



Analisi e Commenti sui dati ricavati dal Questionario preparato dalla Fossa dei Leoni sul tema del passaggio dei diritti televisivi dalla RAI a SKY

PREMESSA:

Il giorno 7 novembre 2004 prima della prima partita in anticipo domenicale (alle ore 12) contro la Scavolini Pesaro, la Fossa dei Leoni ha proposto un questionario ai tifosi Fortitudini che si recavano al palazzo.

Il questionario è stato pensato per cercare di capire quale fosse l'orientamento del pubblico Fortitudino verso il cambio di gestione televisiva del basket.

Infatti da quest'anno i diritti televisivi del basket (gestiti dalla Legabasket) sono passati dalla Rai (servizio pubblico) alla pay-tv Sky (servizio privato e ad abbonamento su satellite)

Questo passaggio, da molti salutato in maniera entusiasta, ha portato ad alcuni cambiamenti nel "palinsesto" dei calendari cestistici:

- 1) E' stato confermato l'anticipo del Sabato, portato alle 18.15 come orario
- 2) E' stato introdotto un secondo anticipo: alla Domenica alle ore 12.00
- 3) Inoltre (ma ancora non si sapeva nel momento della compilazione e somministrazione del questionario) è (a volte) stato aggiunto un posticipo di Lunedì alle ore 20.30 (questo posticipo non riguarderà la Fortitudo, come neanche le squadre che partecipano alle coppe europee)

La finalità di questa iniziativa, non è ad uso e consumo proprio della Fossa dei Leoni, ma è indirizzata più a sensibilizzare gli organi competenti (Lega-Sky) su alcune problematiche che investono il mondo del basket e i fruitori di questo prodotto: i **TIFOSI**.

STRUTTURA DEL QUESTIONARIO:

All'inizio vengono proposte domande di carattere generale sul Fortitudino che compila il questionario come professione, settore di abbonamento e partecipazione alle trasferte. Queste domande servono sostanzialmente per poter "incrociare" i dati, ovvero vedere, tanto per fare un esempio, se ci sono differenze di pensiero nell'anticipo delle 12 tra abbonati della curva Nannetti e abbonati nei settori numerati.

MODALITA' DI SOMMINISTRAZIONE

La proposta a compilare il questionario è avvenuta fuori dal palazzo di fronte alle 4 entrate principali. Il questionario compilato risultava completamente anonimo e la persona che accettava di dedicare 5 minuti di tempo compilava immediatamente.

Nelle tre ore precedenti alla partita sono stati consegnati e compilati quasi 1200 questionari.



ANALISI DEI DATI

Premesse Metodologiche

I dati raccolti rappresentano un campione rappresentativo del popolo Fortitudino. Quando si parla dei risultati va, a nostro avviso, tenuto sempre presente alcuni punti fondamentali:

- 1) Parliamo di TIFOSI, ovvero di gente che VIVE e FREQUENTA il palazzo dello sport
- 2) Il questionario è stato somministrato la prima volta che la Fortitudo giocava alle ore 12

Risultati generali:

Tabella 1 – Occupazione

Professione	<i>Numero</i>
Studente	23,49%
Operaio	18,37%
Dipendente Privato	18,07%
Libero Professionista	11,45%
Dipendente Pubblico	6,33%
Imprenditore	4,52%
Artigiano	4,42%
Pensionato	3,01%
Dirigente	2,41%
Casalinga	1,41%
Insegnante	1,10%
Disoccupato	0,40%
Altro	5,02%
Totale	100,00%

Tabella 2 – Abbonamento Fortitudo

Sei un abbonato Fortitudo	<i>Numero</i>
Si	72,61%
No	27,39%
Totale	100,00%

Tabella 2.1 Settore di Abbonamento

Nel caso tu sia un Abbonato, in quale settore lo sei	<i>Numero</i>
Gradinata NON Numerata (Curva)	62,69%
Altro Settore Numerato	36,64%
Non risponde	0,68%
Totale	100,00%



