

# Sponsor, fuga dalla Serie A degli operatori di gioco: gli effetti del Decreto Dignità

Crescono ovunque, in Europa, tranne l'Italia. Ecco gli effetti sulle squadre di calcio della riforma proibizionista.

L'applicazione del Decreto Dignità è una vera e propria batosta per il calcio italiano. Sono d'accordo tutti gli esperti del settore, che avevano già ampiamente preannunciato gli effetti nefasti del provvedimento varato

dal primo Governo Conte per iniziativa di Luigi Di Maio.

La conferma viene direttamente dai [dati del World Football Report stilato da Nielsen](#): dal 2008 al 2017 le

aziende di betting hanno investito una cifra superiore ai 575 milioni di euro per sponsorizzare le divise delle

sei principali serie calcistica d'Europa. Un vero e proprio mare di denaro che, da quest'anno, non bagnerà

più le coste italiane. E che verrà ridistribuito all'estero: +10 in Inghilterra, con ampie percentuali divise in

paesi che prima non comparivano neppure tra i primi dieci.

È il caso della Danimarca, la cui prima lega non è di certo tra le più entusiasmanti e avvincenti del panorama

sportivo, ma che ha potuto beneficiare di questa ridistribuzione dei fondi viaggiando ad un +80% dei ricavi

da società di betting. In Spagna, sono 19 squadre su 20 ad avere almeno un'agenzia di scommesse come

sponsor. In Italia a pagare il prezzo più forte del divieto totale di pubblicità di gioco lo hanno pagato le

squadre di Serie B. Nella massima serie invece le big sono state costrette a scappare all'estero. La Roma, ad

esempio, ha stretto un accordo con una società asiatica, così come il Bologna, nuova partner di aziende di

betting provenienti da Taiwan. Tutti accordi che non saranno pubblicizzati in Italia, ma che permetteranno

alle società di recuperare parti dei soldi persi.

Tornando in Spagna, però, c'è anche chi va in controtendenza. Si tratta della Real Sociedad, squadra che non ha neppure uno sponsor riferito al gioco d'azzardo. Lo hanno deciso i loro tifosi, attraverso un vero e proprio referendum: l'86% ha detto di no alla sponsorizzazione, costringendo il presidente Aperribay a cambiare strategia: "Abbiamo cura dei messaggi che trasferiamo alla nostra comunità", hanno fatto sapere.

Storia diversa in Regno Unito, il paese più ricco, calcisticamente parlando, grazie a sponsor, diritti televisivi e, ovviamente, a bookmakers. Anche qui 19 squadre su 20 hanno sponsorizzazioni con aziende di betting con il Brighton & Hove Albion unica squadra a non averle, mentre club come Leicester, Newcastle o Arsenal hanno tre o quattro bookmaker tra gli sponsor.

Ma la crescita, in Europa, è dovuta soprattutto alla [fuga dall'Italia degli operatori di betting e casinò online](#), che potrebbe impoverire notevolmente le società della Serie A.

Meno investimenti, meno soldi per la programmazione. Come per la Roma, che aveva stretto un accordo con Betway: 5 milioni l'anno, per 3 anni. Tutto saltato, tutto da stracciare. Per colpa, o per merito, del Decreto Dignità, che ha reso illegale qualsiasi tipo di forma di comunicazione sul gioco a vincita.

Provocando così un vero e proprio terremoto di investimenti. Con conseguente fuga dall'Italia, come sempre.