

Οι φίλαθλοι γύρισαν την πλάτη στο ποδόσφαιρο

Πώς μπορούμε να αντιστρέψουμε την κατάσταση



του **Γιώργου Γιαπανά***

Παρόλο που διαχρονικά, διάφορες έρευνες δείχνουν ότι αναλογικά με τον πληθυσμό μας βρισκόμαστε στις πρώτες θέσεις της Ευρώπης σε σχέση με τη διάθεση εισιτηρίων, εντούτοις τα τελευταία χρόνια το σκηνικό έχει αλλάξει. Οι αριθμοί λένε πάντοτε την αλήθεια και από τη στιγμή που υπάρχει σημαντική μείωση στα εισιτήρια, αποδεδειγμένα οι φίλαθλοι, μας έχουν γυρίσει τη πλάτη.

Το ζητούμενο σήμερα είναι πώς θα αλλάξουμε την πτωτική τάση και να επαναφέρουμε τον κόσμο στις κερκίδες. Όπως για όλες τις «θεραπείες», έτσι και για αυτή τη περίπτωση, για να μπορέσουμε να επιλέξουμε τα κατάλληλα μέτρα, πρέπει πρώτα να κατανοήσουμε το πρόβλημα και τις βασικές αιτίες του.

Η έλλειψη αξιοπιστίας, η προκατάληψη, το σύστημα και ο τρόπος διεξαγωγής του πρωταθλήματος, το γεγονός ότι όλοι οι αγώνες μεταδίδονται ζωντανά από τηλεοπτικές πλατφόρμες, κ.α., είναι οι βασικοί λόγοι για τους οποίους μειώνεται ο αριθμός των φιλάθλων. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και το γεγονός ότι τα πλείστα στάδια δεν προσφέρουν την αναμενόμενη εμπειρία στον θεατή, καθώς δεν ανταποκρίνονται ούτε στο ελάχιστο στις βασικές ανάγκες φιλοξενίας. Η βία και η αναρχία, ένα διαχρονικό πρόβλημα που αποτελούσε ίσως και τη σοβαρότερη αιτία απομάκρυνσης των φιλάθλων από τα γήπεδα έχει πλέον εξομαλυνθεί, κυρίως μετά την εφαρμογή του μέτρου της κάρτας φιλάθλου.

Θεωρώ δεδομένο ότι το πρώτο βήμα πρέπει να είναι η άμεση βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων. Η άνετη φιλοξενία των φιλάθλων και οι προσιτές τιμές των εισιτηρίων και των προϊόντων είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που βελτιώνουν την εμπειρία των φιλάθλων. Σε αυτόν τον τομέα επιβάλλεται η δημιουργία μακροπρόθεσμου στρατηγικού πλάνου ούτως ώστε να αρχίσουν άμεσα να αναβαθμίζονται και σταδιακά να δημιουργούνται νέες αθλητικές εγκαταστάσεις.

Ακολούθως χρειάζονται ριζικές αλλαγές στο ίδιο το προϊόν, ούτως ώστε να γίνει πιο ελκυστικό. Οι λιγότερες ομάδες και η αλλαγή του μοντέλου πρωταθλήματος είναι κινήσεις απλές και εύκολες που θα δημιουργήσουν νέα δυναμική και θα βοηθήσουν στη μείωση της προκατάληψης. Εάν για παράδειγμα το πρωτάθλημα διεξάγεται με οκτώ ομάδες σε τέσσερεις γύρους, ο θεσμός θα καταστεί πιο αξιόπιστος και ανταγωνιστικός και θα έχει ως φυσικό επακόλουθο την αύξηση των φιλάθλων.

Άλλη σημαντική κίνηση αφορά τη ζωντανή τηλεοπτική κάλυψη των αγώνων. Η ΚΟΠ θα μπορούσε για παράδειγμα να καθορίσει ότι όσοι αγώνες διεξάγονται το Σάββατο στις 3.00 μ.μ, δεν θα μεταδίδονται ζωντανά από καμία τηλεοπτική πλατφόρμα. Αυτό το μοντέλο (3 pm “blackout”) χρησιμοποιείται στην Αγγλία εδώ και δεκαετίες, και ο λόγος της απόφασής τους ήταν για να αυξηθεί ο αριθμός των φιλάθλων στα στάδια. Με το μέτρο αυτό, εάν οι φίλαθλοι επιθυμούν να παρακολουθήσουν τον αγώνα, θα πρέπει να μεταβούν στο γήπεδο.

Πέραν των πιο πάνω αλλαγών, θα πρέπει και οι ίδιες οι διοικήσεις να εργαστούν στρατηγικά ούτως ώστε να αναβαθμίσουν το προϊόν τους και να το συνδέσουν άμεσα με τις ανάγκες των φιλάθλων τους. Μέσα από προωθητικές ενέργειες, τα τμήματα μάρκετινγκ οφείλουν να προσεγγίσουν το κοινό τους και να δώσουν κίνητρα ούτως ώστε να έρχονται στο γήπεδο. Τα έσοδα από χορηγίες και τηλεοπτικά δικαιώματα δεν είναι και δεν πρέπει να θεωρούνται δεδομένα, καθώς υπάρχει άμεση διασύνδεσή τους με τον αριθμό των φιλάθλων της ομάδας. Οι ομάδες με τους περισσότερους φιλάθλους πάντοτε έχουν και τα περισσότερα έσοδα από χορηγίες.

Το βασικό συστατικό και αυτό που δίνει τη μεγαλύτερη αξία στο ποδόσφαιρο είναι οι φίλαθλοι και δεν είναι τυχαίο άλλωστε που όσες διοικήσεις δεν πέτυχαν να τους συνδέσουν άμεσα με την ομάδα, έχουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα. Αυτή η χρονική στιγμή είναι η καταλληλότερη για εφαρμογή λύσεων. Και λέω, αυτή η στιγμή, καθώς με την εφαρμογή του μέτρου της κάρτας φιλάθλου έχει εκλείψει η βία και η αναρχία στις κερκίδες, κάτι που εκτός του ότι έχει αναβαθμίσει άμεσα το προϊόν, δίνει την ευκαιρία σε όλους να εφαρμόσουν σχεδιασμούς, προσεγγίζοντας το ευρύ κοινό, που υπό άλλες συνθήκες και προϋποθέσεις θα ήταν σχεδόν αδύνατο.

Είναι καιρός να πάψουν ορισμένοι να δαιμονοποιούν τα μέτρα που λαμβάνονται για βελτίωση του ποδοσφαίρου και να εγκύψουν στα προβλήματα που απαιτούν άμεσες και πρακτικές λύσεις ούτως ώστε οι φίλαθλοι να επιστρέψουν στο άθλημα που αποδεδειγμένα τόσο πολύ λατρεύουν και αγαπούν.

* Οικονομικός Διευθυντής | Στάδιο ΓΣΠ,
Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου | Κυπριακή Εταιρεία Διοίκησης Αθλητισμού (Κ.Ε.Δ.Α) και
Υποψήφιος διδάκτωρ Αθλητικής Διοίκησης | Πανεπιστήμιο Λευκωσίας