



# **PENSARE**

## **MARCO BELINELLI**

a cura di: Moris Gasparri

Lo Spazio  
della Politica



## Pensare Marco Belinelli

### INTRO

► pag. 3

### I CAPITOLO

**UNA LAUREA DA CAMPIONE** ► pag. 6

### II CAPITOLO

**POLITICA DEI CAMPETTI** ► pag. 16

### III CAPITOLO

**NBA, UNA LEGA GLOBALE** ► pag. 27

### IV CAPITOLO

**GLI ANNI DELLA GRANDE CRISI** ► pag. 43

### V CAPITOLO

**PENSARE GLI SPURS** ► pag. 52

# INTRO

Perché lo sport è così rilevante nella nostra epoca? Perché masse di persone numericamente sempre più grandi guardano alla tv i grandi eventi sportivi? Perché i grandi atleti sono icone tra le più conosciute e venerate del nostro tempo globale? Ma soprattutto, perché un think tank decide di occuparsi proprio di un atleta?

Lo sport professionistico, quello che alcuni studiosi chiamano sport-spettacolo, è oggi una grande fabbrica di emozioni su scala globale. Seguire dal vivo o in tv i Mondiali di calcio, le Olimpiadi, la Champions League, i playoff Nba, il torneo di Wimbledon, il Tour de France, giusto per nominare gli eventi sportivi più importanti, significa accedere ad un grande teatro universale delle passioni umane, da quelle più contemplative che permettono di godere della bellezza dei gesti atletici e tecnici, a quelle più irrazionali del tifo, e quindi dell'euforia o della disperazione. Solo la noia e la prevedibilità non fanno parte di questa teatralità, soprattutto dei suoi momenti culminanti.

Lo sport-spettacolo non è poi separabile dalla sua componente mitica. Ogni evento sportivo non sarebbe tale senza la mole di informazioni e dibattiti che lo precedono e lo seguono, senza Youtube popolato di immagini epiche da rammemorare, senza l'industria televisiva dei documentari che ci mette in dialogo costante con i grandi personaggi sportivi del passato. Essere appassionati di sport significa parlarne, intrecciare legami, costruire comunità: una fortissima connotazione democratica e partecipativa, un potente mezzo di socializzazione. Questi fattori spiegano l'universalità del linguaggio sportivo e la sua trasversalità. Quasi tutti i popoli, le classi sociali, i ceti professionali, le confessioni religiose presenti oggi nel globo riconoscono nello sport un codice comune. Certo, ci sono differenze territoriali, per cui alcune discipline sportive sono globali ed altre invece più ancorate a contesti locali o regionali, ma l'alfabeto emotivo è il medesimo sopra evocato.

Questo impatto emozionale è di gran lunga più importante degli effetti economici che lo sport-spettacolo è oggi in grado di produrre, pur essen-

done la causa. Cosa sono ad esempio i fatturati dei grandi club sportivi di fronte a quelli dei grandi colossi energetici? Niente, davvero niente. Secondo la classifica “Fortune 500” stilata annualmente da Forbes sulle aziende con i maggiori ricavi, la Exxon Mobil è in seconda posizione con un fatturato che nel 2013 ha raggiunto i 407 miliardi di dollari. Il Real Madrid, il club sportivo capofila mondiale dei ricavi, nello stesso anno ha fatturato 675 milioni di dollari. Una differenza abissale. Però la gente non si emoziona nel ricevere il gas nelle proprie case o nel mettere benzina nella propria macchina, e non parla continuamente dei nuovi giacimenti scoperti da Eni o Gazprom.

Il futuro dei sindacati. La crisi di Italia e Spagna. La storia recente e le prospettive di Finmeccanica. I makers e le nuove frontiere dell’impresa open source. Prossimamente la disuguaglianza e Piketty, la robotica, le nuove tecnologie, il futuro della salute. Questo fin qui il “catalogo” dei nostri ebook. Cosa c’entrano in questa costellazione tematica lo sport e Marco Belinelli?

I think tank sono istituzioni in cui di norma si pensano ed analizzano gli scenari della politica e dell’economia ed in cui spesso questo lavoro è strumentale all’azione pratica, alla definizione di leggi, decisioni, politiche pubbliche. Lo sport, nella complessità di fenomeni che questa parola evoca e nomina, è un fatto rilevante della società globale, ma nel nostro Paese non gode di grande considerazione sotto questo profilo serio. Proprio per abbattere questo muro pregiudiziale abbiamo creato nel 2012 e nel 2013 la classifica dei pensatori globali dello sport. Guidati dalla formula “chi sa solo di sport non sa niente di sport, chi non sa niente di sport non sa tutto di politica e di economia”, abbiamo ricavato un piccolo ma prezioso laboratorio di idee e concetti. Da qui l’idea di fare un passaggio successivo.

Molto prima di diventare un oggetto di studio, Marco Belinelli è stato per chi scrive l’idolo capace di segnare 25 punti agli Stati Uniti ai mondiali di basket giapponesi del 2006, in una partita memorabile che lo ha lanciato verso la carriera nel basket professionistico americano. A chi è stato visceralmente tifoso di Marco anche negli anni di Golden State, Toronto e New Orleans, a chi si è tremendamente gasato per le “big balls” di Chicago pensando che quello fosse l’apice di tutto, non basteranno tre vite per descrivere la gioia provata la notte a cavallo tra il 15 ed il 16 giugno 2014. Un ragazzo della provincia italiana che conquista il titolo NBA con una squadra leggendaria come i San Antonio Spurs. Bello, bellissimo, una sorta di sbarco sulla luna. Ma perché non esplorare diversamente questa grande emozione sportiva? Perché non mettere in relazione la storia di Marco Belinelli con degli scenari di senso più ampi? Perché non parlare dei molteplici impatti che lo sport ha oggi in Italia e nel mondo globale attraverso e a partire dalla sua figura? È la sfida intellettuale che ha originato

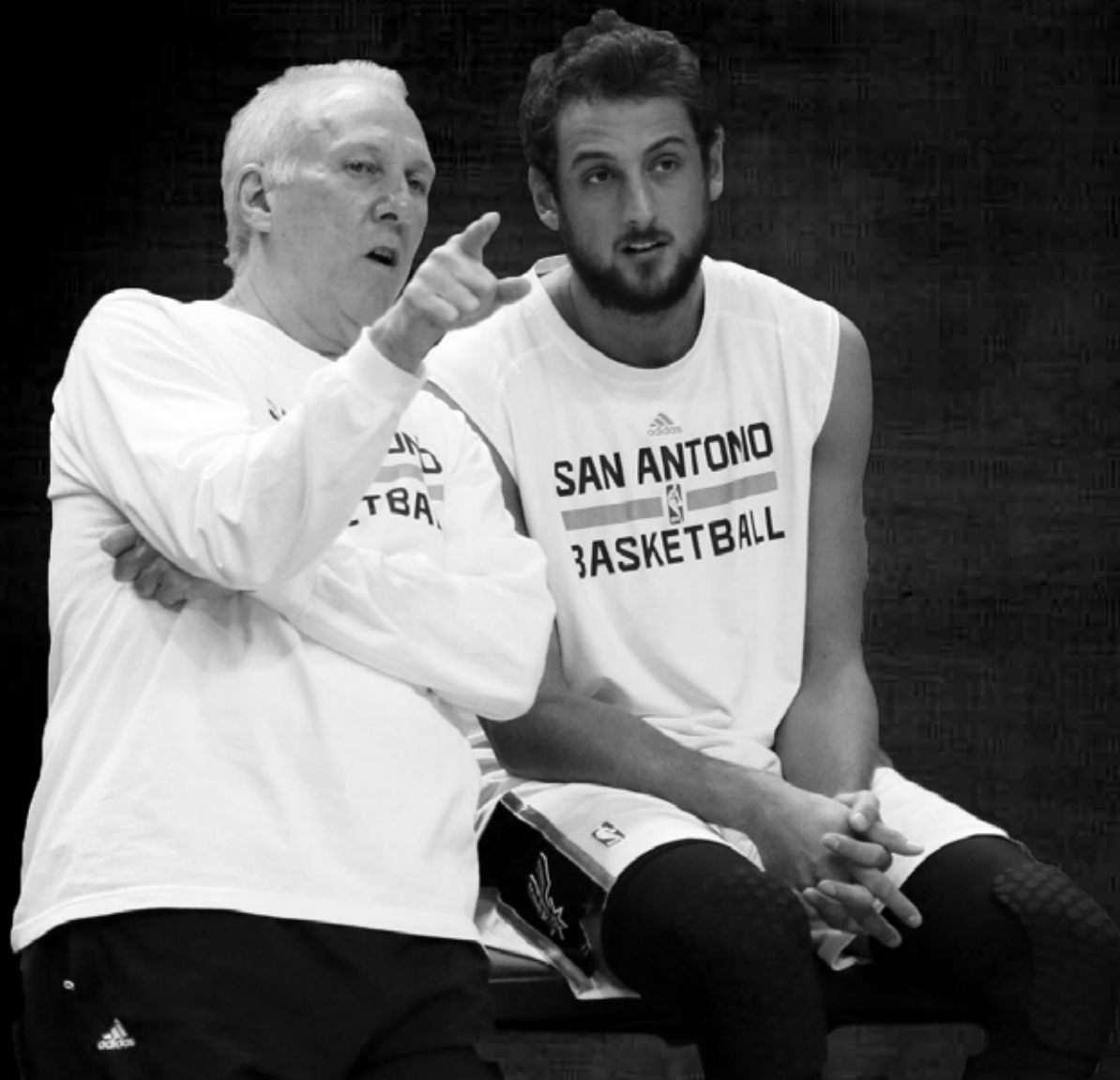
questa ricerca. Non una ricostruzione biografica, o un lavoro puramente celebrativo. Bensì una sorta di originale “mini-corso universitario” sul valore culturale dello sport, visto e praticato.