Tabella 3 – Trasmerta

Segue la Fortitudo in trasmerta	<i>Numero</i>
Ogni Tanto	74,58%
Sempre	5,12%
Non Risponde	20,30%
Totale	100,00%

Tabella 3.1 Trasmerta da casa

Come segui le trasmerte da casa	<i>Numero</i>
In televisione (su SKY)	44,93%
Ascolto Radio	43,45%
Non Segue	8,08%
Non risponde	3,55%
Totale	100,00%

Tabella 4 – Anticipi Televisivi

Sei favorevole all'anticipo di Sabato alle ore 18.15	<i>Numero</i>
Si	73,50%
No	26,50%
Totale	100,00%

Sei favorevole all'anticipo di Domenica alle ore 12	<i>Numero</i>
No	75,57%
Si	24,43%
Totale	100,00%



Tabella 5 – Abbonamento alla pay-tv (SKY)

Sei un abbonato SKY	<i>Numero</i>
Si	52,12%
No	47,88%
Totale	100,00%

Tabella 5.1 Se SI:

Da quanti anni sei abbonato alla Pay-tv (si considera anche Tele+ o Stream)	<i>Numero</i>
1-3 anni	50,66%
4-6 anni	28,17%
+7 anni	20,79%
Non Risponde	0,38%
Totale	100,00%

Tabella 5.1.1

Per quale motivo ti sei abbonato	<i>Numero</i>
Avere un maggior numero di canali a disposizione	42,16%
Principalmente per il Basket italiano	26,47%
Principalmente per il Calcio	12,67%
Principalmente per il Cinema	7,37%
Principalmente per il Basket NBA	6,43%
Altro	4,35%
Non risponde	0,57%
Totale	100,00%

Tabella 5.2 Se NO:

Perché NON hai l'abbonamento a SKY	<i>Numero</i>
Il costo dell'abbonamento è eccessivo	29,63%
Contrario per principio alla payTV	27,78%
Non risponde	22,84%
Non mi interessa l'offerta proposta	10,08%
Problemi Tecnici	7,00%
Altro	2,67%
Totale	100,00%



Tabelle 6 - Il basket e La pay TV

Tabella 6.1

Il movimento Basket ha ottenuto vantaggi nel passaggio alla pay-tv	<i>Numero</i>
Si	37,44%
No	26,60%
Non So	31,33%
Non Risponde	4,63%
Totale	100,00%

Tabella 6.2

E' giusto imporre un tetto al passaggio televisivo di una singola squadra	<i>Numero</i>
Si, 1-2 al mese	39,41%
Si, 3-4 al mese	10,34%
No	38,52%
Non Risponde	11,72%
Totale	100,00%

Tabella 6.3

E' giusto che il basket vada su Pay-TV	<i>Numero</i>
No	46,21%
Si, a malincuore, per aumentare l'offerta	33,60%
Si	14,38%
Non Risponde	5,81%
Totale	100,00%

Tabella 6.4

Saresti d'accordo ad una alternativa in chiaro di un pool di televisioni-private	<i>Numero</i>
Si	76,45%
Non So	8,97%
No	8,67%
Non Risponde	5,91%
Totale	100,00%



Tabella 7 - La Fortitudo e gli anticipi televisivi

Tabella 7.1

La Fortitudo dovrebbe avvisare degli anticipi ad inizio anno	<i>Numero</i>
Si	68,47%
No	31,53%
Totale	100,00%

Tabella 7.2

La Fortitudo dovrebbe rimborsare il costo del biglietto	<i>Numero</i>
No	40,79%
Si	38,13%
Non So	15,76%
Non Risponde	5,32%
Totale	100,00%

Tabella 8 – Come muoversi per far sentire la propria “voce”

Azione da intraprendere	<i>Numero</i>
Proteste formali in lega	42,07%
Nessuna forma di protesta	23,45%
Non risponde	11,63%
Diserzione delle partite	10,84%
recidere o non rinnovare l'abbonamento a SKY	9,85%
Altro	2,17%
Totale	100,00%

PRIMA CONSIDERAZIONE SUI DATI

Abbiamo riportato in Tabella 1 la suddivisione x professione delle persone a cui è stato somministrato il questionario. Questo dato successivamente è stato incrociato con altri fattori per vedere se la professione (e, implicitamente, la condizione sociale), potesse influire su altre risposte. La correlazione è stata pressoché nulla, ovvero non si hanno sostanziali cambiamenti se ci si concentra su una piuttosto che un'altra professione.

