

OSSERVATORIO BIRRA MORETTI PRESENTA LA QUARTA RICERCA SOCIALE SUI GRANDI
TEMI CHE ENTUSIASMANO L'ITALIA

"ITALIANI: TIFOSI DA DIVANO!"

A casa più che sugli spalti, sul divano e in compagnia di amici, fra scaramanzie e ritualità: un'indagine firmata Birra Moretti e Duepuntozero-Doxa svela come si vive (e si tifa) il calcio lungo tutto lo Stivale.

Obiettivi, sinceri e conviviali: così si definiscono i tifosi italiani

Milano, 30 maggio 2013 – Dopo *"Italiani? Sinceri, ma non troppo"* del 2007, *"Italiani a Raggi Ea"* del 2010 e *"Gli italiani? Kitchen People!"* del 2012, l'Osservatorio Birra Moretti torna a indagare sui fenomeni che più entusiasmano il Bel Paese, sui grandi temi che animano e caratterizzano il nostro vivere sociale.

Il sondaggio *"Italiani: tifosi da divano!"*, condotto dall'istituto di ricerca **Duepuntozero Doxa**, mette sotto la lente di ingrandimento gli aspetti più salienti e le tante sfaccettature della nostra irrefrenabile, genetica, viscerale e spesso parzialissima passione per il calcio.

*"Birra Moretti si è sempre fatta portavoce dei valori migliori del calcio, quali la **convivialità**, la **gioia dello stare insieme**, lo **spirito di squadra** e il **rispetto delle regole** ed ha sempre creduto che la maggioranza degli italiani creda proprio nel calcio vissuto in questo modo, ovvero in quello che possiamo chiamare con una parola **fair play**. Il **fair play** non solo del calcio giocato, dei giocatori, ma del calcio vissuto dagli spettatori. Ed è stato quindi proprio questo il focus della ricerca"* dichiara **Alfredo Pratolongo**, Direttore Comunicazione di HEINEKEN Italia.

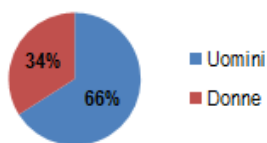
1.000 le persone tra i 18 e i 64 anni (rappresentative di 37 milioni di italiani) coinvolte nel mese di aprile dal sondaggio, secondo quote rappresentative della popolazione di riferimento per area geografica, sesso ed età. Il risultato è una cartina al tornasole su come, quanto, quando e dove in Italia si vive (e si tifa) il calcio. È un microfono aperto sui riti scaramantici e sugli sfottò del pre-e del post partita. È un termometro del tifo che traccia l'identikit del fan più accanito o del disinteressato assoluto. È una nitida istantanea su coloro che in Italia, soprattutto la domenica, corrono col cuore, con gli occhi e con la mente dietro a un pallone ma anche su coloro che (pochi, pochissimi, a onor del vero) quel pallone, magari di nascosto, lo vorrebbero bucare.

Questi i dati più significativi emersi dalla ricerca:

- **Dal Super-tifoso al Desperate partner: i 6 volti del tifoso italiano**
- **Meglio il divano che gli spalti. Ben il 48% dei tifosi ritiene ideale vedere la partita da casa e solo il 33% va allo stadio**
- **La Partita è un momento sociale: con amici o parenti, l'importante è vederla in compagnia**
- **È una questione di Fair-Play (sia durante sia dopo la partita). Tifo si ma con rispetto!**
- **Quadrifoglio e cornetti... quando la ritualità conta più di tutto**
- **Birra batte vino 48 a 2: la Birra (Moretti) è la "bevanda ideale da partita"**
- **Italiani: un popolo di allenatori e opinionisti!**
- **Da Del Piero a Totti e Belen, con chi si vorrebbe vedere la partita**
- **Per la sfida del secolo si è disposti a rinunciare a tutto ma non ad amici e sesso**