L'ebook è diviso in cinque capitoli. Il primo contiene una ricostruzione del percorso sportivo di Marco Belinelli, in particolare della sua esperienza americana. Il secondo è incentrato sullo sport inteso come cultura del movimento, nelle sue relazioni ancora raramente analizzate con il trend globale dell'obesità infantile. Il terzo contiene invece un'analisi del mondo NBA, per esplorare gli aspetti organizzativi ed economici, le strategie di espansione e le culture di fondo che ispirano questa lega sportiva oggi divenuta a pieno titolo un codice culturale globale. Il quarto si concentra sulla situazione del sistema sportivo italiano, sullo sfondo della crisi economica del nostro Paese. Il quinto è invece un'analisi poliedrica dei motivi che spiegano il valore storico e sportivo della squadra con cui Marco Belinelli ha vinto il titolo NBA nella scorsa stagione, i San Antonio Spurs.

Per finire, alcuni ringraziamenti doverosi. Uno dei nostri “sports thinker” di fiducia, Andy Markovits, ha dedicato un libro - “Sportista” - al tema dell'esclusione femminile dal mondo sportivo, ultimo apparente baluardo della mascolinità. E invece c'è una donna dietro le quinte di questo ebook. Una donna speciale, che vive di e per lo sport. Si chiama Elisa Guarnieri, viene da Fiorenzuola d'Arda ed è la persona che, tra i suoi vari impegni professionali, da anni cura l'immagine, le pubbliche relazioni e la comunicazione di Marco Belinelli. A lei va un ringraziamento enorme per aver seguito e tifato tutte le tappe della lavorazione editoriale, e per avermi concesso il grande ed emozionante privilegio di poter illustrare al primo italiano a vincere l'anello NBA i contenuti di questo lavoro, sotto gli occhi vigili del Larry O'Brien Trophy. Se l'immagine di Marco Belinelli è così radicalmente diversa dallo stereotipo della celebrità sportiva, è anche merito suo. Il passaggio sull'emilianità del primo capitolo è quindi dedicato anche a lei.

Questo ebook è anche e soprattutto un grande lavoro collettivo, come nello stile di ricerca che da sempre ispira “Lo Spazio della Politica”. Ad Andrea Garnero si deve l'exkursus sulla crisi economica italiana contenuto nel terzo capitolo. Ad Andrea Matiz la documentatissima ricostruzione storica del quarto capitolo. Ad Alessandro Aresu ed Andrea Beltrama i pensieri principali sulla cultura Spurs del quinto capitolo. Sempre nel quinto capitolo, è di Raffaele Mauro il contributo sul nuovo trend rappresentato dalle tecnologie indossabili, mentre sono di Vincenzo Del Gaudio le illuminazioni culturali sul teatro di Mejerchol'd. Una menzione speciale va anche a Floriana Bulfon e Valentina Montalto, che hanno letto e revisionato le bozze con grande spirito d'amicizia, e a Serena Picchio, per la consueta maestria grafica.

E adesso, buona lettura!



# UNA LAUREA DA CAMPIONE

I CAPITOLO

In una trasmissione andata in onda sulle reti di Sky nel giugno del 2013, Federico Buffa definì Marco Belinelli “uno studente del gioco”. Si tratta di una metafora affascinante e carica di senso, che vogliamo riprendere e sviluppare.

Dopo una formazione cestistica trascorsa tra San Giovanni in Persiceto e Bologna, Marco Belinelli ha cominciato la propria carriera americana nel 2007, all'età di 21 anni, selezionato al draft NBA dai Golden State Warriors. Si tratta di un percorso che per certi versi può essere accostato a quello di tanti giovani italiani che emigrano negli Stati Uniti per fare carriera in professioni in cui il nostro Paese non offre oggi standard di eccellenza globale, in particolar modo quelle collegate alla ricerca universitaria. Pur nella grande differenza di prospettive economiche e mediatiche, l'essere selezionati da una squadra NBA presenta infatti degli aspetti comuni con il recruiting internazionale di studenti e docenti compiuto dalle principali università americane, per due motivi:

- le possibilità di miglioramento e valorizzazione personale offerte, dato il livello avanzato di competenze, organizzazione, strutture e tecnologie messe a disposizione;
- la grande spinta motivazionale che queste occasioni, specie se lungamente desiderate e sognate, riescono a generare in chi ha la fortuna di viverle.

A pensarci bene le università americane, dove oltretutto il basket è nato e si è sviluppato, hanno fatto molto prima quello che l'Nba fa sistematicamente soltanto da un decennio, cioè selezionare ed attirare talenti da tutte le parti del mondo. Ad Harvard oggi sono presenti quasi 10.000 studenti e docenti stranieri, provenienti da 151 paesi del mondo. Il Texas Medical Center di Houston, il principale distretto di ricerca medica al mondo, conta più di 6000 ricercatori e medici italiani.

Marco Belinelli è uno “studente” che nei suoi sette anni americani (otto con quello appena iniziato) si è applicato con grande costanza e disciplina, e con risultati sempre crescenti, con la sola differenza che per compiere il suo curriculum formativo ha dovuto spostarsi in varie “università” americane e canadesi: San Francisco, Toronto, New Orleans, Chicago, e infine San Antonio.





[Da sport.sky.it]

Di questa applicazione ne hanno tenuto traccia i suoi “professori” più illustri. Monty Williams, suo allenatore ai New Orleans Hornets, lo ha definito su Sports Illustrated “un mostro”, elogiandone l’impegno e la dedizione al lavoro. Tim Thibodeau, suo allenatore ai Chicago Bulls, ha più volte sottolineato la sua mentalità vincente ed il suo spirito di squadra, rimpiangendone pubblicamente la partenza. Gregg Popovich ha detto che nella sua carriera di allenatore è il giocatore che ha appreso nel tempo più breve di tutti la complessità dei giochi dei suoi San Antonio Spurs, dimostrando doti d’intelligenza cestistica non comuni. Si tratta di riconoscimenti importanti, che parlano e pesano più di molte valutazioni statistiche. E’ un grande peccato che il racconto mediatico dello sport ci tenga quasi sempre lontani dalle “biblioteche” in cui un atleta si forma, mostrandoci i campi di gara e non quelli d’allenamento. Nel caso di Marco Belinelli avremmo potuto apprezzare il tempo dedicato al miglioramento degli aspetti deboli del proprio gioco, al potenziamento muscolare per adeguarsi ai differenti standard atletici richiesti dal basket NBA rispetto a quello europeo, allo studio delle caratteristiche di gioco delle squadre avversarie.



# LO STARTUPPER DEL GIOCO

La definizione di Buffa non coglie però un altro aspetto molto importante, che si affianca a quello appena analizzato. Per descriverlo abbiamo bisogno di allargare la metafora da cui siamo partiti. Marco Belinelli in questi anni americani non è stato solo uno studente, ma anche uno “startupper del gioco”, e d'altra parte avendo cominciato la sua carriera americana da San Francisco non poteva essere altrimenti. Si badi, non la visione glamour e totalmente infondata dello startupper che in una notte crea imperi economici grazie alla propria genialità e alla benevolenza di qualche investitore. Al contrario, quella fatta di sacrifici, solitudine, rischio di fallire. Nelle fasi iniziali del suo percorso americano Marco Belinelli è stato costantemente vicino al fallimento del proprio progetto d'impresa. Non un fallimento di tipo economico ovviamente, ma uno molto più sottile ed acuminato, un fallimento morale. Il suo sbarco nel basket NBA non è avvenuto per caso. Come ripetuto in ogni intervista quello era il mondo visto e ammirato in televisione sin da bambino, poi desiderato, studiato, voluto. Per questo suo considerare gli Stati Uniti come unico terreno d'elezione di un giocatore di basket è stato non a caso accostato alla tragica figura del grande Drazen Petrovic, il primo cestista europeo ad affermarsi oltreoceano. Tuttavia, a differenza di Petrovic, Marco Belinelli non è arrivato in NBA da star acclamata e celebrata.