La tabella 2 mostra la suddivisione dei nostri intervistati tra abbonati e non abbonati presenti quel giorno alla partita. Tra gli abbonati (il 72%), 6 su 10 hanno l'abbonamento in Curva Nannetti (Tabella 2.1).

Questo dato chiaramente non rappresenta la realtà del palazzo dove gli abbonati in Curva Nannetti sono circa un terzo del complessivo degli abbonati. Diciamo che è stato più facile “sensibilizzare” alla risposta Fortitudini che comunque “abitano” di fianco alla Fossa.



Alla domanda se seguissero la Fortitudo in trasferta (Tabella 3) il dato mostra che c'è uno zoccolo duro che segue la Fortitudo sempre (un 5% pari a una 60ina di persone).

La stragrande maggioranza delle persone segue la Fortitudo di tanto in tanto, mentre un 20% non risponde (da considerare come persone che pensano alla trasferta come ad una eccezione).

Cominciamo ad addentrarci nel rapporto basket-media. Alla domanda su come seguisse la Fortitudo quando non si era in trasferta (Tabella 3.1), quasi la metà degli intervistati (44%) ha risposto su SKY. L'altra parte ascolta le radiocronache (43%). L'11,63% rimanente o non segue in diretta la partita o non ha risposto.

Il dato del 44% su SKY si rivelerà particolare nel momento di analizzare i dati riguardanti l'abbonamento a SKY.

A questo punto arrivano le domande sull'essere o meno favorevole agli anticipi (Tabella 4). A questo punto bisogna fare una considerazione. Le persone intervistate sono persone che entravano a palazzo domenica mattina. Sono persone che (in questo caso) per la prima volta sperimentavano la novità domenicale "ora di pranzo". La partita era "di cartello" quindi possibile che fossero presenti anche persone che avrebbero preferito il più italico e sacro "pranzo domenicale-familiare" alla palla a due con la voglia di tortellini (passatemi questa immagine....)

I Dati mostrano che la maggior parte delle persone risulta favorevole all'anticipo delle 18.30 (73,50%) di sabato, ma assolutamente contrario a quello domenicale delle 12.00 (75%).

Teniamo comunque conto che l'anticipo del sabato non è una novità (come quello domenicale). Si è anche capito che è stato apprezzato lo slittamento d'orario dalle 15 alle 18.30.

Veniamo ora a valutare SKY (Tabelle 5).

Alla domanda se era o meno abbonato SKY, più del 50% risponde positivamente. Sicuramente lo sport (e si può dire che un abbonato sia anche uno sportivo) contribuisce a far salire questo numero.

Difficilmente chi sceglie una spesa mensile come quella di un servizio satellitare lo fa per una singola ragione. Alla richiesta comunque di quale fosse la principale motivazione a sottoscrivere un abbonamento a sky (Tabella 5.1.1) è risultato che ben 26,47% lo ha fatto per il basket italiano. Questo dato sale al 34% se consideriamo chi ha sottoscritto l'abbonamento alla pay-tv in tempi recenti.

Il non aver l'abbonamento a SKY (Tabella 5.2), che coinvolge l'altro 50% degli intervistati, è prevalentemente dovuto al costo eccessivo dell'abbonamento.

Una nostra considerazione è che una persona che segue la Fortitudo in casa (cioè è un abbonato) e magari va qualche volta in trasferta trova poco vantaggioso il fatto di pagare un ulteriore abbonamento x vedere le altre squadre italiane. Certo che se trova conveniente anche l'aumento di canali (e quindi l'offerta complessiva di programmi) sicuramente può essere indotto a sottoscrivere un abbonamento.



