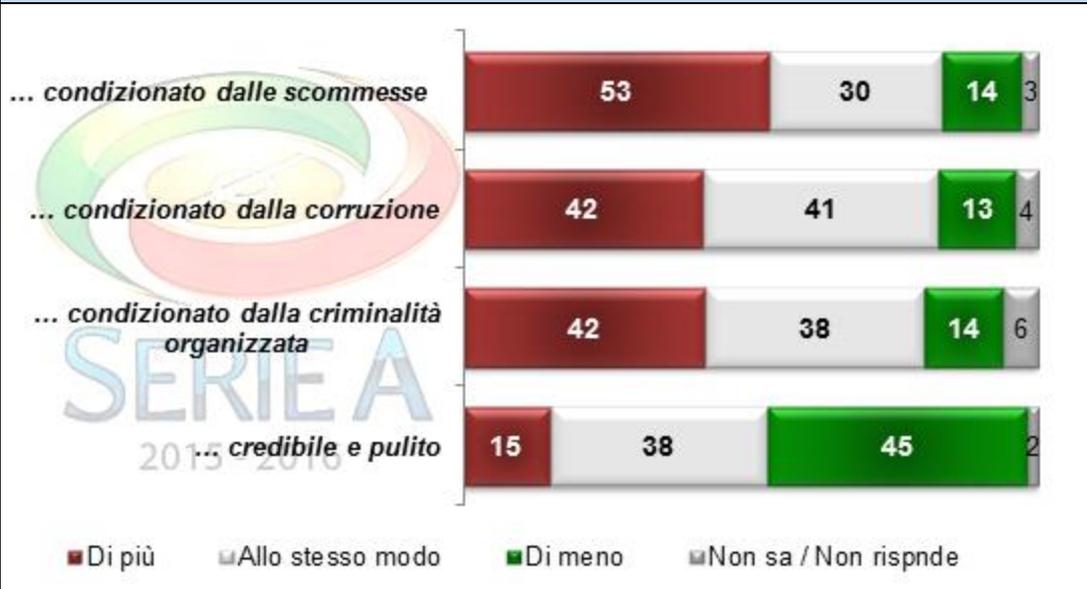
(valori % tra i tifosi)



* Nel 2013 domanda leggermente diversa: Lei sarebbe favorevole o contrario ad usare nuove strumentazioni tecnologiche, come sensori o la moviola in campo, per risolvere situazioni dubbie durante le partite?

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)

CAMPIONATO ITALIANO RISPETTO A 10 ANNI FA
 Secondo lei, rispetto a 10 anni fa, il campionato italiano è più o meno...
 (valori % tra i tifosi)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2015 (base: 1121 casi)