

ENTI NON COMMERCIALI

Anche i tifosi si fanno il “trust”

di **Sergio Pellegrino**

Sulla stampa specializzata (quella sportiva si intende) negli ultimi tempi si è fatto un gran parlare dei

trust

dei tifosi o

supporters’ trust, atteso che il fenomeno è ovviamente d’importazione essendosi sviluppato in Inghilterra, patria del calcio e dei *trust*.

Il

primo

supporters’ trust è stato infatti

istituito nel 1992 a

Northampton Town

per aiutare la squadra di calcio che si trovava in una situazione finanziaria difficilissima, assumendo una partecipazione azionaria nel club e indicando anche un membro del Consiglio di Amministrazione.

Oggi

nel Regno Unito esistono circa 140 *supporters’ trust*, in misura preponderante nel calcio (ma ve ne sono diversi anche nel rugby), che in determinati casi hanno un numero molto rilevante di membri: in particolare quello che supporta il Manchester United ne vanta circa 200.000.

Nel nostro Paese il fenomeno è decisamente più recente e ad oggi ci sono circa una

ventina di *supporters’ trust*, in particolare fra le

squadre calcistiche che militano in Lega Pro, avendo questa “stimolato” il fenomeno, come si evince dalla recente

determinazione nr. 26/2014.

Il documento prevede che le società sportive che intendono aderire al progetto devono intanto nominare quale osservatore permanente all’interno del Consiglio di Amministrazione un rappresentante della tifoseria.

Entro i successivi tre mesi, devono depositare presso la Lega Pro copia conforme dell’atto costitutivo e dello statuto di un

trust, espressione della tifoseria locale, assieme alla copia conforme del verbale assembleare della società sportiva nella quale viene nominato, quale membro del Consiglio di

Amministrazione, almeno un rappresentante del *trust*.

Il termine *trust* è più volte ripetuto nel documento della Lega Pro e quindi la domanda che ci si pone è **se vi sia un legame con l'istituto "tradizionale" del *trust***, come il nome lascerebbe intendere.

In realtà non è così e **non vi è alcuna comunanza fra le due fattispecie** (se non appunto nella denominazione): il *supporters' trust* è una **associazione no profit di tifosi**, che si pone l'obiettivo di "influenzare" i processi decisionali dei club, acquisendo generalmente una partecipazione al capitale e esprimendo se possibile un amministratore, con la finalità di rafforzare il legame con il territorio.

Nel nostro Paese sono stati istituiti nella **forma dell'associazione o della cooperativa**, per avere un soggetto giuridicamente riconosciuto che garantisca la massima democraticità interna e l'applicazione del principio "*una testa-un voto*".

L'autotassazione dei tifosi delle società in difficoltà non è certamente una novità, ma qui non è "a fondo perduto": I tifosi assumono un **ruolo di investitori**, garantendo una maggiore stabilità alla società da un punto di vista economico e, conseguentemente, una minore "dipendenza" dal proprietario.

Le regole sul *fair play* finanziario, gli introiti da biglietti, sponsor e televisioni che si riducono, ci inducono a ritenere che **il fenomeno si svilupperà nei prossimi anni in misura sempre maggiore nel calcio**, ma non soltanto.

Le stesse logiche, infatti, possono valere anche per le **altre discipline sportive**, in relazione alle quali, anzi, i minori *budget* richiesti possono rendere **ancora più importante un ruolo "attivo" dei tifosi**.