I 6 volti del tifoso italiano

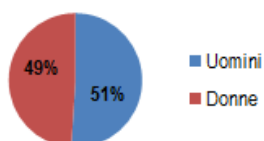
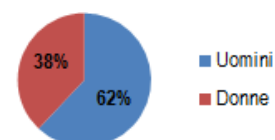
Partiamo da un dato di fatto: il calcio è lo sport in assoluto più amato in Italia (il 60% dei nostri connazionali dichiara di seguirlo sempre o per lo meno spesso). Lo seguono a ruota (è proprio il caso di dirlo) la Formula 1 (57%) e il Moto mondiale (55%). Tennis (24%), pallavolo (20%), ciclismo (19%) sono ancora a distanza di sicurezza. Va da sé, però, che c'è modo e modo per vivere la propria passione: dall'indagine emergono **ben 6 differenti profili** che tratteggiano in maniera inequivocabile altrettanti livelli di affezione al mondo del pallone.



Il **Super-tifoso** (che rappresenta il 12% degli italiani ovvero 4.400.000 individui) è colui che non perde mai una partita e quando può (pioggia o non pioggia) segue la squadra allo stadio. Per lui la domenica è sinonimo di calcio e la giornata ruota inevitabilmente intorno agli esiti del campionato. Le sue emozioni, infatti, sono molto influenzate dall'andamento del match e dai risultati della sua squadra del cuore. Ha una sua ritualità propiziatoria che passa dall'indossare scarpe e cappellini

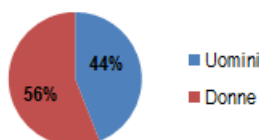
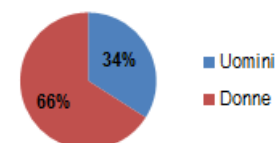
della propria squadra al sedersi sempre nel medesimo punto per guardare il match alla TV. I compagni ideali? I tifosi della stessa squadra: l'unione fa la forza.

Il **Tifoso da divano**, che con una quota del 31% (11.470.000 individui) si guadagna di gran lunga lo spicchio maggiore nella torta delle 6 tipologie, è un vero appassionato che però non disdegna, anzi predilige, il divano di casa ai seggiolini dello stadio. Ama vedere la partita in TV, invitando amici e magari preparando per loro cibi e bevande ad hoc. Vive il calcio con trasporto ma sempre nel rispetto delle regole, tifando ed esultando per la vittoria della propria squadra ma sempre disposto a confrontarsi con gli altri.



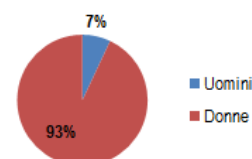
L'Opinionista della Domenica. Stiamo parlando di quel 18% (6.600.000) di italiani che ama il calcio senza però viverlo con particolari patemi e fissazioni. Gli piace vedere la partita da casa con gli amici ma anche da solo o nel ristretto nucleo familiare. Il calcio, in altre parole, è per lui puro intrattenimento e momento di stacco dalla routine del lavoro e dello studio.

Lo spettatore delle grandi occasioni (ovvero il 15% degli italiani – 5.500.000 persone) si scopre appassionato solo di fronte a grandi eventi e a match importantissimi. La partita è vissuta come un evento mondano che, proprio perché tale, va vista sempre in compagnia.



Il calcio cos'è? Per l'**Antifoso** (17% ovvero 6.290.000 individui) è uno sport come tanti altri: non lo segue e non si fa mai trascinare in discussioni sul tema. Se è proprio costretto a vedere la partita in TV, si distrae facilmente con il cellulare e prova (incompreso) a chiacchierare con gli altri.

Infine, per il **Desperate Partner** (che rappresenta il 7% degli italiani- 2.590.000 persone) il calcio è pura sofferenza: non lo ama affatto e spesso ha un partner Super-tifoso che glielo ha fatto andare di traverso. Non c'è verso, quando si parla di calcio si tappa le orecchie e si gira dall'altra parte.



Laziali e Romanisti i tifosi più "affezionati" (in percentuale)

Dal super tifoso al desperate partner: quali sono le loro squadre del cuore? **Lazio, Napoli e Roma sono, fra le big, i club con la maggior percentuale di tifosi più appassionati** (Super-tifosi + Tifosi da divano). Le preferenze dei tifosi da divano si dividono principalmente tra Lazio, Inter e Juventus.

