

L'AZIONARIATO POPOLARE NEL CALCIO

DALLE ESPERIENZE EUROPEE UN MODELLO PER I CLUB ITALIANI?



IN UN CONVEGNO STORICO ALL'AUDITORIUM DELLA CASSA FORENSE
LA PRESENTAZIONE DEL PROGETTO ATTESO DA MIGLIAIA DI TIFOSI



IL CALCIO PER LA GENTE E' LA STRADA MAESTRA

Il Rapporto Kpmg-Studio Tonucci sgombra il campo dai dubbi: si può fare, basta volerlo. E un giorno si farà

RICCARDO LUNA

Visto che era il Natale di Roma, mi prendo la licenza di una citazione in tema: «Il dado è tratto». Nell'auditorium della Cassa Forense infatti è accaduta una cosa importante che potrebbe rivelarsi addirittura storica. Per la prima volta si è parlato seriamente di fare l'azionariato popolare nel calcio in Italia. Ovvero trasferire la proprietà dei club nelle mani di migliaia di tifosi che eleggono il loro presidente determinando le scelte fondamentali della squadra del cuore. Rivoluzionario? Neanche troppo visto che lo fanno da decenni i grandi club di Spagna, Portogallo e Germania.

Ho aggiunto il termine «seriamente» non perché le discussioni fatte fin qui non siano state serie o perché il grande entusiasmo di tanti tifosi sul tema sia solo una

goliardata, anzi. Quella passione è il presupposto di un progetto del genere. Ma dopo il convegno promosso dalla Fondazione Roma Europea, il dibattito fa necessariamente un salto di qualità: il tema dell'azionariato popolare nel calcio esce dal mondo dei sogni o peggio, della chimera, per entrare in quello degli obiettivi realizzabili. Lo dimostra in maniera inequivocabile il Rapporto curato in tutti i dettagli da due grandi istituti, la Kpmg Advisory e lo Studio Legale Tonucci. Il Rapporto risponde in maniera chiara e fondata a tutte le domande e i dubbi sull'argomento: quanti soci servono per partire? quanti soldi dovrebbero versare? quali vantaggi avrebbero in cambio del pagamento della quota annuale? come si elegge il presidente e come si evita il rischio di scalate da parte di personaggi ostili? quale meccanismo può consentire ad una associazione o una fondazione di tifosi-soci di controllare una società per azioni, come

previsto dalle leggi attuali?

Tra grafici e tabelle quel Rapporto in realtà dice molto di più: ci dice che un club di proprietà di centomila tifosi è un tesoro di per sé. Vuol dire avere una comunità intera che si sente parte di una squadra ogni giorno; vuol dire avere una città con tutte le sue imprese pronte a partecipare alle iniziative che si fanno nel nome della maglia; vuol dire avere famiglie che si sentono legate ad una bandiera anche se non sono appassionati di calcio, perché quella bandiera unisce una molteplicità di discipline sportive praticate da giovani atleti.

Vuol dire, in sintesi, un calcio di nuovo a misura di tifoso.

Con la giornata di ieri abbiamo tenuto fede all'impegno preso alla fine di novembre con i romanisti di provare a verificare la fattibilità di un sogno: la Roma ai tifosi. Più di così non potevamo e per ora non dovevamo

fare. Spetta ad altri andare avanti su questa strada o presentare un modello alternativo migliore. «L'azionariato popolare rappresenta il futuro del calcio» ci disse il 22 novembre il sindaco di Roma Veltroni. «Auspicio la trasformazione dei club in public company» riteneva subito dopo il presidente della Federcalcio Carraro. Beh, se davvero lo pensate, muovetevi, datevi da fare.

Noi con il lavoro di questi mesi crediamo di aver seminato qualcosa di nuovo: oggi è impossibile dire se ci vorranno mesi o anni per veder germogliare l'azionariato popolare nel calcio in Italia. Ma ai tanti tifosi che ci hanno sostenuto, alla Consulta che ci ha seguito giorno per giorno, a Fabrizio Grassetti, Francesco Lotito, Adriano Ciaralli, William Spadino, Gigi Cervelli, Davide Gramiccioli, Lorenzo Contucci e Guido Zappavigna mi sento di poter dire con assoluta certezza e grande soddisfazione che quel giorno arriverà.

