

Calcio: il 75% dei tifosi italiani under 35 è favorevole a una riforma delle regole del gioco

Secondo il report Football Fan Experience di Deloitte, i tifosi vorrebbero maggiore trasparenza nelle decisioni arbitrali, una revisione del tempo di gioco e un impegno più spiccato sul fronte della sostenibilità ambientale

- *Il 78% dei tifosi preferisce un arbitraggio più trasparente con una revisione dell'uso del VAR*
- *Il 68% dei tifosi chiede un cambiamento dei tempi di gioco, con partite più brevi e l'introduzione del tempo effettivo*
- *Solo il 39% dei tifosi più appassionati è soddisfatto dell'esperienza allo stadio, un dato che scende al 10% per i tifosi meno appassionati*
- *In caso di ristrutturazione o nuova costruzione dello stadio, il 54% dei tifosi richiede di investire in aree di ristoro moderne e il 45% in aree verdi*

Milano, 20 novembre – Una revisione dei tempi di gioco, maggiore precisione nell'utilizzo del VAR e più trasparenza nelle decisioni arbitrali, così come un impegno più spiccato sul fronte della sostenibilità ambientale. Il mondo del calcio è in continuo cambiamento, ma a cambiare sono anche le preferenze e il coinvolgimento dei tifosi italiani, soprattutto tra quelli più giovani.

È quanto emerge dalla seconda edizione della **Deloitte Football Fan Experience**, report che monitora il sentiment, le aspettative e i comportamenti dei tifosi di calcio in Italia attraverso 2.120 interviste realizzate su temi legati alle regole e ai tempi di gioco, alla fruibilità delle partite, all'intrattenimento e ai valori fondamentali come la sostenibilità.

Secondo l'indagine di Deloitte i tifosi più giovani, il 75% degli under 35, accoglierebbero con entusiasmo un cambiamento nel format di gioco e quindi modifiche per migliorare la trasparenza e la competitività nel rispetto della struttura tradizionale del campionato. In particolare i fan sono affascinati da un'evoluzione delle partite, con riferimento particolare agli interventi arbitrali e al tempo effettivo, e nel percepito generale è centrale anche la revisione dei formati.

“Il mondo del calcio è in costante trasformazione – commenta **Luigi Capitanio, Partner di Monitor Deloitte** – La passione dei tifosi rappresenta un motore trainante nell'evoluzione di questo sport, con i club sempre più impegnati a cercare nuove soluzioni per soddisfare le richieste del pubblico e migliorare l'esperienza complessiva. È essenziale per le società calcistiche italiane ascoltare i tifosi e identificare le aree di miglioramento, con l'obiettivo di offrire un'esperienza nuova, sempre più attraente e coinvolgente, che vada oltre i novanta minuti della singola partita”.

“L'esperienza del tifoso nel mondo del calcio va indirizzata sempre di più a 360 gradi – aggiunge **Francesca Tagliapietra, TMT Industry Leader Deloitte Italia** – Non solo la possibilità di vivere le partite dal vivo o attraverso uno schermo, ma anche un coinvolgimento che preveda maggiore interazione con il proprio club durante tutta la stagione e una spiccata attenzione su valori fondamentali come la sostenibilità, per far sì che il calcio diventi un motore di cambiamento positivo per l'intera società. Il futuro del calcio passa

anche da qui ed è per questo che le società e le istituzioni calcistiche devono fare squadra con i tifosi a beneficio dello sport più amato nel nostro Paese”.

Il 68% dei tifosi richiede la revisione del tempo di gioco

L'indagine evidenzia come i tifosi accoglierebbero diverse proposte di modifica dell'attuale format di gioco, con particolare interesse da parte del 78% dei fan per una maggiore trasparenza nelle decisioni arbitrali e una revisione dell'uso del VAR, tema particolarmente sentito tra i giovani tifosi. Questo riflette il desiderio di rendere più chiare le decisioni durante le partite. Il 68% dei tifosi richiede la revisione del tempo di gioco, con proposte come la riduzione della durata dei match o l'introduzione del tempo effettivo, volte a migliorare competitività ed equità.