Di messaggeri del fallimento ce ne sono stati tanti. Da un lato la sfiducia americana che si è addensata attorno alla sua figura, spesso condizionata da letture acritiche e “cieche” delle statistiche individuali. Solo per fare un esempio, nell'estate del trasferimento agli Spurs sul sito MySanAntonio.com si commentava sulla sostanziale inutilità di questa scelta, proprio guardando alle cifre raccolte da Marco nel suo percorso americano, secondo i curatori di questo influente blog molto modeste. Poi, soprattutto, la sfiducia italiana. Marco Belinelli per anni è stato oggetto di giudizi pesanti ed in alcuni casi di vera e propria derisione da parte di una fetta consistente della comunità di appassionati di basket del Belpaese. Aver fortemente sognato e desiderato l'America, considerandola come l'unico vero terreno di elezione di un giocatore di basket. per poi esserne reputato non all'altezza, inadeguato, “unfit”. Una contraddizione potenzialmente letale.

Proprio da queste critiche Marco ha invece saputo trarre linfa vitale per alimentare le proprie motivazioni, cadute nel punto più basso dopo i primi tre anni da comprimario tra Golden State e Toronto. Un percorso per

tappe, esame dopo esame, che lo ha portato prima a guadagnarsi un posto da titolare a New Orleans, ed a segnare 21 punti contro i Lakers allo Staples Center in una partita dei playoff. Poi ad essere scelto da una squadra-mito dell'NBA come Chicago, dove ha iniziato la stagione dalla panchina, per poi concluderla da protagonista. Infine la chiamata di San Antonio, le ambizioni di vittoria, la grande stagione in regular season, la vittoria nella gara del tiro da 3 all'All Star Weekend e, lo scorso 16 giugno, la realizzazione del sogno di vincere l'anello.

## IT'S ALL ABOUT WINNING

Nell'introduzione abbiamo parlato dei fattori che rendono oggi lo sport-spettacolo un elemento di grande attrazione su scala globale. La teatralità alla quale abbiamo fatto accenno è sì un elemento importante, ma che va specificato. Lo sport non è fatto di mera figuratività. Se così fosse sarebbe accostabile alla danza. I grandi atleti non devono infatti solo stupire il pubblico, impressionandolo con i propri gesti atletici e le proprie movenze. C'è uno specifico dell'entertainment sportivo. Lo sport è fatto di corpi in movimento che si sfidano animati dal desiderio di vincere, questa dimensione immateriale e concretissima allo stesso tempo. Uno dei padri dello sport moderno è sicuramente Vince Lombardi, l'allenatore di football americano che negli anni Cinquanta del secolo scorso guidò i Green Bay Packers ad una storica doppia affermazione nella NFL. Possiamo considerarlo il "Mosé dello sport", colui che attraverso una ricca serie di aforismi ce ne ha consegnato la legge fondamentale: l'importante non è partecipare, l'importante è vincere.



Vincere significa sempre dover opporre e misurare la propria forza con degli avversari. Questo è il senso profondamente greco, agonistico, che informa di sé lo sport moderno. E' questo il fascino maledetto esercitato dallo spettacolo sportivo: vincere è sempre il frutto di una lotta, non è mai un risultato dato in partenza. Non esistono sceneggiatori dello spettacolo sportivo, a differenza di quello cinematografico. Più grande è l'incertezza sull'esito della contesa, maggiore è il seguito creato da un evento. Più grande è la lotta, maggiore è l'intensità emotiva vissuta dagli spettatori. Nasce proprio qui il pericolo, il male dello sport, la frode per raggiungere questo obiettivo, ovvero il doping nelle sue varie forme.

I grandi personaggi sportivi hanno una dignità culturale proprio in questo loro essere dei ricercatori di vittoria. "It's all about winning" è la frase-mantra di sapore "lombardiano" che per mesi è comparsa in ogni messaggio sui profili Facebook e Twitter di Marco Belinelli. Le sue espressioni "non ho mai mollato" ed "alla fine ho vinto" pronunciate in lacrime ai microfoni di Sky sono un momento emozionale che difficilmente gli appassionati italiani di sport potranno dimenticare. Ovviamente Marco non ha vinto da trionfatore solitario. Lo ha fatto ritagliandosi un ruolo in una squadra che con la vittoria ha ormai un appuntamento destinale, come avremo modo di vedere nel capitolo conclusivo di questo ebook. La sua storia personale ci offre però una grande lezione sulla disciplina mentale del vincere. La pratica di uno sport ammaestra sul rapporto tra sofferenza e risultato. "Soffri, ma sogni": così l'indimenticato Pietro Mennea sintetizzava il senso dell'impegno sportivo praticato ad alti livelli. Questo aspetto rappresenta un grande e per la verità poco riconosciuto contributo culturale ed educativo dello sport, che acquista un significato ancor maggiore in Italia, dove spesso esiste una cultura del successo fortuita, per cui si arriva al vertice con un colpo del caso, una comparsata televisiva o un aiuto parentale, senza studio e sacrifici costanti nel tempo.

## L'NBA-MONDO

Anche in tempi di globalizzazione lo sport-spettacolo continua ad assegnare una centralità alle nazioni. Lo sport si è sviluppato nell'epoca dei grandi confronti bellici, poi ne ha raccolto, sublimandola e pacificandola, l'eredità nazionalista. E' il grande contributo francese alla storia dello sport, col lavoro di "diplomazia visionaria" di De Coubertin e di Jules Rimet. Mondiali di calcio o Olimpiadi senza l'evocazione del sentimento nazionale non sarebbero le mega-macchine planetarie che sono oggi. Lo sport è un fattore di identità nazionale proprio perché produce dei simboli e delle mitologie, aspetti importanti per quello che i politologi chiamano "nation building" tanto quanto le istituzioni e le norme giuridiche. Non

solo. Le vittorie sportive producono il cosiddetto “feel good factor”: tutti possono sentirsi partecipi e artefici di una vittoria, non solo chi materialmente la ottiene, che però proprio per questa trasmissione di felicità diventa un benefattore della propria comunità nazionale.

Oggi esistono delle nazioni create dallo sport non coincidenti con i confini della sfera politica, delle vere e proprie comunità transnazionali che sono i grandi club di calcio europei e di basket americani. I mercati del tifo sportivo sono oggi mercati globali, non solo locali. Eppure anche in questi processi di globalizzazione economico-sportiva il peso del nazionalismo tradizionale conta. L’NBA nell’ultimo ventennio ha saputo incorporare questo aspetto nelle proprie strategie di espansione commerciale, a differenza delle altre tre grandi leghe sportive d’Oltreoceano, che rimangono sostanzialmente americane, con un tocco di canadesità nell’hockey e caraibicità nel baseball. Proprio nella stagione 2014-2015 appena cominciata è stato raggiunto il record di giocatori internazionali presenti nei roster delle 30 squadre NBA, 101, in rappresentanza di 37 nazioni, il 23% della lega, un dato raddoppiato rispetto alla stagione 2000-2001. Si tratta di un cambiamento importante. Proprio questo cambiamento incentiva l’adesione nazionalistica dei pubblici non-americani. Dei figli della propria nazione che entrano a giocare nella lega sportiva più sognata ed esclusiva del mondo, in alcuni casi anche vincendo il titolo, cosa c’è di più patriottico? La mania cinese per il basket ha avuto in Yao Ming il suo detonatore principale. Tony Parker è arrivato oggi a rappresentare nella considerazione del popolo francese un pari-grado di Michel Platini. Dirk Nowitzki è diventato un eroe popolare in una nazione come la Germania in cui il basket è di gran lunga superato anche dalla pallamano come seguito e tradizione. In Spagna, dopo i successi di Pau Gasol e la lunga schiera di giocatori spagnoli atterrati oltreoceano, l’hanno ribattezzata “ÑBA”.

