

Analisi delle cause dell'abbandono dello stadio Olimpico: esiti di un sondaggio online

Alvise Mattei - Lorenzo Contucci

Introduzione

A fronte della mancanza di tifo senza precedenti nella stagione calcistica 2015/2016, con dati di affluenza che raccontano di un calo di oltre il 30% di presenze allo stadio Olimpico, si è ritenuto di procedere alla somministrazione di un sondaggio al fine di rilevare le cause e le possibili soluzioni all'assenza dei tifosi dagli spalti. Le domande sono state suddivise in tre sezioni:

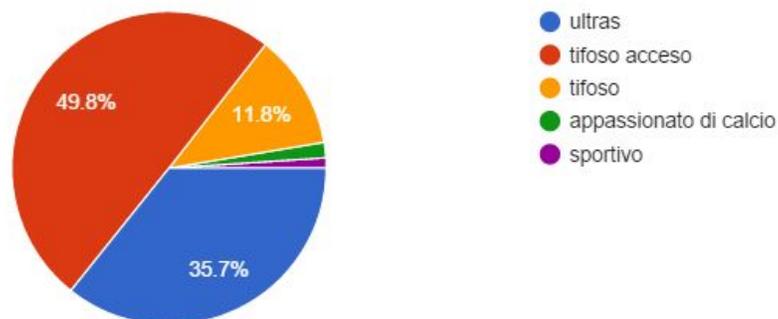
1. raccolta di informazioni sui partecipanti al sondaggio,
2. valutazione delle motivazioni che spingono i tifosi a recarsi allo stadio
3. valutazione delle cause dell'allontanamento dallo stadio

Destinatari

Il sondaggio sotto riportato è stato proposto a tutti gli utenti del sito www.asromaultras.it, più i fruitori di alcune pagine facebook seguite dai tifosi giallorossi. Le risposte pervenute sono più di 3000 e la maggior parte di esse sono pervenute nei primi 2 giorni di sondaggio. Il sondaggio è rimasto attivo per 5 giorni totali, con risultati sostanzialmente stabili a partire dal millesimo intervistato.

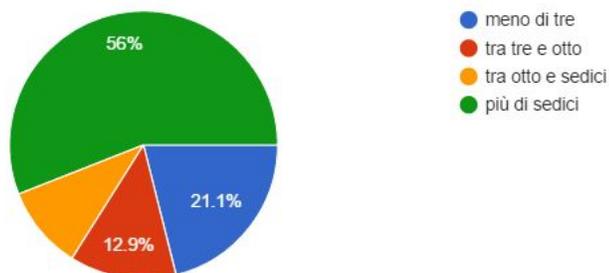
Risultati - PARTE I

Segna la categoria di tifoso alla quale ti senti più vicino (3214 responses)

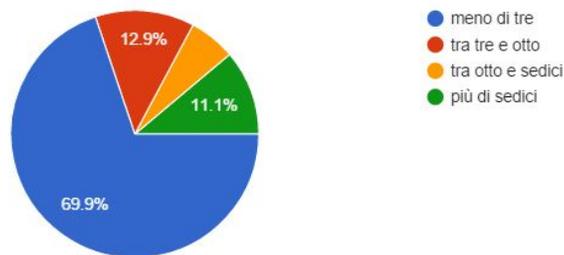


Risulta evidente dalla prima domanda, che la metà dei partecipanti si definisce "tifoso acceso", mentre circa un terzo di essi si definisce ultras.

