

Онима који су заслепљени пуним стадионима у Лиги шампиона, Премијер лиги, Бундеслиги, Серији А, шпанској и француској Лиги, као и мундијалима и европским првенствима, промиче да су сви остали стадиони, на којима игра више од 90 одсто клубова и фудбалера и на којима стасавају нове генерације играча - празни. На њима сем родитеља, чланова уже фамилије и понеког скаута, нема никога. Фудбалски челници налазе се пред раскрсницом: ако желе да преживе, биће приморани да промене правила и прилагоде их новом времену.



Сви имамо слику у глави, било да смо читали хронике, романе или гледали филм о Титанику, како у бизнис класи путници плешу и пију шампањац док брод увелико тоне, а несрећници који се налазе дубоко у утроби прекоатлантске грдосије боре се за живот давећи се у води која куља са свих страна.

Титаник је прилично веродостојна метафора данашњег фудбала. Напумпана новцем који је стигао из целог света - посебно из Персијског залива, од баснословних уговора од телевизијских права, глобалног мерчендајзинга и у последње време и из света крипто валута - фудбалска елита, сабијена у пар шампионата на Старом континенту са испоставама за ветеране и звезде у гашењу у Сједињеним Америчким Државама, Турској, арапским петромонархијама и донедавно у Кини (све до одлуке председника Си Ђинпинга да поведе земљу у нови социјализам), живи ван реалног света. Заслепљена апсурдним богатством она не види да фудбалски брод тоне. Када буде постала свесна реалности биће касно да се било шта промени.

У времену када пар хиљада фудбалера зарађује по неколико милиона или чак десетина милиона евра годишње, на хиљаде малих клубова се гаси јер не могу да плате закуп за терен и свлационице

У времену када пар хиљада фудбалера зарађује по неколико милиона или чак десетина милиона евра годишње, на хиљаде малих клубова се гаси јер не могу да плате закуп за терен и свлационице док су велики клубови, који плаћају фараонске плате својим играчима, у дуговима до гуше. Да су којим случајем „обично“ приватно лице, веома мали број клубова би избегао банкрот а њихови челници судске процесе, што се тренутно догађа Јувентусу у Италији.

Замислите шта ће бити с клубовима чији су власници из арапског света када им једног дана досади фудбал, или када амерички фондови и мешетари пронађу нову забаву или начин да окрећу новац?

Празне трибине

Фудбал губи своју супстанцу и будућност. Половину адолесцената и младих људи од 16 до 23 година фудбал не занима много, или га не сматрају довољно интересантним, показују последња истраживања. Штавише, њих 27 одсто фудбал уопште не занима, а 13 одсто га чак мрзи. Нови клинци, за разлику од претходних генерација, чак ни они који нису богзна како успешни у школи, не виде у фудбалу, нити у спорту уопште, занимање својих снова или начин да постану славни и богати.

Од оних који фудбал прате само 49 одсто то ради јер навијају за један или више клубова, док је трећина као мотив навела везаност за једног играча, а да гледа само велике утакмице док остале прати површно, гледајући евентуално голове

Дубинско испитивање реномираних агенција Макинси/Нилсен (McKinsey/Nielsen) открило је и да од оних који фудбал прате само 49 одсто то ради јер навијају за један или више клубова, док је трећина као мотив навела везаност за једног играча, а да гледа само велике утакмице док остале прати површно, гледајући евентуално голове.

Још један податак је веома узнемирујући за будућност фудбала: чак две трећине младих прати фудбал јер се боје да не пропусте нешто што други сматрају важним, а не зато што их заиста интересује. У преводу, када данашња генерација четрдесетогодишњака и педесетогодишњака буде отишла с позорнице, фудбал неће имати ко да гледа, а биће мало и оних који ће га и даље сматрати најважнијом споредном ствари на свету.

Глобализација је покидала главну жилу куцавицу фудбала - а то је везивање за један клуб. Некада се говорило да се све може променити осим мајке и клуба за који се навија. Данас, нове генерације навијају за фудбалске звезде и навијају за клубове у којима играју њихови идоли. Другим речима, велике звезде су постале значајне ако не и значајније од клубова и померају са собом велике масе фудбалских поклоника.

Чак трећина популације у узрасту од 16 до 24 године навија за једног играча а не за клуб, и последично у фокус њиховог интересовања улази клуб за који игра њихов љубимац.

Чињеница да је још пре пет година регистрована тенденција пада гледаности у категорији становништва између 12 и 34 године за чак 40 одсто сама је по себи била драматична.

Најспореднија споредна ствар

Доскорашњи председник Јувентуса Андреа Ањели био је један од ретких фудбалских руководилаца који је јавно упозоравао на тренд који води „најважнију споредну ствар“ ка свом крају.

Свима промиче да су сви остали стадиони, на којима игра више од 90 одсто клубова и фудбалера и на којима стасавају нове генерације играча - празни

Заслепљенима пуним стадионима у Лиги шампиона, Премијер лиги, Бундеслиги, Серији А, шпанској и француској Лиги, као и мундијалима и европским првенствима, свима промиче да су сви остали стадиони, на којима игра више од 90 одсто клубова и фудбалера и на којима стасавају нове генерације играча - празни. На њима сем родитеља, чланова уже фамилије и понеког скаута нема никога.

Други велики проблем фудбала је „досада“. Нове генерације, одрасле уз паметне телефоне, таблете, компјутере, и ова најновија која стасава на друштвеним мрежама, није у стању да гледа концентрисано било шта што траје дуже од пар, највише десет-петнаест минута.