C’è quindi un preciso senso italiano nella vittoria di Marco Belinelli. La bellezza di veder sventolare un tricolore in un posto in cui non ci saremmo mai aspettati di vederlo. La bellezza di poter pronunciare l’espressione “primo italiano a vincere l’anello Nba” e “primo italiano a vincere la gara dei 3 punti all’All Star Game”. L’orgoglio nel sapere che la persona più influente del mondo, Barack Obama, nomina positivamente l’Italia anche grazie al contributo dato dai suoi Belinelli e Gallinari al basket americano, in un periodo storico in cui la nostra considerazione internazionale si è fortemente ridotta. C’è poi un senso più tecnico, ovvero quanto un successo sportivo non sia solo individuale, bensì frutto di un movimento sportivo. E’ innegabile che la comunità italiana delle persone che seguono il basket e lo praticano abbia vissuto in maniera più intensa e consapevole questo successo. Marco Belinelli è il suo talento, la sua applicazione, la sua determinazione, ma anche tutti gli avversari che ha incontrato negli anni della sua formazione giovanile, i dirigenti che lo hanno cresciuto, gli



allenatori che lo hanno formato, gli arbitri che lo hanno diretto. E' Marco Sanguettoli, suo tecnico alle giovanili della Virtus, che lo segue ancora oggi e lavora con lui d'estate. Ovviamente c'è anche l'effetto "band wagoning", molti di quelli che lo criticavano oggi applaudono, ma questa è una dinamica inaggirabile delle vicende umane. L'unica differenza con gli altri grandi momenti di patriottismo sportivo del passato è che gara 5 tra San Antonio e Miami non è una vittoria entrata in diretta nelle case degli italiani, se non in quelle di una minoranza, causa fuso orari e pay-tv. Ci è entrata a scoppio ritardato, ma come vedremo in dettaglio in uno dei prossimi capitoli, uno dei caratteri distintivi dell'NBA è questo suo arrivare ovunque anche a prescindere dall'effettiva visione televisiva.

## ITALIANI E

Tuttavia non dobbiamo mai dimenticare che il sentimento di identità nazionale alle nostre latitudini si declina sempre attraverso quell'essere "italiani e" di cui parlava Ilvo Diamanti in un vecchio numero di Limes intitolato "Esiste l'Italia?" al quale collaborammo. Italiani ed emiliani, italiani e persicetani, sempre indissolubilmente legati alle nostre radici municipali e territoriali. In realtà sport e localismo vanno a braccetto da sempre, il potere delle vittorie sportive di "mettere sulla mappa" dei paesi e delle cittadine altrimenti sconosciuti anche all'interno dei propri confini nazio-

[da quotidiano.net,  
foto Schicchi]





nali è notorio in tutto il mondo. Marco Belinelli ha appunto “messo sulla mappa” San Giovanni in Persiceto, ma nella sua squadra c'è anche chi, come il suo collega australiano Patty Mills, ha “messo sulla mappa” la bellissima storia delle popolazioni aborigene di Torres Strait Islands.

Nel caso di Marco Belinelli il localismo assume però anche un altro significato. Ci si può affermare nello sport ad altissimi livelli, godere degli enormi privilegi economici e di status offerti da questa condizione e rimanere comunque saldamente legati alla propria normalità. Nelle immagini mediatiche di Marco Belinelli c'è molto di questo sano provincialismo. La linguetta delle scarpe utilizzate nella gara del tiro da 3 con le iniziali di San Giovanni in Persiceto. Il ringraziamento ai compaesani radunati a vedere le Finals nella bocciofila del paese pronunciato nell'immediato post-vittoria. Il tornare ogni estate, tenendo insieme come mete del proprio relax vacanziero Formentera e Crevalcore, Miami e Cento. Il voler tornare una volta smessa la carriera.



In quel libretto aureo che è “Quel gran pezzo dell'Emilia” il compianto Edmondo Berselli ci ha aiutato a comprendere nella sua antropologia profonda una terra così poco reclamizzata, ma così decisiva nella storia industriale, politica e culturale del nostro Paese. L'emiliano nel suo pragmatismo silenzioso fa, e il suo fare spesso raggiunge livelli di eccellenza in molti campi, ma non ama apparire o esibire. La laboriosità preferita alla chiacchiera di sé. Il rimanere coi piedi per terra preferito agli svolazzi ed

alle fanfaronate. Questo tratto si rispecchia in maniera molto forte nei campioni sportivi che questa terra sa produrre. Il 2014 dello sport italiano è il grande anno dell'Emilia. Pensiamo a Carlo Ancelotti, che nel contesto più celebrato e patinato del calcio mondiale ha fatto della calma e della bonarietà emiliane i fondamenti della sua leadership, portando il Real alla conquista della Decima. Pensiamo ad Alex Zanardi, eroe dalla popolarità globale, ma che vive con grande normalità le proprie straordinarie imprese di vita e di sport. Pensiamo a Nicola Rizzoli che arbitra con grande tranquillità una partita vista in diretta da oltre un miliardo di persone. Pensiamo alla fatica silenziosa in piscina di Gregorio Paltrinieri. Per quanto più romagnola che emiliana, pensiamo a Sara Errani, anche lei ragazza normale e vincente in un contesto di spettacolo globale come quello del tennis.

“Noi veniamo guardati da tanti ragazzini, quello che faccio fuori dal campo è importante quanto quello che faccio dentro”. Sono parole di Marco Belinelli e sono emiliane quanto un piatto di tortellini. C'è il sapore dell'educazione familiare, e anche di quel “capitale sociale” tanto studiato da Robert Putnam, che fa di questa terra una sorta di Scandinavia italiana. Alla fine ha vinto anche lei, l'Emilia.



# POLITICA DEI CAMPETTI

II CAPITOLO

“Su questo campetto Marco ha passato ore e ore a giocare e tirare dai 5 ai 17 anni. Finita la scuola, a casa per un pasto veloce e poi qui per sfidare gli amici, anche più grandi. E quando non c'erano amici, prendeva il pallone e tirava fino a sera. Quanti tiri? Chi li ha mai contati. Non si stancava mai.”

C'è un'immagine dalla quale è giusto partire in questo secondo capitolo. È quella di Marco Belinelli bambino e ragazzino che passa i suoi pomeriggi al campetto di basket della scuola media di San Giovanni in Persiceto, efficacemente descritta dalle parole di suo fratello Enrico. Giocare e tirare sempre, senza posa, come se quel campetto fosse una protesi della sua formazione scolastica, o addirittura il contrario. Perché abbiamo scelto di partire proprio da qui? Perché questa è un'immagine fortemente simbolica e fondativa. Intanto lo è nel percorso biografico e sportivo di Marco Belinelli, che in quel campetto iniziato a sviluppare il proprio talento. Poi lo è se trasposta su un piano più generale.

L'aspetto che ci interessa pensare ed esplorare in questo capitolo è proprio questo muoversi, giocare, tirare e saltare. Perché partire proprio da qui? Cosa c'è da pensare in quest'immagine apparentemente così banale e comune di un bambino che gioca con una palla e fa sport? Non è forse quella dell'infanzia la vera grande età del “muoversi giocando”, spesso con una palla a far da compagna? È proprio in questa fase infatti che si formano le abilità motorie, neuro-muscolari, tecniche e coordinative che poi in alcuni casi diventano carriere nello sport professionistico. Certo, c'è la dotazione genetica. Certo, ci sono le abilità innate. Ma più si gioca, più ci si esercita, anche individualmente, più a livello sportivo si acquistano competenze e si fabbricano capacità.

## IL TRENTENNIO

## OBESO

L'immagine da cui siamo partiti non è però così attuale come si potrebbe pensare. Il suo senso fondamentale appare spezzato in molti punti.

Viviamo un'era di drastica riduzione del movimento fisico. L'automazione tecnologica ha rimpiazzato l'energia muscolare in tantissime mansioni lavorative. Ci si muove molto meno a piedi o in bici per gli spostamenti quotidiani. Si passa gran parte del tempo libero seduti o sdraiati davanti a tv, computer e altri strumenti. Viviamo poi un'era contrassegnata da una grande trasformazione alimentare. Dopo millenni di scarsità, le capacità di innovazione produttiva e distributiva dell'industria alimentare hanno portato ad un'abbondanza di calorie disponibili a basso costo e su larga scala, provocando però profondi squilibri nutrizionali. Da questa relazione tra quanto di meno ci muoviamo e quanto di più/peggio mangiamo deriva un effetto: le nostre popolazioni sono diventate più pesanti, un trend globale concentrato non solo nei paesi economicamente avanzati. Se gli storici hanno definito quello successivo alla Seconda Guerra Mondiale come il "trentennio d'oro", periodo storico fatto di pace, prosperità e progresso sociale, noi abbiamo alle spalle il "trentennio obeso".