Quante volte sei andato allo stadio Olimpico nella stagione 2014/2015? (3214 responses)



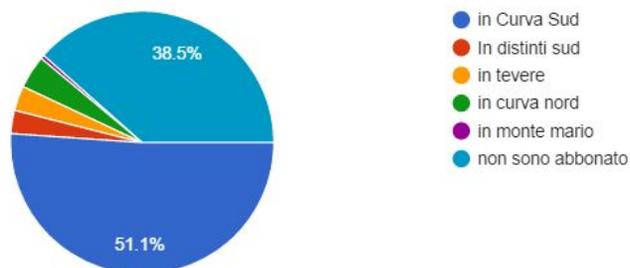
Quante volte sei andato o andrai allo stadio Olimpico nella stagione attuale? (3214 responses)



Il primo esito del sondaggio è che la percentuale di buoni frequentatori (con più di 8 presenze allo stadio) scende dal 66% a meno del 20% in una sola stagione, con un calo del 46% . Questo dato va ben oltre i dati ufficiali sulla presenza allo stadio che registrano ad oggi un calo di presenze a partita dalla stagione 2014/2015 (40000) alla stagione 2015/2016 (33000), pari al 17,5%. (fonte <http://www.stadiapostcards.com/A15-16.htm>)

Inoltre gli spettatori occasionali o nulli sono passati dal 21% al 70%, quindi più che triplicati in una sola stagione

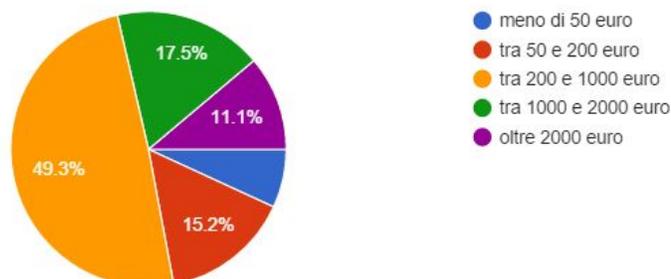
Sei abbonato (3214 responses)



I numeri presentati in precedenza vanno comparati con questi: oltre il 50% di chi ha partecipato al sondaggio è abbonato in Curva Sud, mentre il 38.5% non è abbonato. Esiste dunque una larga fetta di tifosi che pur essendo "fidelizzati" dalla loro naturale appartenenza, non acquista abbonamenti per la sua squadra.

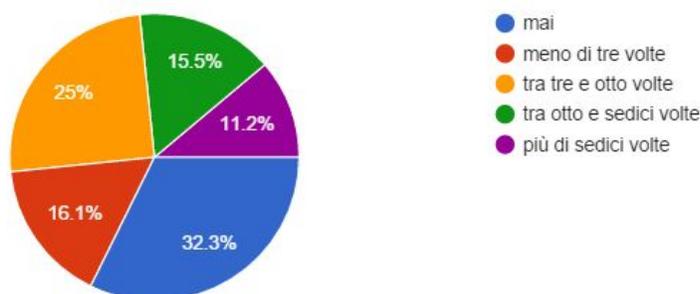
Quanti soldi spendi per la Roma in un anno (includi magliette, biglietti, giornali, trasferte, e tutto ciò che compri perché esiste la Roma, tipo le noccioline allo stadio)

(3205 responses)



Queste risposte chiariscono come una buona parte dei soldi spesi in un anno per la Roma non sia correlata con gli abbonamenti, ed è lecito ipotizzare che questi soldi finiscano in altri canali. Comunque quasi il 78% degli intervistati spende più di 200 euro l'anno direttamente o indirettamente per la sua passione calcistica. Notevole osservare che il 28,6% degli intervistati spende più di 1000 euro l'anno per questa passione.

Quante volte sei andato in trasferta dal 2014 ad oggi? (3214 responses)

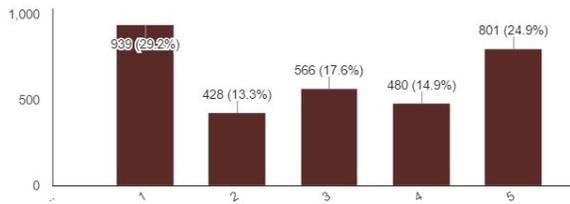


Il risultato precedente va messo in correlazione con il fatto che oltre il 50% degli intervistati dichiara di essere andato in trasferta più di tre volte nella scorsa stagione e mezzo. Appare chiaro che parte dei soldi dei tifosi vengono spesi per i trasferimenti e i biglietti, solitamente molto cari, dei settori ospiti.