I sei gradi di affezione dei tifosi delle principali squadre di Serie A

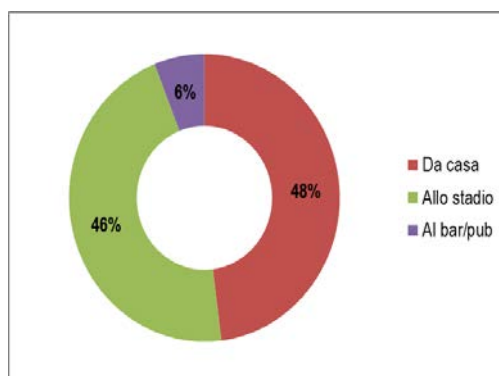
	Super tifoso	Tifoso da Divano	Opinionista della domenica	Spettatore delle grandi occasioni	Antifoso	Desperate Partner
TOTALE	12	31	18	15	17	7
Juventus	13	41	20	19	5	3
Inter	9	47	20	13	9	3
Milan	15	33	18	16	12	6
Napoli	17	32	29	14	5	4
Roma	17	38	20	15	8	2
Lazio	23	48	9	14	6	0

Miglior il divano che gli spalti: solo il 33% degli italiani va allo stadio e ben il 48% dichiara di considerare il divano il posto ideale dove vedere la partita

Qual è il posto ideale per vedere la partita? Gli italiani si spezzano in due: il **48% di essi** (17.760.000 individui) **dice da casa** mentre il **46%** (17.020.000, con una netta maggioranza di Super-tifosi) **risponde allo stadio**. Il rimanente **6%** (2.200.000 individui) propende per il pub.

Attenzione, però: affermare che lo stadio sia il posto ideale per vedere un match non significa recarsi effettivamente: solo il 33% dichiara di andarci (anche solo saltuariamente). Fra il dire e il fare ci sono, in questo caso, alcuni fattori frenanti quali ad esempio il costo dei biglietti, i timori connessi alla sicurezza, la pigrizia dell'ultimo momento per il brutto tempo.

Fonte: Osservatorio Birra Moretti, 2013, *Italiani: tifosi da divano*

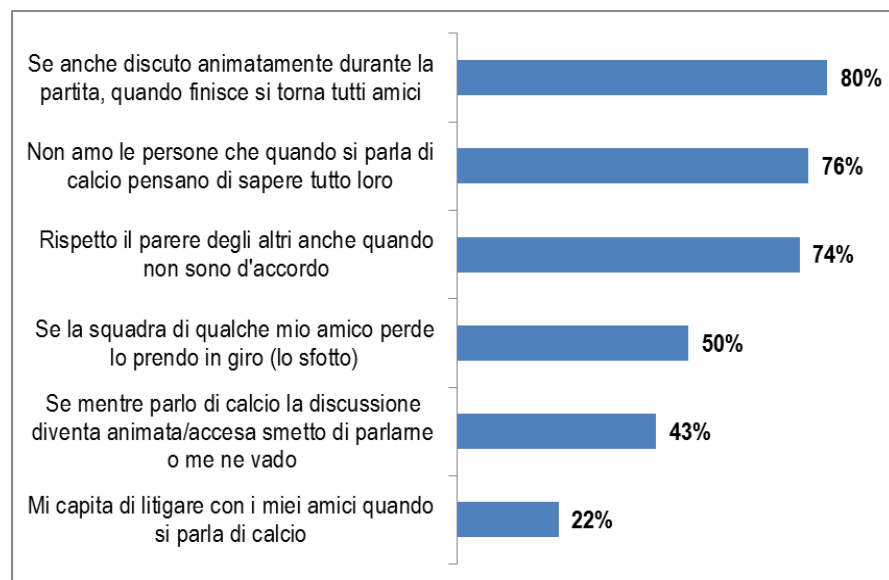


Fischio d'inizio: la partita va vista in compagnia per l'81% degli italiani. Gli uomini si sacrificano (45%), mentre le donne preferiscono stare lontane.

Non ci sono dubbi: il momento della partita è sinonimo di **socialità** per la maggior parte degli italiani. L'**81%** infatti assiste al **match in compagnia** di amici (35%), del partner (27%) o dei parenti (19%).

