



Audizione del 10 luglio 2024 sull’Affare assegnato n. 373

Prospettive di riforma del calcio italiano

DOCUMENTAZIONE FORNITA DA SPORTMEDIASET

INTRODUZIONE

Prima di cominciare, vi giunga il mio ringraziamento per la possibilità di intervenire ai lavori della Vostra Commissione.

È un onore per me, per l’Azienda e per la testata che rappresento, potere contribuire alla discussione sulle prospettive di riforma del sistema calcio.

Ritengo che sia molto significativa la nostra partecipazione: difficilmente la categoria dei giornalisti viene coinvolta in questi processi, ed è ancora più stimolante che oggi vengano ascoltati i rappresentanti delle televisioni, quelli dei broadcaster che diffondono il calcio nel nostro paese.

Segno del nostro impegno e della centralità del sistema editoriale televisivo tra gli stakeholder di questo sport.

L’IMPEGNO DI SPORTMEDIASET

Il calcio ha fatto la storia nel nostro gruppo. Attraverso il calcio, con la trasmissione di alcune partite delle coppe europee agli inizi degli anni ‘80 e del Mundialito (prima per nazionali e poi per club), abbiamo contribuito ad aumentare la pluralità e la qualità del prodotto. Abbiamo allargato le possibilità per il consumatore, rompendo il monopolio e stimolando la concorrenza.

Senza dimenticare il valore sociale del nostro lavoro: offrire contenuti di qualità in modo gratuito a grandi fasce di utenza e senza alcuna discriminazione di reddito rispetto a quelli diffusi a pagamento da altri operatori/broadcaster. Un impegno, quello di Mediaset e delle sue testate sportive, che è stato largamente apprezzato dal grande pubblico e che ci ha premiato in termini di ascolti.

L'informazione professionale e verificata, nel cui ambito assume un ruolo di rilievo anche quella sullo sport e sul calcio, è infatti un tratto distintivo e qualificante della nostra programmazione.

Dopo tanti anni, esattamente 43 dalla prima partita di calcio che abbiamo trasmesso, crediamo ancora nella forza di questo sport.

La lista degli eventi che ci hanno dato prestigio è lunghissima: mi piace ricordare la straordinaria avventura del Mondiale 2018 che, malgrado la mancata presenza dell'Italia, ottenne un successo straordinario di pubblico e di critica. Fu il primo Mondiale con tutte le partite, comprese quelle in contemporanea, trasmesse in chiaro e in diretta e quindi visibili a tutti gratuitamente sui nostri canali.

Nel calcio italiano, Mediaset è uno dei partner principali della Lega avendo rinnovato il suo impegno per il prossimo triennio per la Coppa Italia e la Supercoppa Italiana, che è l'unico diritto esclusivo sul nostro territorio. Ci sono due broadcaster per la Serie A, due per la Champions League, solo uno per la Coppa Italia.

Un altro dato significativo è che, tra i diritti domestici, solo quello della Coppa Italia ha garantito più introiti alla Lega rispetto al contratto precedente. Segno che la manifestazione funziona e che la soddisfazione è reciproca: grazie all'impegno e alla linea del nostro Editore, il torneo è stato valorizzato al massimo in termini di copertura, promozione, dati di ascolto.

Nel documento che abbiamo consegnato, troverete i dati di ascolto delle competizioni e del nostro notiziario quotidiano SportMediaset in onda su Italia1, un punto di riferimento per il pubblico sportivo da quando, erano i primi anni 90, si chiamava Studio Sport.

Supercoppa Italiana 23/24



SEMIFINALI - DATI TV

MATCH	AUDIENCE MEDIA (TARGET INDIVIDUI)	SHARE % (TARGET INDIVIDUI)	AUDIENCE MEDIA (TARGET COMMERCIALE)	SHARE % (TARGET COMMERCIALE)
NAPOLI – FIORENTINA (ITALIA1)	3.367.000	15,15 %	2.041.000	17,01 %
INTER – LAZIO (CANALE 5)	4.777.000	22,66 %	2.814.000	24,95 %

FINALE - DATI TV

MATCH	AUDIENCE MEDIA (TARGET INDIVIDUI)	SHARE % (TARGET INDIVIDUI)	AUDIENCE MEDIA (TARGET COMMERCIALE)	SHARE % (TARGET COMMERCIALE)
NAPOLI – INTER (CANALE 5)	7.190.000	31,10 %	4.451.000	35,03 %