I dati contenuti in una ricerca da poco pubblicata sulla rivista *The Lancet* dicono che oltre 2 miliardi e cento milioni di persone nel mondo sono oggi sovrappeso, mentre nel 1980 erano 857 milioni. Negli Stati Uniti dal 1980 ad oggi la popolazione obesa è raddoppiata ad ogni decennio, fino ad arrivare al 34.9% attuale. Negli ultimi anni la ricerca in campo medico si è sempre di più concentrata nel riconoscere il ruolo infiammatorio del grasso addominale e la sua relazione diretta con l'aumento di malattie metaboliche e cardiovascolari. Questo trend sta infatti avendo un impatto fortissimo sui sistemi sanitari. Gli economisti calcolano che nei paesi dell'area OCSE mediamente tra il 5 ed il 10% dei costi sanitari sia imputabile ogni anno all'obesità, con previsioni crescenti per i decenni a venire.

Questa lettura del fenomeno obesità non è però ancora completa, manca un tassello molto importante. Oggi a livello globale la povertà va associandosi sempre di più alla mancanza di movimento fisico e all'aumento del grasso corporeo. Per chi non ha dimestichezza con i dati dell'OCSE o dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, sembrerebbe qualcosa di fortemente contro-intuitivo. Per secoli la magrezza è stata sinonimo di stenti e mancanza di risorse, il grasso di ricchezza e sovrabbondanza. Anche il metabolismo del corpo umano si è millenariamente forgiato dentro questa condizione: trasformiamo le calorie assunte in eccesso in grasso come strumento preventivo di difesa dalle situazioni di scarsità di cibo. Stiamo dunque vivendo una grande mutazione economica ed antropologica. Dati alla mano, l'obesità colpisce in misura maggiore le persone meno abbienti, meno istruite, che vivono nei quartieri più poveri delle città, in particolare le donne. Giusto per fare un esempio, nei villaggi più poveri del Messico le popolazioni locali in mancanza di acqua potabile bevono Coca-Cola, con effetti devastanti sull'aumento dell'obesità e delle malattie metaboliche e cardio-vascolari collegate.



L'aumento di peso non è un problema che riguarda però solamente le fasce demografiche più adulte della popolazione, anzi. Le generazioni più giovani sono oggi il prototipo perfetto per comprendere quanto profondi siano questi cambiamenti negli stili di vita. Le nuove generazioni esprimono il massimo di sedentarietà mai visto nella storia umana, soprattutto nell'occupazione del tempo libero.



Nel linguaggio medico si parla non a caso di obesità infantile, e sempre secondo i dati dello studio sopra citato si calcola che su scala globale questo fenomeno sia aumentato del 47% nell'ultimo trentennio. Prima si aumentava di peso col passare degli anni. Oggi l'aumento del grasso corporeo arriva sin dai primi anni di vita, col rischio quindi di sviluppare molto prima tutta una serie di patologie. Il diabete di tipo 2 era definito "il diabete dell'anziano", oggi negli Stati Uniti abbiamo numerosi casi in età adolescenziale. Parliamo della patologia più direttamente collegata alla sedentarietà e alla scorretta alimentazione, e quella che più impatta sui costi sanitari. Un bambino sovrappeso/obeso ha poi molte più possibilità di rimanerlo anche da adulto, specie se nasce in una famiglia con persone affette da una situazione simile. Un aspetto interessante analizzato da numerosi studi è proprio che la maggioranza dei genitori di bambini in sovrappeso non riconosce come grassi i propri figli.

# LA SITUAZIONE ITALIANA

I dati più recenti sul fenomeno sovrappeso/obesità infantile in Italia sono quelli raccolti nel 2012 dal programma ministeriale “Okkio alla Salute” (nei primi mesi del 2015 verranno pubblicati i dati relativi al 2014). Sono riferiti a bambini di 8-9 anni, il campione preso in esame è stato di 46. 200 persone, quindi statisticamente molto significativo.

**Dato medio italiano: 22,2% sovrappeso, 12,6% obeso.**

Dettaglio regionale. Ad un estremo troviamo la Campania con il 48,7 % (27,2 sovrappeso, 21,5 obeso), all'altro le province di Bolzano (15,9) e Trento (20,2). Le regioni del Sud sono tutte sopra la media nazionale e stanno tutte sul 40%, ad eccezione della Sardegna che invece ha uno dei dati più positivi a livello nazionale, assieme a Lombardia, Veneto e Toscana, tutte sul 25%.

Nell'Obesity Update 2014 dell'OCSE nella classifica sul sovrappeso delle classi d'età 5-17 anni figuriamo al secondo posto con un dato pressoché simile, sopravanzati solo dalla Grecia, addirittura sopra a Stati Uniti e Messico. La Germania ha il 20%, la Francia il 15%, nella fascia 15-20% troviamo Brasile, Austria, Polonia, Australia, Olanda, Turchia, paesi scandinavi. È importante notare che le regioni del Centro-Nord non sono comunque sugli standard dell'Europa del Nord, quindi il problema è italiano nel suo insieme, con ovviamente una forte accentuazione nelle regioni del Mezzogiorno. Il migliore dato italiano, quello dell'Alto-Adige appunto, è pari a quello medio francese. Ovviamente se analizziamo i dati italiani della fascia d'età 15-24 anni c'è un netto miglioramento, ed in generale i dati italiani sull'obesità sono ancora tra i più bassi al mondo, il nostro problema è nella fascia più giovane della popolazione.

# UN PROBLEMA SPORTIVO E SANITARIO

Uno studio della Stanford University pubblicato da poco ha messo in luce il ruolo della scarsa attività fisica come causa principale dell'obesità,

anche più dell'alimentazione, anche se a livello politico ci si è finora concentrati enormemente di più sull'aspetto nutrizionale (si pensi alle politiche di tassazione dei cibi grassi e delle bevande zuccherate attuate da molti paesi). Per la pratica sportiva vediamo quasi solo raccomandazioni e prescrizioni, ma non programmi di policy strutturati nel tempo. Da questo quadro deriva anche un problema di carattere sportivo, non solo sanitario.

Una popolazione giovanile con trend crescenti legati all'aumento della sedentarietà e del peso toglie potenzialità alla selezione del talento sportivo, soprattutto per un paese come l'Italia che, al contrario di altre nazioni con forti problemi di obesità, non può disporre di bacini demografici estesi (come gli Stati Uniti), e che non ha lo spazio di bilancio per investire risorse pubbliche elevatissime nei programmi per lo sport di élite (come fa l'Australia).

La ricchezza motoria che è alla base del talento sportivo si forma principalmente in questa fase, dai 6 ai 15 anni, non dopo. A tal proposito c'è uno studio molto interessante condotto dalla School of Health Sciences della University of South Australia. I ricercatori hanno preso in esame 50 studi sulla corsa condotti dal 1964 al 2010 in 28 paesi, che hanno riguardato un campione di circa 25 milioni di bambini di età compresa tra i 9 ed i 17 anni. I dati ricavati sono eloquenti. In una corsa sulla distanza del miglio i bambini-ragazzini di oggi sono mediamente più lenti di circa 90 secondi rispetto ai bambini-ragazzini di 30 anni fa, oggi loro genitori. Ogni dieci anni dal 1970 c'è stato un peggioramento medio del 5%, addirittura maggiore per i paesi dell'area mediterranea, tra cui appunto l'Italia. La spiegazione data da Grant Tomkinson, il responsabile della ricerca, è che quelli di oggi devono muoversi nello spazio portando addosso molto più peso rispetto alle generazioni precedenti, e questo diminuisce le loro doti di resistenza e capacità cardiovascolare.

Non è che tutti i bambini e ragazzini del mondo siano diventati totalmente immobili. Semplicemente lo sport praticato nei contesti istituzionali, a scuola, nei club o nei centri sportivi, magari due o tre volte alla settimana, per molti di loro non basta da solo a tenere in pari o in saldo negativo la bilancia energetica quotidiana. Le scelte alimentari influiscono in misura notevole a determinare questa condizione, ma appunto è anche il surplus di movimento che manca, il correre e saltare in maniera quotidiana, il "giocare in movimento" e non il "giocare seduti". Parliamo comunque di trend reversibili: è importante dare il segnale che questi sono fenomeni correggibili, non sono necessità di natura sulle quali non possiamo fare niente.