Фудбал је од „догађаја“, „најважније споредне ствари на свету“, постао позадина или пратећи садржај док се на паметним телефонима гледају кратки видео записи, прате друштвене мреже, сурфује интернетом, ради хиљаду других ствари.

Већ тзв. миленијалци (они који данас имају између 25 и 40 година), а да не говоримо о генерацији З (рођени између 1997. и 2012. године) не гледају класичну телевизију и не претплаћују се на кабловске или сателитске телевизије. **Млади су све мање заинтересовани да гледају не само фудбал већ и било који други спорт на телевизији, имајући у виду трајања догађаја: два сата фудбалске утакмице или три и по сата америчког фудбала ствар је прошлог века. Није проблем у миленијалцима или генерацији З, проблем је што је спорт, а посебно фудбал, постао телевизијски производ, а телевизија почиње да губи утакмицу с новим видовима забаве и информисања које преферирају генерације који долазе.**

Друга два велика проблема фудбала су стриминг и видео-игрице. Велика већина малишана не одраста играјући свакодневно фудбал као претходне генерације, између осталог и зато што треба платити фудбалске школе, а и стил живота се променио. Такође, све је мање очева који воде своју децу на утакмице, евентуално то ураде једном и то је то.

Нове генерације обликују интернет и дигитална забава која је, мање-више, свима надокхват руке. Видео-игрице врте пет пута више новца од фудбала, 250 милијарди према 50 милијарди долара.

Контролер уместо копачке

Клинци се формирају уз платформе „On-demand“ и видео-игрице, речју - у виртуелном свету. Када фокусирамо пажњу на фудбал, више је оних који су играли ПЕС или ФУТ (обе су доживеле промене: „eFootball“ је наследио ПЕС, а „EA Sports“ и ФИФА су после тридесет година раскинули уговор за ФУТ), него оних што су шутирала лопту с другарима на локалном игралишту, да не говоримо о тренинзима и утакмицама.

Стигли смо и до апсурда: некада су видео-игрице (мислимо на фубалске) служиле као сурогат за проживљавање стварних емоција које поклана фудбалска игра, данас је све више оних који играју своје виртуалне партије, а тек једним оком прате шта се догађа на реалној утакмици вољеног тима на телевизору или неком другом уређају.

Захваљујући стримингу и могућности да се гледа шта и када се жели у садејству с друштвеним мрежама и интернетом који омогућава брзу и директну информацију о свему и свачему, није неопходно „губити“ сате и сате гледајући утакмице

Процењује се да на планети имамо близу пола милијарде поклоника „eSports“, од којих око 200 милиона регуларно игра, сваки дан, или гледа друге у акцији. Реч је углавном о популацији од 16 до 35 година (миленијалци и генерација З) која испред компјутера проводи у просеку чак седам сати дневно. Стигли смо до тога да се поједина такмичења преносе, а број специјализованих телевизијских и интернет канала експоненцијално

расте заједно с гледаношћу, која достиже чак и 20 милиона гледалаца за најважније турнире.

Захваљујући стримингу и могућности да се гледа шта и када се жели у садејству с друштвеним мрежама и интернетом који омогућава брзу и директну информацију о свему и свачему, није неопходно „губити“ сате и сате гледајући утакмице. Примера ради, гледаност тзв. хајлајтса је у контратенденцији са „шером“ који бележе фудбалске утакмице (не рачунајући велике мечеве и завршнице великих такмичења).

Нова правила пред вратима

Данас клинци знају све о фудбалерима, кошаркашима или тенисерима, али не зато што гледају сатима утакмице или мечеве већ зато што преко видео-игрица добијају све детаљне податке о спортистима, од статистика до описа њихових карактеристика. Штавише, захваљујући могућности да се у игрицама „ангажују“ играчи из прошлости, нове генерације упознају Пелеа, Марадону, Платинија, Ал Џабара, Меџика Џонсона или Мајкла Џордана.

Фудбалски челници, али и они који воде друге спортова, налазе се пред раскрсницом: ако желе да преживе, биће приморани да промене правила и прилагоде их новом времену, или ће морати да пронађу формулу за другачије презентовање широкој публици

Фудбалски челници, али и они који воде друге спортова, налазе се пред раскрсницом: ако желе да преживе, биће приморани да промене правила и прилагоде их новом времену, или ће морати да пронађу формулу за другачије презентовање широкој публици. У одбојци је одавно промењено правило промене сервиса; у тенису, сем на четири највећа турнира, игра се на два а не на три добијена сета, у Формули 1 је промењен начин квалификација.

У фудбалу се вага да ли да се пређе на ефективно време и да се уведу искључења на одређено време, као и могућност да се у игру врате играчи који су замењени. Размишља се и како да фудбал, као производ, постане примамљивији, почев од позиционирања

Фудбал тоне као Титаник, а у бизнис класи се плеше и пије шампањац

Пише: Франко Белмонте
уторак, 06 децембар 2022 02:54

телевизијских камера које би приближиле игру на терену оној која се види на видео-игрицама, односно учинити је интерактивном и занимљивијом за гледаоце.

Када се подвуче црта, нисмо далеко од времена када ће клубовима приоритет бити да се боре за гледаоце и навијаче, а не за бодове и трофеје, јер ће то бити једини начин да преживе. Победе неће бити довољне.

(PTC)