Coppa Italia 23/24



MEDIA - DATI TV

TARGET	AUDIENCE MEDIA	SHARE %
TARGET INDIVIDUI ITALIA1	1.074.000	7 %
TARGET COMMERCIALE ITALIA1	608.000	8,60 %
TARGET INDIVIDUI CANALE 5	4.014.833	19,97 %
TARGET COMMERCIALE CANALE 5	2.417.000	22 %

FINALE - DATI TV

TARGET	AUDIENCE MEDIA	SHARE %
TARGET INDIVIDUI CANALE 5	7.176.000	33,77 %
TARGET COMMERCIALE CANALE 5	4.439.000	37,73 %

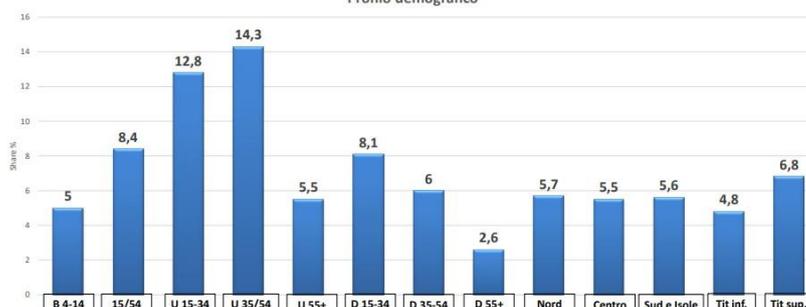
SportMediaset – 1st quarter 2024



DATI TV

TARGET	AUDIENCE MEDIA	SHARE %
TARGET INDIVIDUI	736.811	5,6 %

Profilo demografico



CALCIO E DIRITTI TV

Tornando ai diritti, il caso della Serie A è uno dei pochi nel panorama dei diritti tv europei. Se togliamo quelli dei tornei continentali, nuova Champions League in testa, i ricavi dai diritti domestici stanno pericolosamente invertendo la loro curva di crescita.

Pensando all'Italia, non sono ancora stati assegnati i diritti di trasmissione del secondo campionato più importante, la Serie B. Il primo bando è andato deserto, il secondo non ha ancora avuto adeguate offerte. E manca poco più di un mese all'inizio del campionato.

Nei primi due anni del precedente contratto pesava per 46 milioni, diventati 40 nell'ultimo campionato per l'abbandono di uno degli operatori, Helbiz.

C'è incertezza anche per il prossimo ciclo della Bundesliga ed è ancora più drammatica la situazione di un paese vicino a noi come la Francia. Lì addirittura non sono stati assegnati nemmeno i diritti della Ligue 1, il primo campionato nazionale. Un caso straordinario, un segnale importante per tutti: player di primo livello come Canal + e BeIn Sport hanno tenuto duro mandando un messaggio: "Noi possiamo sopravvivere senza il vostro calcio". Dall'altra parte della barricata, una considerazione del genere- probabilmente- non potrà mai essere diffusa. Il calcio ha bisogno delle tv, i soldi dei diritti garantiscono la sopravvivenza di molte società e aggiustano bilanci traballanti.

DIRITTI IN ITALIA

Nella serie A, per fortuna come dicevamo, non abbiamo ancora questo problema. Il prossimo contratto di cinque anni dovrebbe garantire una cifra vicina al miliardo annuale. Siamo lontanissimi da una realtà come l'Inghilterra visto che le società della Premier League, dal 2025, se ne divideranno il doppio, 2 miliardi, ma accontentiamoci. Rimangono cifre importanti per un sistema che viene definito in crisi e non peraltro la Vostra commissione si prende cura della riforma del settore. La nostra nazionale è reduce da una pessima partecipazione all'Europeo. Non si qualifica alla seconda fase, quella a eliminazione diretta, dei Mondiali dall'anno d'oro 2006. In pratica, la crisi mondiale degli Azzurri, se

togliamo l'exploit del 2021, ha raggiunto la maggiore età: 18 anni. Tra i club, non vinciamo la Coppa principale europea dal 2010, gli ultimi due campionati non sono passati alla storia per l'equilibrio tra le forze in campo: Napoli e Inter hanno vinto con netto distacco. Ma il calcio in Italia, senza dubbio resiste. Non sono in sintonia con chi prevede, in un orizzonte di breve-medio termine, un sorpasso in termini di passione di altri sport che stanno dando maggiori gioie alla nostra nazione. La potenza del calcio è quella di essere sempre centrale nella testa degli italiani. Anche quando è in crisi di risultati e pure in un momento di mancanza di talenti. Non è nemmeno una questione di generazioni. Forse sta cambiando e cambierà ancora di più il consumo del prodotto calcio. Ma se prendiamo un metro di confronto che sia stabile nelle epoche e nei tempi e che ci permetta di misurare lo stato di salute del nostro calcio, abbiamo un risultato che ci deve fare riflettere. La componente che analizziamo è quella degli stadi, del pubblico che va a vedere le partite sul posto, non attraverso un *media* antico o nuovo che sia. E negli stadi vediamo tifosi di tutta l'età, moltissimi i giovani, i bambini.