Ma cosa fa il **partner** quando non è interessato all'evento calcistico? **La maggior parte (56%) si dedica ad altre attività** (legge, guarda il tablet, usa il pc...). Quando la tifosa è donna, il compagno è nella stessa stanza a fare altro o comunque si sacrifica e guarda la partita. Le donne invece preferiscono fare altro o allontanarsi.

È una questione di Fair-Play (sia durante sia dopo la partita). Tifo si ma con rispetto!



Fonte: Osservatorio Birra Moretti, 2013, *Italiani: tifosi da divano!*

Parlare di calcio accende gli animi ma la stragrande maggioranza degli italiani affronta la **discussione come puro momento di svago**, da viverci con tranquillità e senza rancori. Tant'è che è opinione condivisa degli intervistati che a fine discussione **'si debba tornare tutti amici'** (80%). Questo spirito positivo trova conferma anche in altre risposte: se è pur vero che piace molto il **prenderci in giro** (50%), il **rispetto per gli altri non lo si perde mai** (74%).

E **dopo la partita**, qual è lo stato d'animo? Beh, **se si vince il 43%** degli italiani si dichiara **soddisfatto** e il **25%** **felice**. Esiste poi un piccolo ma netto **4%** che **si dichiara addirittura in estasi** (il dato sale all'11% se si considera il solo spaccato del Super-tifoso). E di rimbalzo, **quando si perde**, si parla di **delusione** (64%), tristezza (14%), disinteresse (9%). Solo il 6% si afferma arrabbiato.



“Urlo e salto se segna la mia squadra”, questo è l’atteggiamento più diffuso tra i tifosi che seguono la partita da casa. Ma il fair play comunque non si scorda visto che **il 67% non è solito imprecare o lamentarsi dell’arbitro**.

Ci si trattiene meno al momento del gol, dove il 60% esplode sul divano e salta di giubilo!

Quadrifoglio e cornetti: i rituali del pre-partita

Gesti propiziatori e immancabili e feticci, il tifo è fatto anche di questo. Basti pensare che **quasi la metà** degli appassionati di calcio (45%) **ha una sua precisa posizione sul divano da rispettare** quando guarda la partita in TV, che il **25% non vuole vederla in compagnia del proprio partner** e che il **19%** indossa **oggetti portafortuna** (cappellini, sciarpette, maglie autografate...) della propria squadra del cuore e ben il **23% conosce** (e se ne tiene alla larga) **un clamoroso portasfiga**.

Birra batte vino 48 a 2: la Birra (Moretti) è la “bevanda ideale da partita

Quando il tifoso, in fase pre-partita, apre il frigo non ha dubbi su quale sia la bevanda che meglio si abbina con una partita di calcio vista alla TV: la **birra**. Il **48%** infatti la preferisce a bibite gassate (28%), all’acqua (15%), ma soprattutto al vino (2%). Birra Moretti è considerata la birra da partita ideale (30% di citazioni spontanee)

L’appetito vien...tifando. **L’81% di chi guarda il match da casa mangia o spilucca**: il 31% opta per stuzzichini e patatine, il 20% ordina una pizza o take away e il 16% improvvisa preparando qualcosa al momento. Ben il 25% invece si organizza e cucina qualcosa.

Italiani: un popolo di allenatori e opinionisti ...obiettivi e sinceri naturalmente!

Italiani tutti mister? Per una buona percentuale sì. Il **37%** infatti **durante il match** ipotizza cambi e sostituzioni immedesimandosi nell’allenatore, e la percentuale sale al **47%** **durante l’intervallo** quando si commenta il primo tempo e si fanno previsioni sulla seconda frazione di gioco.

Questa tendenza è ulteriormente confermata dalle risposte a un’altra domanda del sondaggio che chiedeva ai tifosi italiani di individuare il **commentatore più affidabile e obiettivo**: il **72%** senza indugio, ha risposto “**io**”. Tra i professionisti spicca il nome di **Gianluca Vialli (61%)** e, a seguire **Ilaria D’Amico (55%)** e **Beppe Bergomi (54%)**.

