

## **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.**