Inoltre la revisione dei formati è centrale nel percepito dei tifosi, con il 54% dei tifosi interessato a una ristrutturazione del campionato, con la riduzione delle squadre o l'introduzione di playoff e play-out

Solo il 39% dei tifosi più accaniti vanta un elevato livello di soddisfazione dell'esperienza allo stadio, percentuale che scende fino al 10% tra i tifosi meno appassionati. In caso di rinnovo dello stadio o di costruzione di una nuova struttura, il 54% dei tifosi richiede di investire in aree di ristoro moderne, il 45% in aree verdi e il 40% per musei e negozi dedicati al club. I tifosi sarebbero disposti a spendere di più per cibo, bevande e abbonamenti se le strutture fossero più moderne e offrissero maggiori servizi.

Circa 8 tifosi su 10 sarebbero interessati a visitare il centro allenamenti della propria squadra e in larga maggioranza sarebbero disponibili a pagare un biglietto d'ingresso. In particolare, i tifosi sono interessati alla creazione all'interno dei centri di aree di incontro con i giocatori (58%), di corsi per ragazzi (39%) e di aree ristoro all'interno del centro (37%).

Oltre il 75% dei tifosi under 35 è interessato al calcio femminile, al contrario tra il pubblico più maturo il movimento femminile ha un seguito inferiore con il 60% degli over 35 che dichiara di essere interessato. Emerge, inoltre, una crescente propensione a seguire le partite allo stadio con il 16% dei tifosi che prevede in futuro di assistere da vivo a una partita di calcio femminile.

Il 63% dei tifosi più appassionati investirebbe nel proprio club

Per quanto riguarda l'azionariato popolare, il 63% dei tifosi sfegatati e il 42% dei tifosi appassionati sono disposti a investire nel proprio club, con una spesa media annua di 119 euro. È interessante notare che circa il 70% dei tifosi non investirebbe più di 150 euro all'anno con metà del campione disposto a spendere tra 50 e 150 euro

Circa il 50% dei tifosi segue esclusivamente le partite o le vicende sportive più ampie, mentre solo 1 su 4 è interessato alle vicende societarie e alle iniziative sociali promosse dal club.

In merito ai canali di fruizione, invece, la TV rimane il canale preferito dai tifosi per seguire le partite di calcio sia sui canali a pagamento (44%) sia su emittenti regionali con telecronache specializzate (26%). Circa il 70% dei più giovani tra i 15 e i 34 anni preferisce una comunicazione attraverso i nuovi media con esperienze più dinamiche e interattive.



Inoltre, il 62% dei giovani tifosi tra i 15 e i 24 anni è fortemente interessato a sottoscrivere una membership a pagamento presso il proprio club del cuore, con un contributo mensile medio di circa €6, che consenta di ottenere sconti, partecipare a eventi esclusivi e accedere a contenuti riservati.

Azioni concrete per un calcio più sostenibile: lo chiedono 3 tifosi su 4

Il 74% dei tifosi italiani ritiene che le istituzioni calcistiche internazionali nazionali, insieme agli organi governativi, debbano guidare azioni concrete per un calcio più sostenibile, esprimendo una forte aspettativa di cambiamento reale e coordinato a livello internazionale.

La sostenibilità è cruciale per il calcio, con i valori ambientali e sociali che vengono sempre più integrati nelle strategie aziendali. Il 66% dei tifosi sarebbe disposto a smettere di seguire la propria squadra se questa non mantenesse le promesse in ambito sostenibile. Questa tendenza è particolarmente evidente tra i tifosi più giovani con il 75% dei fan tra i 15 e i 24 anni e il 70% di quelli tra i 25 e i 34 anni, che dichiarano di essere pronti a rinunciare al proprio sostegno se il club non fosse in grado di mantenere le proprie promesse di sostenibilità.

Attualmente, quasi il 30% dei tifosi si dice non pienamente soddisfatto della congruenza tra gli sforzi del club sui temi sostenibili e la comunicazione utilizzata. La comunicazione, infatti, deve essere chiara e coerente con le azioni sostenibili eseguite per soddisfare le aspettative dei tifosi.

Contatti

Ufficio Stampa Deloitte | Michela Migliora, Michele Pozzi

Tel: +39 02 83326028

Email: mimigliora@deloitte.it / mpozzi@deloitte.it

Omnicom PR Group | Tommaso Filippi, Michele Cartisano, Letizia Castiglioni, Davide Paolicchi, Giacomo Agostinelli

Tel: 324 0021567, 340 852 4741, 389 450 7621, 347 142 2632, 333 283 8953

Email: deloitte-ita@omnicomprgroup.com