

La Vecchia signora non sfigurerà all'estero

L'8 settembre il Notts County, la squadra di calcio più antica del mondo, è scesa in campo a Torino per inaugurare il nuovo stadio della Juventus. La famosa maglia a righe bianche e nere della Vecchia signora del calcio italiano trae ispirazione proprio dalla squadra di Nottingham. L'evento, però, è significativo non solo per la rievocazione storica ma anche perché segna una nuova era nel calcio italiano. I fatti recenti hanno gettato un'ombra su questo sport e l'inaugurazione rappresenta la rinascita della Vecchia signora. Secondo l'annuncio che l'ha preceduta, è «lo stadio che cambia il calcio». Questo sport spesso esorta iperboli, ma nel caso dello stadio della Juve sono appropriate.

Un'importante caratteristica del calcio europeo degli ultimi vent'anni è stata l'inclusione dei complessi commerciali. Le società d'élite cercano di massimizzare i ricavi per poter competere nei campionati nazionali e nella Champions League europea. Il Manchester United, il Barcellona e il Real Madrid, per citare alcuni esempi, hanno sviluppato una serie di strategie per incrementare i profitti con cui attirare i migliori giocatori del mondo. Per finanziarsi hanno fatto ricorso a sponsor, contratti televisivi e rinnovamento degli stadi. Di contro, i club italiani traggono il grosso delle entrate da contratti televisivi negoziati individualmente. Quando nel 2011 la Serie A è tornata alla negoziazione collettiva, le principali società hanno subito un notevole calo d'incassi. Secondo un rapporto della Deloitte Football Money League, la Juventus si è trovata in una situazione assai difficile perché dai giorni delle partite ricava solo l'8% dei suoi profitti. La società ha quindi finanziato la costruzione di uno stadio di livello mondiale che dovrebbe aumentare la sua competitività in Europa e attenuare la perdita degli incassi televisivi. L'inclusione di negozi, caffè e ristoranti lo rende una meta commerciale per l'intera settimana. Attirando nuovi consumatori, invece di limitarsi ai suoi tifosi, il club costruirà forse

un rapporto più solido con l'intera collettività.

L'architettura dello stadio non si limita a contemplare la competitività commerciale, è anche altamente simbolica. Gli stadi sono la rappresentazione fisica del complesso commerciale: si collocano all'intersezione tra sponsor, mezzi d'informazione e calcio. Di conseguenza incarnano lo status del loro club. Non solo riflettono il modo in cui questo ha assimilato la logica commerciale, ma stadi come il Santiago Bernabeu del Real Madrid, il Camp Nou di Barcellona e l'Old Trafford del Manchester United riflettono anche l'importanza delle squadre che vi giocano.

Architetti di fama internazionale hanno unito aspetti commerciali a influenze globali per creare stadi innovativi, mentre i progressi tecnologici in fatto di sedili, coperture e materiali hanno permesso la costruzione di una vasta gamma di strutture.

L'Emirates Stadium dell'Arsenal, l'Arena di Amsterdam e l'Allianz Arena di Monaco ne sono ottimi esempi.

Gli stadi contemporanei accrescono il comfort e il piacere dei tifosi ponendo l'accento sulla sicurezza. Con la rimozione delle barriere e una maggiore attenzione a steward e controlli, il nuovo stadio della Juventus inaugura un'altra trasformazione significativa del calcio italiano. Dopo la tragedia di Hillsborough, le barriere che circondavano i campi di calcio sono state rimosse. In Gran Bretagna questo ha segnato la transizione a stadi commerciali, accoglienti e sicuri, con soli posti a sedere. In Germania sono stati mantenuti gli spalti con i posti in piedi, ma sono anche state aggiunte delle migliorie simili in tema di sicurezza e comfort.

Malgrado le dimensioni di stadi come il già citato Allianz Arena, il Signal Iduna Park del Borussia Dortmund e il Bay Arena del Leverkusen, tutti gli spettatori sono vicini al campo, senza barriere. In Italia la Fiorentina ha già dimostrato l'importanza della rimozione delle recinzioni che circondavano la curva. La copertura e la vicinanza al campo permetteranno ai rumori dei tifosi e dell'incontro di restare all'interno, contribuendo a rendere più intensa l'atmosfera.

Gli stadi migliori e più comodi hanno incrementato l'affluenza degli spettatori in

Inghilterra, Germania e Paesi Bassi. Molti club inglesi hanno ristrutturato i loro stadi o ne hanno costruiti di nuovi: fra questi, le ex squadre della Premier League come il Leicester City e il Southampton fino alle squadre promosse da serie amatoriali come il Burton Albion e lo Yeovil Town. Di contro, la separazione dei club dal loro stadio ha prodotto difficoltà finanziarie e campagne simboliche per farli tornare «a casa». Nel 2011, dopo una battaglia durata sedici anni per trovare una sede in seguito alla vendita del Goldstone Ground da destinare a un complesso edilizio, è stato inaugurato il Falmer Stadium del Brighton and Hove Albion. Un problema simile potrebbe capitare al Plymouth Argyle. Il club della Westcountry è in liquidazione e il potenziale acquirente vuole separarlo dal suo Home Park. Gli stadi suscitano il senso del luogo e garantiscono la sicurezza finanziaria ed emotiva ai club e ai loro tifosi. Quello della Juventus occuperà il suo posto nel pantheon degli stadi globali, consentendo alla squadra di restare tra le formazioni più prestigiose del mondo. Il futuro si preannuncia roseo per la Vecchia signora.

About Author



[mark_doidge](#)

[See author's posts](#)

[!\[\]\(cbe2492b119e39e02a1dab2af4a4b296_img.jpg\) Condividi](#)