Ebbene, la serie A ha chiuso il suo ultimo campionato con una media di 30.911 spettatori per ogni gara, equivalente a un'occupazione dei posti allo stadio del 78,2%. Numeri eccezionali. Soprattutto se consideriamo che i primi tre club per pubblico in Italia, Inter, Milan e Roma hanno registrato rispettivamente una media di 72.838, 72.000 e 62.925 tifosi a partita (*). Tra i più alti in Europa. I primi tre club per presenze di tifosi in Premier League, Manchester United, West Ham United e Tottenham Hotspur, hanno registrato rispettivamente una presenza media di 73.534, 62.440 e 61.459.

Era da 26 anni che non si vedevano numeri di questa portata negli impianti delle società della massima divisione italiana. E qui si apre un capitolo importante, che avete già affrontato in quasi tutte le precedenti audizioni: parliamo del tema stadi in Italia.

*https://www.transfermarkt.it/serie-a/besucherschahlen/wettbewerb/IT1/plus/1?saison_id=2023

GLI STADI IN ITALIA

Non ho le competenze per dare consigli, ma vi porto alcuni dati di fatto. L'Europeo in corso di svolgimento si sta dimostrando una grande opportunità sportiva, sociale ed economica per la Germania. Buona parte degli stadi sono stati costruiti 20 anni fa. L'Allianz Arena di Monaco è uno di questi: è costato 350 milioni ed è ancora uno degli impianti più moderni e affascinanti del continente. Quindi, da osservatore, rimango perplesso quando leggo, a volte, di cifre a cavallo del miliardo per erigere un nuovo stadio in Italia. Possibile che in 20 anni i costi si siano triplicati? Altro esempio è la Dusseldorf Arena, costruita tra il 2002 e il 2004, che ha ospitato anche partite di football americano, incontri di boxe, concerti e pure nel 2011 una finale dell'Eurovision Song Contest. Ha il tetto retrattile ed è costato 240 milioni di euro. A ottobre dell'anno scorso ci sono stati assegnati insieme alla Turchia gli Europei del 2032. La nazione che li ospiterà con noi è praticamente già pronta con l'impiantistica. In Italia, in nove mesi non è stato ancora partorito nulla, nemmeno un progetto. I nuovi stadi sono una condizione essenziale per migliorare la qualità del prodotto, per renderlo più appetibile e, soprattutto, per garantire

INVESTIRE SUI GIOVANI

Un ultimo passaggio sui giovani. Sui quali abbiamo una visione ancora pigra, tanto che la Primavera A è addirittura per gli Under 20. In questa forse giocherebbero- se li avessimo- i "nostri" Yamal, Bellingham e Gavi, per fare qualche esempio. Sappiamo che nella suddivisione tra le società dei diritti televisivi, una percentuale, l'1%, viene destinata alle squadre che utilizzeranno i giovani. Ma neanche questo ha migliorato l'atteggiamento dei nostri club. I Centri Federali, che nelle intenzioni dovevano arrivare fino a 200, in Italia non sono mai decollati. Sarebbe importante per il nostro calcio coprire i territori, scoprire talenti ed evitare che ci sia un alto tasso di abbandono soprattutto nel cambio di livello scolastico. Le Scuole Calcio hanno costi troppo alti: quante famiglie possono permettersi una spesa di 4/500 euro mensili per i propri figli?

CONCLUSIONI

Le considerazioni della mia parte finale sono legate a un aspetto che manca al nostro calcio: la programmazione, soprattutto perché rincorriamo i risultati.

Siamo figli degli stessi. Eroi dopo gli Europei 2021, incapaci dopo l'eliminazione in quelli attuali. La parola chiave dev'essere invece, ribadisco, "programmazione". Per forza a medio/lungo termine. Ci vorrebbe meno politica sportiva e più concretezza.

Ho parlato di impianti e di giovani, ma questo vale per la preparazione di tecnici e dirigenti, spesso non adeguata, per il calcio femminile, la sostenibilità, l'inclusione, insomma per tutti gli aspetti che possano rendere il nostro calcio migliore in campo e fuori dal campo.

Grazie