Quanto si parla di calcio...		
	...a tavola?	...il lunedì mattina?
<i>Sempre o spesso</i>	33%	49%
<i>Ogni tanto</i>	46%	33%
<i>Raramente o mai</i>	20%	18%

Fonte: Osservatorio Birra Moretti, 2013, *Italiani: tifosi da divano!*

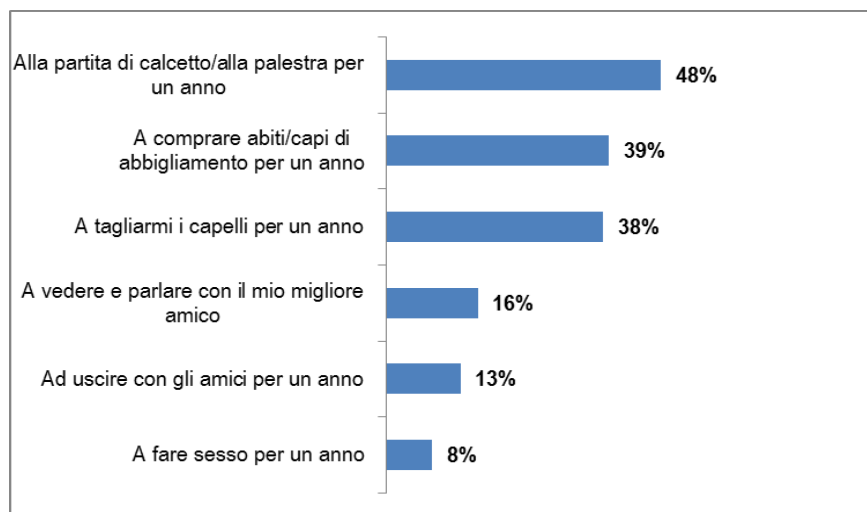
Parliamo di calcio? Sì, grazie! Le discussioni calcistiche non si esauriscono infatti durante il match, ma si riprendono anche in altre occasioni. Il **33%** dei tifosi parla di calcio **spesso durante i pasti**, e la percentuale sale all’**80%** se si comprendono anche coloro che a tavola ne parlano **almeno ogni tanto**.

La febbre calcistica della domenica sembra avere degli strascichi anche a weekend concluso: il **49%** rivela infatti di **parlare spesso di calcio anche il lunedì mattina (33% ogni tanto)**, continuando a confrontarsi.

Da Del Piero a Totti a Belen, con chi si vorrebbe vedere la partita

TV accesa, comincia la partita. E se invece dei soliti amici si potesse scegliere, tra i personaggi noti **chi si vorrebbe seduto accanto sul divano?** La fantasia spazia: fra i calciatori il più richiesto è **Alex Del Piero** seguito da **Francesco Totti** e da **Gianluigi Buffon**. Solo quarto Maradona. Fra i vip pare far breccia l’avvenenza: le donne votano **Raul Bova**, mentre gli uomini puntano decisi su **Belen Rodriguez**. Un posto di riguardo, inoltre, per due volti (stra)noti del teleschermo: **Fiorello** e **Paolo Bonolis**.

Per la partita del secolo sono disposto a rinunciare a tutto ma non ad amici e sesso



Tifosi italiani pronti a tutto pur di poter seguire un match decisivo? Quasi! Se circa la metà (**48%**) rinunciarebbe per ben un anno alla mitica **partita di calcetto o alla palestra** e una percentuale lievemente inferiore riuscirebbe a fare a meno dello **shopping** (**39%**, di cui il 26% sono donne) o del **parrucchiere** (**38%**), solo il 13% snobberebbe **gli amici** e un ancora più ridotto **8%** rinunciarebbe addirittura al **sesso**.

Fonte: Osservatorio Birra Moretti, 2013, *Italiani: tifosi da divano!*

L'indagine ha coinvolto 1.000 individui di età compresa tra i 18 e i 64 anni ed è stata condotta con metodologia CAWI (computer-assisted web interviewing), attraverso il panel proprietario di Duepuntozero Doxa. Le interviste sono avvenute a fine aprile 2013.