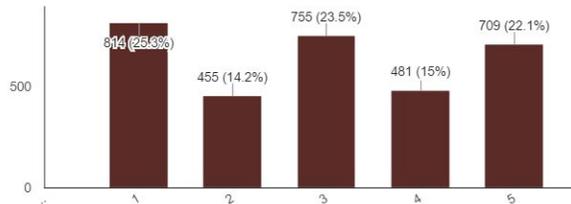
Vai allo stadio perché...

Le domande di questa sezione sono state poste in maniera tale che gli intervistati potessero fornire una scala di preferenze da 1 a 5 che andava da "per niente d'accordo" a "molto d'accordo"

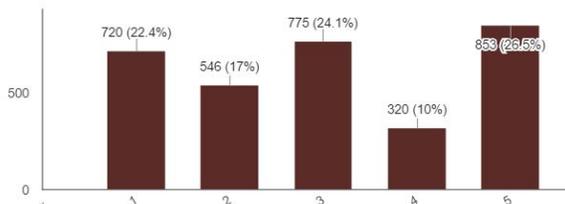
... ci sono degli amici/parenti (3214 responses)



... allo stadio mi sento sicuro (3214 responses)

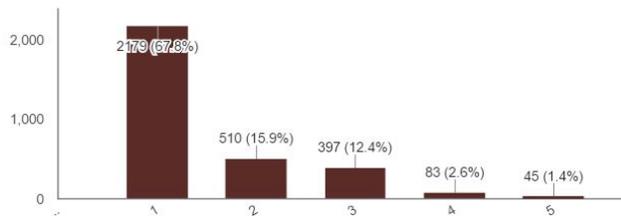


... detesto le telecronache (3214 responses)

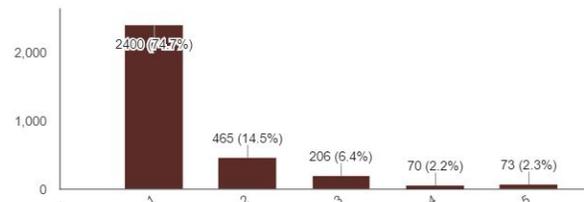


I risultati presentati in questa sezione mostrano che gli intervistati non hanno un parere polarizzato sulle motivazioni proposte. Quindi la presenza di amici, la difficoltà nell'ascoltare alcune telecronache, la sicurezza allo stadio non sembrano essere motivi che determinano la decisione di andare allo stadio

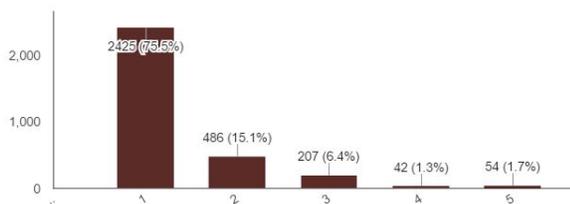
... la squadra vince spesso (3214 responses)



... lo stadio è confortevole e si vede bene la partita (3214 responses)

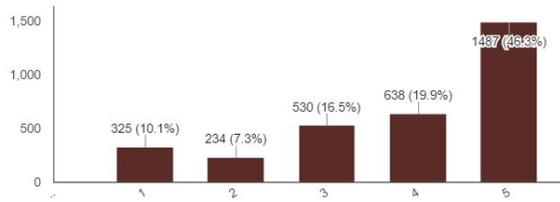


... lo stadio è facile da raggiungere a tutte le ore (3214 responses)

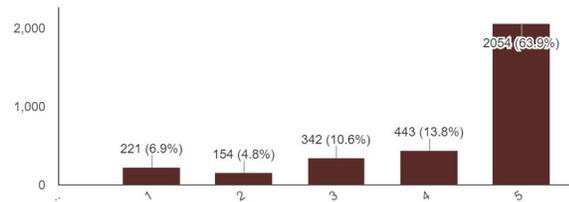


Parere decisamente molto polarizzato sugli argomenti sopra indicati. Emerge che per gli intervistati le vittorie non sono un fattore decisivo, né tantomeno il fatto che lo stadio sia confortevole o facilmente raggiungibile. In queste ultime due domande l'interpretazione possibile è doppia: da una parte si può ipotizzare che i tifosi intervistati andrebbero allo stadio in qualunque condizione, dall'altra si potrebbe pensare che i tifosi semplicemente ritengano che lo stadio Olimpico è scomodo in ogni senso.