Esistono comunque da considerare anche altre componenti di tipo "logistico", come problemi nell'installazione della parabola o quant'altro.

E' comunque da segnalare molte persone (27,78%) che dichiarano di "essere contrari alle Pay-TV per principio". Il questionario non è certo lo strumento più adatto per entrare in profondità su questo tema che può essere esaminato meglio con domande aperte.

Veniamo ora a considerare se ci sono o meno vantaggi per il "movimento basket" dal passaggio alla pay-tv (Tabelle 6)

Il 37% dichiara che il basket ne ha trovato giovamento (tabella 6.1). E' qua interessante notare come una grossa percentuale (il 31%) risponde "non so"; sicuramente conservativa in quanto il campionato di basket era (a quel punto) alla 9° giornata del girone di andata. Nella tabella 6.3 si nota come non si trova comunque giusto che il basket vada su Pay-TV (46,21%). Noi aggiungiamo anche: SOLO in pay-tv. Resta il fatto che chi non possiede la parabola e l'abbonamento a SKY resta completamente escluso dalla visione della pallacanestro (questo buco viene colmato, a volte, dalle televisioni locali che difficilmente possono però avvicinare nuovo pubblico a questo sport).

Si noti comunque che "sua maestà" il calcio è massicciamente presente sia su satellite che sui canali in chiaro (sia pubblici che privati).

Questo è sicuramente uno dei vari motivi per cui ben il 76% è favorevole ad una alternativa in chiaro (Tabella 6.4).

Alla luce del passaggio di proprietà del basket televisivo al satellite, una buona metà delle persone ritiene comunque giusto mettere un tetto ai passaggi televisivi di ogni squadra (tanto da favorire grosse e blasonate squadre come le più piccole e provinciali).

Prima della 9° giornata di campionato queste sono stati i passaggi (tutti nel mese di Ottobre):

- 4 – Roma
- 3 – Siena, Milano, Treviso, Pesaro
- 2 – Cantù, Varese, Teramo, Roseto, Udine
- 1 – Avellino, Jesi, Biella, Livorno, Napoli, Fortitudo,
- 0 – Reggio Calabria, Reggio Emilia,

La Fortitudo rispetto agli anticipi (Tabella 7)

Per quanto riguarda il comportamento che dovrebbe assumere la società verso gli anticipi televisivi si trova una maggioranza (Tabella 7.1) che chiederebbe alla Fortitudo di avvisare degli anticipi a inizio anno (cosa pressoché impossibile visto che è la pay-TV a decidere mese x mese quali partite andranno in anticipo a meno che non si apra la campagna abbonamenti dopo l'uscita del calendario stagionale in modo da favorire un palinsesto di massima tra Lega e Sky).

Così come la maggior parte pensa che la Fortitudo non dovrebbe rimborsare il costo della partita in abbonamento anticipata (tabella 7.2)



CONCLUSIONE

Probabilmente i dati emersi da queste interviste sono abbastanza "capibili". Tenendo conto che stiamo parlando di un campione di tifosi Fortitudo che avendo in gran parte l'abbonamento seguono il basket in televisione solo x le trasferte della Fortitudo e/o per piacere nel basket.

Sicuramente spicca la contrarietà alla partita di domenica alle 12.00, come spicca all'inverso, l'essere favorevoli all'anticipo pre-festivo alle 18.30.

Una ulteriore nota:

Nell'idea business di Sky è insito che questo orario (le 12) è fatto proprio per chi se ne sta in casa a guardarsi la tv, così tra un pranzo ed il caffè passa dal basket al calcio senza problemi. Una grossa paura che questo sia un grosso e sostanzioso passo verso un'ulteriore commercializzazione del nostro amato sport!

Ci chiediamo anche se il rilancio della pallacanestro (che è comunque il secondo sport di squadra nazionale) attraverso la televisioni non penalizzi troppo chi da anni porta sostanza, soldi e passione: i TIFOSI (quelli veri, quelli che si recano nel "tempio").