Le principali autorità mediche a livello mondiale raccomandano almeno un'ora di movimento al giorno per i bambini. Una simile raccomandazione

sarebbe risultata impensabile una o due generazioni fa. Non sempre però la storia procede per evoluzioni lineari, in cui quello che viene superato è cosa morta. Recuperare un rapporto naturale col movimento fisico è quindi un grande tema politico, economico e sociale del nostro tempo. In questi scenari, ancor prima del sistema sportivo, la scuola assume un'importanza centrale, e non è secondario che il campetto di San Giovanni in Persiceto da cui siamo partiti sia proprio il campetto di una scuola media. Nel cuore politico del mondo, alla Casa Bianca, è nato "Let's move", progetto di grande impatto comunicativo ideato da Michelle Obama e imperniato proprio sul rapporto tra scuole, cultura del movimento ed educazione alimentare. Diamo molta attenzione alla formazione delle capacità linguistiche, matematiche ed informatiche, ma la pratica sportiva e le capacità motorie sono importanti tanto quanto la matematica, la storia e l'inglese nella formazione scolastica dei nostri ragazzi, non solo per ragioni educative, ma anche come impatto futuro sul welfare sanitario. Sono i pensieri di Laura Mc Callister, presidente di Sport Wales, la principale istituzione sportiva del Galles, che abbiamo inserito nella nostra classifica degli "sports thinkers" 2013 proprio per aver avviato un programma volto a monitorare e ripensare l'insegnamento dell'educazione fisica nelle scuole gallesi. Ma non basta. È adeguata alle sfide del proprio tempo una scuola in cui bambini e ragazzini sono costretti all'assenza di movimento fisico per ore intere? Non si sta forse infittendo il filone di studi scientifici che mettono in relazione la maggiore pratica sportiva, anche a scuola, con il maggiore accrescimento delle capacità cognitive?

## GLI EDUCATORI DEL MOVIMENTO

Lo sport professionistico ha un grande ruolo dentro questi scenari, anche se poco o nulla dibattuto. Nella prospettiva di questo capitolo ci interessa mettere a fuoco il ruolo degli atleti come educatori del movimento. Nelle due classifiche degli "sports thinkers" abbiamo inserito le fondazioni create da due grandi nuotatori, Michael Phelps e Rebecca Adlington.





Una scelta motivata proprio dal fatto che non si tratta di fondazioni legate alla beneficenza tradizionale, pur importanti, ma proprio di progetti per far muovere i bambini e le persone, in questo caso ovviamente attraverso la diffusione del nuoto. Dare opportunità di movimento, incentivare la creazione di luoghi per fare sport sensibilizzando alla loro importanza, realizzare progetti con le scuole e le comunità locali, educare ad una corretta alimentazione: ecco come interpretare oggi in maniera innovativa la responsabilità civile e sociale dei grandi atleti. Come può entrare una cultura dell'alimentazione sana in una famiglia povera? Chi ha più presa, il medico di base o una stella del calcio o del basket?

Se avremo sempre meno movimento nelle nuove generazioni, avremo anche meno talento sportivo selezionabile dall'industria dello sport professionistico? Di recente in Canada è nato un dibattito su questi temi, originato dal fatto che mentre è in calo la partecipazione alle attività sportive e crescono i dati sull'obesità, stanno aumentando i successi canadesi alle Olimpiadi. In Gran Bretagna ci sono gli stessi problemi, ma gli investimenti pubblici sugli sport olimpici hanno portato negli ultimi dieci anni a dei grandi risultati in termini di medaglie e successi, anche in discipline di scarsa tradizione nazionale. Cosa significa tutto questo? Avremo in futuro una tendenza ad investire risorse elevate e competenze professionali sempre più accurate su un ristretto numero di ragazzini per farli diventare dei campioni sportivi, o perlomeno degli aspiranti campioni? Una minoranza di corpi allenati ed in forma, esercitati sin da piccoli a muoversi, monitorati sotto ogni profilo nutrizionale, medico e scientifico,



guardati in tv da una grande massa di persone sempre più “allenate” alla passività, e quindi sempre più grasse? Oppure al contrario avremo un coinvolgimento allargato, un cortocircuito positivo in cui quello che si vede sullo schermo diventa stimolo per essere replicato nella quotidianità, in modo da vivere poi in maniera ancora più intensa e consapevole lo spettacolo sportivo visto in tv? È il cosiddetto “demonstration effect”, studiato in ambito sportivo da Mike Weed, docente alla Canterbury Church University che da anni sottolinea come il potere d’ispirazione dello sport-spettacolo sia importante per riportare in attività le persone che hanno praticato sport e poi hanno abbandonato, anche se non per attirare i sedentari. Sul ruolo imitativo generato dai suoi atleti ha scommesso da anni l’NBA. L’idea di fondo è proprio quella che il basket visto in tv o sul computer possa portare i ragazzini a tirare e saltare nei campetti, che poi appunto diventeranno ancora più affezionati al prodotto televisivo. Non a caso in Cina ed India l’NBA ha finanziato la costruzione di vari playground, una strategia di business che potenzialmente può creare anche effetti positivi sulla salute pubblica. Sono scenari aperti, però è importante averli in mente, discuterne, decidere verso quali strategie orientarsi.

## LA POLITICA DEI CAMPETTI

È su questo terreno che nasce dunque la “politica dei campetti”. Il basket, come abbiamo appena detto, ha un ruolo molto importante dentro questi scenari. Non solo quello delle palestre, dei club, dei campionati e delle federazioni, ma anche il basket dei playground, proprio come quello della scuola “Mameli” di San Giovanni in Persiceto. Negli Stati Uniti c’è un ritrovato interesse culturale per questi spazi, nonostante il loro passato socialmente ed urbanisticamente pericoloso. Il recente documentario “Doin’it in the park” di Bobbito Garcia sulla cultura del basket di strada newyorkese ce ne fornisce una grande traccia. Sono spazi pubblici e accessibili gratuitamente, a differenza di quasi tutta l’impiantistica sportiva esistente (in questo sono simili agli skate park, entrambi riferimenti della cultura urbana e delle industrie di abbigliamento sportivo). Sono spazi di aggregazione spontanea. Sono soprattutto spazi che esistono per far muovere i bambini ed i ragazzini, e che se non “abitati” dal movimento perdono la loro ragion d’essere. Recentemente, a seguito del referendum consultivo per l’indipendenza della Catalogna, di cui ospitava uno dei seggi, hanno fatto il giro del mondo le immagini della scuola di Barcellona con dei campetti da basket creati nel proprio cortile.



Torniamo all'Italia. Le politiche dello sport nel nostro Paese avvengono in gran parte a livello comunale. Bene, perché non far diventare la “politica dei campetti” uno strumento di politica locale consapevole, partendo dall'esempio del campetto ormai più celebre di tutti, quello di San Giovanni in Persiceto? I costi di costruzione di un playground si aggirano sui 25-30.000 euro circa, cifra assolutamente non impegnativa per i pur ridotti bilanci comunali. I campetti necessitano di un'unica manutenzione, il cambio delle retine e, con minor frequenza, dei canestri. Il clima mediterraneo poi aiuta a garantire una loro usabilità per quasi tutto l'anno, a differenza di quelli newyorkesi che vivono e si animano solo d'estate. Però il solo lato dell'offerta non basta. Qualche anno fa Walter Veltroni, all'epoca sindaco di Roma, lanciò una grande operazione di costruzione di nuovi campetti di basket, soprattutto nelle periferie. Tuttavia, a distanza di più di dieci anni, e succedutesi altre due amministrazioni, molti di questi sono caduti in disuso. Oggi a Milano è ripartita un'operazione simile, anche in questo caso guidata dall'amministrazione comunale. Serve però il coinvolgimento continuo e costante dei gruppi spontanei, delle scuole e delle associazioni sportive radicate nel territorio che li utilizzano o potrebbero utilizzarli, serve un utilizzo sapiente dei social media, serve il coinvolgimento dei campioni.

# FARE SPORT TUTTA LA VITA

Ma gli sport con la palla sono solo dei bambini e degli adolescenti? Il ruolo dei genitori, degli zii o dei nonni è unicamente quello di guardare i propri figli o nipoti giocare? Si può praticare calcio, basket, rugby o volley lungo tutto l'arco della vita? Nel senso comune questi sono considerati sport da giovani, essendo troppo alti i rischi di traumi ed infortuni muscolari connessi alla loro pratica. Con l'andare dell'età la competizione lascia il posto alla partecipazione, lo sport vero e proprio alle culture del movimento, quindi all'esplosione come cultura sociale della corsa, del nuoto, del ciclismo, delle camminate, del nordic walking, delle varie forme di fitness. Tuttavia ci sono delle esperienze di frontiera che stanno disegnando nuovi scenari. Su tutte quella del "Copenhagen Centre for Team Sports and Health", istituto di ricerca pubblico nato nel 2012 e diretto da Jens Bangsbo, luminare a livello internazionale della preparazione atletica, che in Italia è noto anche per aver fatto parte dello staff di Marcello Lippi alla Juventus. Il centro è nato attorno ad un programma molto articolato di studi e ricerche per monitorare i benefici sulla salute apportati dalla pratica dei vari sport con la palla, soprattutto sulle persone anziane e sedentarie. Finora sono stati effettuati alcuni studi sul calcio, oltremodo interessanti, che hanno documentato come in persone over-65 giocare due partitelle alla settimana di un'ora ciascuna dopo qualche mese porti ad una riduzione significativa del grasso corporeo e della pressione arteriosa, e ad un aumento della forza muscolare e della densità ossea, aspetti fondamentali nella prevenzione delle cadute nella popolazione anziana. Altro aspetto importante, il divertimento connesso alle partitelle, la sensazione di tornare bambini, motivazioni secondo gli studiosi danesi molto importanti per attivare persone non abituate a fare sport. Ecco come dallo sport si transita al benessere e alla felicità individuale, al welfare sanitario e al controllo della spesa pubblica. Ne saremo capaci anche noi italiani? C'è un'immagine bellissima di cui fummo testimoni a Siena per un'intervista legata al progetto "Tutticittà" con il commissario tecnico della nazionale italiana di basket maschile, Simone Pianigiani. Al termine dell'allenamento mattutino della Mens Sana, il campo venne occupato da un gruppo formato da ragazzi e da gente di mezza età, pronti a sfidarsi in una partitella di basket nella pausa pranzo. Siena, Italia, non Danimarca.