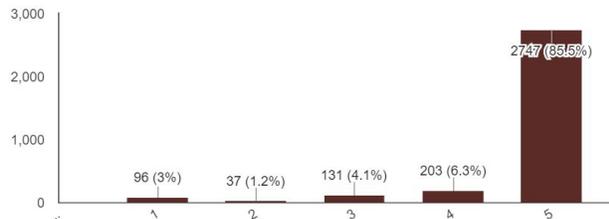
... l'ambiente è goliardico (3214 responses)



... mi piacciono le bandiere (3214 responses)



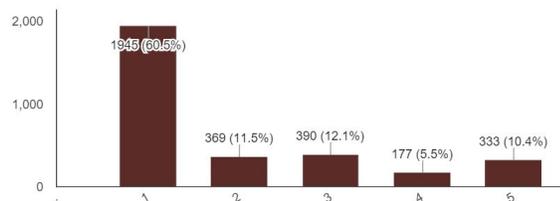
... mi piacciono i fumoni, le torce, le bandiere e i cori (3214 responses)



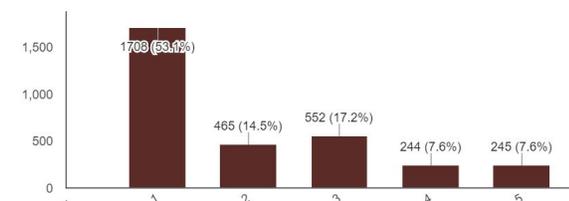
Dalle 4 domande precedenti invece si evince quali sono le motivazioni che spingono i tifosi a presenziare allo stadio: essenzialmente fattori ambientali e sociali, quali la goliardia, le bandiere e tutto quanto fa atmosfera allo stadio. E' curioso notare come le bandiere siano incluse in due risposte, ma in quella in cui si trovano da sole raccolgono meno entusiasmo. Quindi si potrebbe dire che una piccola percentuale dei tifosi ama l'ambiente ma non gradisce poi tanto le bandiere.

Non vado più volentieri allo stadio perché...

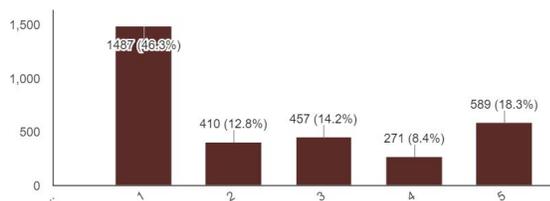
... mi sento insicuro (3214 responses)



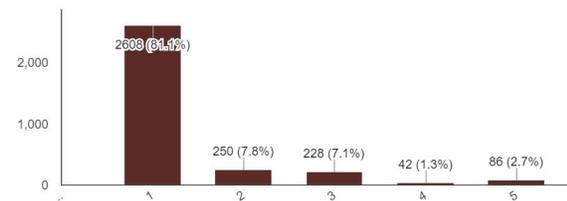
... non me lo posso permettere (3214 responses)



... la partita non si vede bene (3214 responses)



... la squadra non vince (3214 responses)

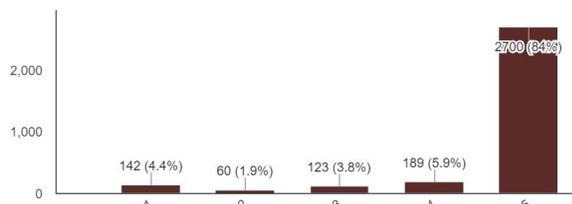


Tra le cause della disaffezione allo stadio possiamo escludere quelle riportate nelle domande precedenti, con alcuni distinguo:

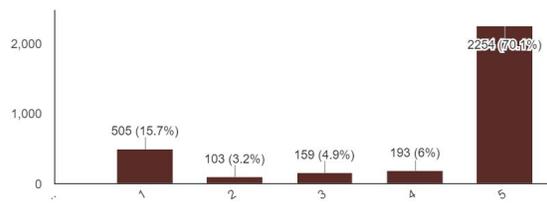
- 1) le vittorie della squadra non sono rilevanti per gli intervistati: che la squadra vinca o perda loro andranno allo stadio

- 2) questioni di sicurezza e di soldi sono importanti, ai fini della scelta di non frequentare lo stadio, solo per il 15% circa degli intervistati
- 3) il fattore visibilità della partita (basti pensare all'annoso problema dei cartelloni a bordo campo, che adesso addirittura rendono invisibile il pallone) è rilevante per il 26% degli intervistati, e quindi costituisce un problema cui cominciare a prestare attenzione

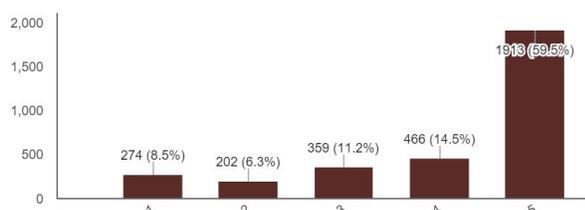
... manca l'ambiente di prima (3214 responses)



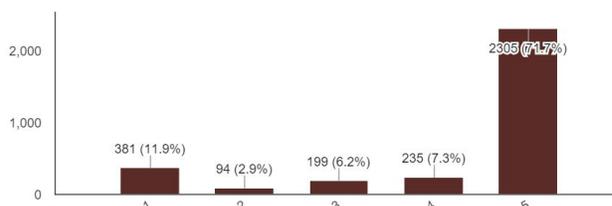
... ci sono le barriere in curva (3214 responses)



... ci sono troppi controlli delle forze dell'ordine (3214 responses)



... non voglio rischiare un DASPO perché ho sbagliato posto a sedere (3214 responses)



Risultano invece molto nette le cause principali della disaffezione: principalmente la mancanza dell'ambiente precedente, in seconda battuta le barriere in curva e il problema del rispetto del posto a sedere, infine i controlli delle forze dell'ordine. Va notato che le barriere in curva sono poco rilevanti per circa il 19% dei tifosi intervistati, sebbene solo 1/3 di questi sia abbonato in curva.

Conclusioni

Il sondaggio mostra chiaramente come tra gli intervistati, che rappresentano un gruppo significativo di fruitori dello stadio, principalmente nel settore Curva Sud, sia chiara la percezione dello scadimento dell'esperienza-stadio, causato dalla mancanza di ambiente e da alcune misure introdotte nell'anno corrente. Questi fruitori costituiscono comunque un ottimo bacino di utenza, completamente fidelizzato, che spende una discreta quantità di denaro per la sua passione. Le misure da intraprendere per riportare i tifosi allo stadio risultano chiare dalle risposte fornite in questo sondaggio. E' facilmente prevedibile che se l'assenza di "ambiente" rimarcata dagli intervistati dovesse perdurare, l'effetto di vuoto è destinato ad incrementarsi.

Va rimarcato che rinunciando a questi tifosi, la società rinuncia ad una consistente fetta di clienti disposta a frequentare uno stadio poco accogliente, quasi irraggiungibile, anche con una squadra poco competitiva.

L'attendibilità di questo sondaggio è limitata ovviamente ad un gruppo di intervistati che rappresenta in maniera significativa solo i frequentatori di alcuni settori, pur contenendo una larga parte di non abbonati, e quindi di potenziali (o attuali) fruitori dello stadio. Il numero di intervistati è comunque molto elevato, ben oltre i numeri solitamente utilizzati per i campioni statistici