E chissà che un giorno non troveremo Marco Belinelli sessantenne a fare ancora qualche partitella con i suoi amici al campetto di San Giovanni in Persiceto, circondato dall'affetto e dalla venerazione dei futuri bambini persicetani per il loro illustre concittadino!



# NBA, UNA LEGA GLOBALE

III CAPITOLO

Giugno 2014. Siamo in Brasile, a Natal, in occasione della partita dei Mondiali di calcio tra Italia ed Uruguay. Marco Belinelli, fresco di vittoria, è l'ospite d'onore per la Rai. Il conduttore lo presenta ai telespettatori italiani definendolo "campione del mondo NBA". La frase è concettualmente sbagliata, eppure contiene un'indicazione importante. Per il senso comune quando parliamo di NBA parliamo di qualcosa che ha a che fare con il mondo, un fenomeno popolare capace di valicare i propri confini nazionali, un vero codice universale.





La Premier League è la lega calcistica televisivamente più seguita del mondo eppure campione del mondo di calcio è chi vince la Coppa del Mondo, chi affermasse il contrario verrebbe preso per matto. Nel basket non è così. L’NBA è oggi di gran lunga più importante delle altre competizioni cestistiche internazionali (Mondiali ed Olimpiadi), anche per i pubblici non americani, e questi eventi si alimentano, a varia intensità, dell’immagine proiettata su di essi dai giocatori che giocano nella lega statunitense. In questo capitolo vogliamo provare a ricostruire i passaggi storici attraverso i quali si è creata una proiezione universale così potente, capace di portare una lega sportiva quasi sull’orlo del fallimento ad essere oggi trasmessa in 215 nazioni del mondo, ed a diventare una macchina capace di generare dei ricavi complessivi per 4,56 miliardi di dollari nel 2013.

## IL BUSINESS COME DESTINO

Non si comprende niente del successo planetario dell’NBA se non si parte da un assunto fondamentale: in questa espansione senso sportivo e senso commerciale sono intrecciati. Lo spirito europeo, fondatore di quasi tutti gli sport moderni, solo nell’ultimo decennio sta facendo pienamente i conti con questa logica. In Europa ad esempio il calcio nasce e si sviluppa come motore di spirito associativo e ricreativo, la commercializzazione di questa potente passione sociale arriva molto dopo e quasi come una conseguenza accidentale. Fino a pochi anni fa il Barcellona poteva rifiutare i soldi dello sponsor di maglia come qualcosa capace di “sporcare” l’essenza del club ed i suoi valori.

Il mondo delle leghe sportive professionistiche americane (a differenza di quello dello sport di college, intimamente legato all’amateurism di stampo anglosassone elevato da De Coubertin a fondamento dello spirito olimpico), nasce invece su una base totalmente diversa, e pragmatica. L’NBA, come ci ha recentemente raccontato il fondamentale libro di George Surdam, fu originariamente un’idea dei proprietari di arene concepite per l’hockey per allargarne l’utilizzo, e quindi i ricavi. Ma è stato il baseball a creare il modello di lega sportiva professionistica a cui poi si sono ispirati football, hockey e basket. La MLB (nata nel 1903 da una fusione tra American League e National League) è stata la prima in quasi tutto quello che oggi è l’universo del business e del marketing sportivo. La prima a far pagare una tassa di ammissione alle squadre partecipanti. La prima a creare un monopolio. La prima a legalizzare i pagamenti ai gioca-

tori. La prima a vendere i diritti di trasmissione delle partite, dal telegrafo alla radio per arrivare poi alla televisione. La prima a inventare i naming rights per l'intitolazione dei ballpark. La prima a usare l'immagine dei giocatori come veicolo pubblicitario per prodotti di largo consumo.

Nella logica americana lo sport-spettacolo è da sempre qualcosa di “marketable”, un prodotto da vendere, da consumare, e come tale va pensata e organizzata la sua distribuzione, dal vivo e televisiva. La genesi di tutto quello che vedremo più avanti parlando di David Stern sta qui.

Rispetto all'organizzazione europea dello sport professionistico, che pure si è via via ibridata, il modello americano si differenzia storicamente per i seguenti aspetti:

- 1) leghe chiuse, senza retrocessioni e quindi senza l'esistenza di un vertice e di una base potenzialmente collegate;
- 2) i dividendi contano più delle vittorie e del prestigio, da qui il tetto alle retribuzioni degli atleti per evitare sforamenti di bilancio sistematici;
- 3) presenza di meccanismi redistributivi per garantire l'equilibrio competitivo, in deroga alle leggi antitrust, evitando che le squadre delle città/aree metropolitane più grandi possano costruire egemonie e aristocrazie basate sulla ricchezza;
- 4) mobilità delle franchigie, che dipende da criteri economici (grandezza del mercato di riferimento). Da questo aspetto deriva un potere di ricatto sui poteri municipali, in particolare sul loro contributo economico nella costruzione/rinnovamento di stadi e arene, al fine di garantirsi la permanenza in città della franchigia;
- 5) centralismo molto accentuato nella gestione manageriale della lega. I club delegano potere all'autorità centrale, che attraverso un proprio management deve sviluppare il prodotto, venderlo, renderlo “marketable”, assicurando profitti per tutti e mediando le esigenze talvolta tra loro conflittuali di proprietari e lavoratori;
- 6) massimizzazione dei ricavi da stadi/arene, offrendo una grande mole di servizi commerciali agli spettatori;
- 7) rapporto privilegiato con i grandi network televisivi. Lo sport è il sovrano dei palinsesti, deve essere presente nelle case o nei luoghi di socializzazione degli americani sempre, tutti i giorni dell'anno.

# L'EPOCA BUIA

Gli anni Settanta e la prima parte degli anni Ottanta della NBA sono comunemente definiti l'epoca buia della principale lega di basket professionistico al mondo. Sono gli anni della lega con troppi giocatori di colore per fare breccia nei cuori del pubblico americano. Gli anni dei giocatori tanto folli e inaffidabili quanto tremendamente forti. Gli anni senza regole e, soprattutto, gli anni dei playoff e delle finali trasmesse in differita dalla Cbs a tarda serata e interrotte per dare spazio al golf, pure lui sport lontano anni luce dai livelli di popolarità attuali.

Il punto più basso viene toccato nella stagione 1980/1981, quando, a livello nazionale non solo la maggior parte delle partite di playoff venne trasmessa in differita, ma anche quattro delle sei necessarie ai Boston Celtics per piegare gli Houston Rockets nella contesa per il titolo. Le prime finali di Larry Bird fecero registrare un rating di 6.7, a lungo il più basso di sempre prima del 6.5 delle finali del 2003 tra San Antonio Spurs e New Jersey Nets. Che poi la stagione 80/81 dovesse essere una stagione infausta si era già capito quando, nell'agosto del 1980, il Los Angeles Times fece scoppiare lo "scandalo cocaina", rivelando che almeno l'85% dei componenti dei roster delle squadre NBA faceva regolare uso di questa sostanza. Un segreto di Pulcinella, però destinato ad alimentare la nomea di una lega per soli giocatori neri provenienti dai ghetti più difficili, tanto bravi a giocare con la palla a spicchi quanto fenomenali con alcool, droghe, scommesse e donne di facili costumi.

Ad aggravare il tutto, l'eccesso di violenza in campo non faceva che rendere ancora meno appetibile il prodotto in un'ottica commerciale. L'NBA di oggi, fatta di highlights e numeri spettacolari, era allora una lega dove le risse erano parte integrante delle partite. L'episodio più rilevante rimane di certo il pugno sferrato da Kermit Washington, giocatore dei Los Angeles Lakers, ai danni di Rudy Tomjanovic, all'epoca guardia degli Houston Rockets. Il pugno sferrato in pieno volto e nel bel mezzo di un'azione di gioco è stato considerato (fino alla rissa tra Pacers e Pistons) il gesto più violento mai avvenuto su un parquet NBA. Non si trattava però di un gesto isolato. Nella stagione '74-'75 venne toccato il record di risse sul parquet di gioco: 44, roba da NHL più che da NBA.

Contemporaneamente proprio con la stagione 1980/1981 si può cominciare a parlare di "resurrezione" della NBA, e il primo passo lo si può indicare nella nomina di un avvocato ebreo newyorkese, David Stern, a

vice-presidente esecutivo della lega.



[immagine tratta da [www.foxsports.com](http://www.foxsports.com)]

## LA FONDAZIONE DELL'IMPERO

L'alba della NBA dei nostri giorni vede la luce nel 1984. È infatti l'anno:

- 1) della nomina di David Stern a commissioner della lega;
- 2) della prima finale Magic Johnson vs Larry Bird vinta dai Celtics 4-3 e del 19.3 di rating fatto registrare da gara 7, una delle cinque partite più viste di sempre;
- 3) della prima trasmissione in diretta televisiva del draft;
- 4) dell'ingresso di Michael Jordan nella lega, della firma del suo primo contratto pubblicitario con la Nike, del lancio sul mercato delle prime Air Jordan;
- 5) del miglior draft di sempre, con Charles Barkley, John Stockton e Hakeem Olajuwon che vanno ad affiancare MJ;
- 6) dell'introduzione del salary cap.

Appena nominato “commissioner”, Stern ha un solo obiettivo in testa: ripulire l’immagine della lega ed intraprendere un programma di espansione commerciale. Il primo punto della sua strategia è una lotta senza quartiere a droga e scommesse. Tra il 1986 e il 1989 sono ben nove i giocatori che vengono banditi dall’NBA per aver fatto uso di droga, principalmente cocaina. Tra di loro anche pesci grossi come “Sugar” Ray Richardson, al tempo stella stella newyorkese dei Knicks, che proprio grazie a questo bando approderà nel campionato italiano. Stern trova una sponda anche nel profondo impatto emotivo che ebbe nell’opinione pubblica americana la tragedia che colpì Len Bias. Seconda scelta dei Boston Celtics nel draft del 1986, Bias morì due giorni dopo aver firmato il contratto, colpito da un attacco di cuore causato dall’uso di cocaina.

Ma la pulizia della lega e i programmi commerciali non bastano per attirare pubblico, ci vuole poi il basket giocato con i suoi campioni. Nel momento in cui Stern assume la guida della NBA, le stelle le ha già pronte in casa e per di più inquadrare nello scenario perfetto. Celtics contro Lakers, Larry Bird contro Magic Johnson, l’Est contro l’Ovest, i blue collar contro lo showbiz. Per di più fino al 1984 i due non si erano ancora incontrati in finale, anche se dal momento dell’ingresso di Magic nella lega (1979), uno dei due era sempre approdato alla fase finale. Tre volte Magic con due anelli e una volta con anello per Larry.

La trilogia delle finali Lakers contro Boston tra il 1984 e il 1987 (con l’intermezzo di una finale Celtics-Rockets del 1986) a livello televisivo trascinò il prodotto NBA verso orizzonti fino ad allora inimmaginabili. Le finali del 1987 sono ancora oggi quelle con i rating medi più alti di sempre. Inoltre con le finali del 1984 la Cbs e la NBA cominciano a vendere il prodotto in modo diverso. I Lakers diventano i Lakers di Magic, i Celtics i Celtics di Bird. Insomma, si va verso una personalizzazione del prodotto che dura ancora fino ad oggi, il concentrare tutto su alcune singole figure più che sui team.

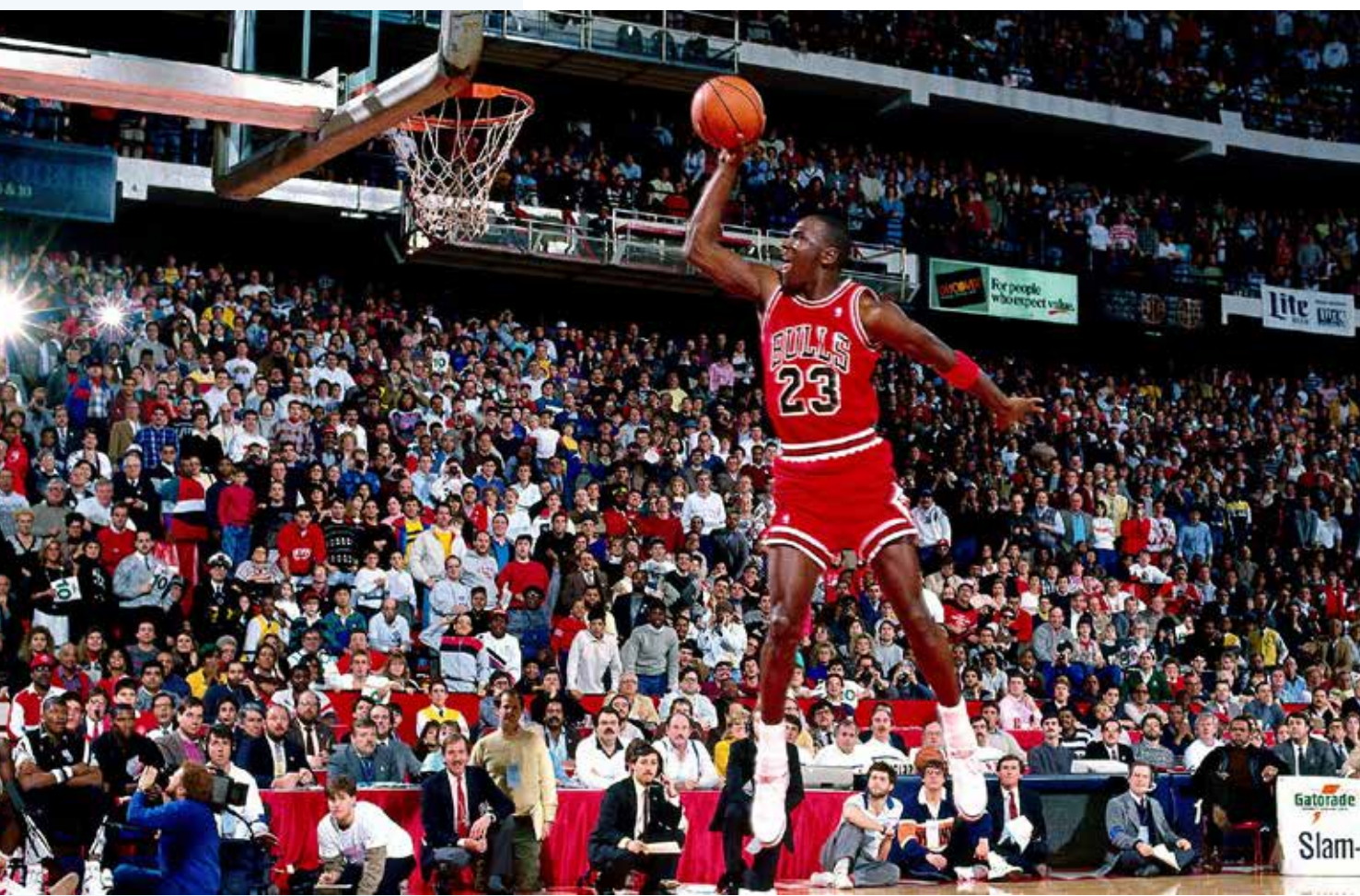
Nel 1988 per la prima volta il basket professionistico ottiene un posto fisso nel prime time televisivo nazionale. È anche l’anno dell’espansione interna, da un punto di vista sportivo e quindi anche commerciale, nel senso prima analizzato. Nel 1988 entrano a far parte delle franchigie NBA Miami e Charlotte, mentre nel 1989 toccherà a Minneapolis ed Orlando. Si cerca infatti di fare concorrenza, più o meno diretta, al football americano. Due franchigie in Florida, storicamente zona di football ma anche stato dove generalmente i pensionati della Est Coast (zona anche di basket) vanno a svernare. A Charlotte si prova ad approfittare della storica presenza del college basketball (Carolina e Duke, per fare due nomi). Infine si cerca di rafforzare la presenza nel Nord, da qui la scelta di Minneapolis.



## L'ERA MJ

12 giugno 1991, Michael Jordan vince il primo titolo della sua carriera con i Chicago Bulls. Sul suo fare epoca da un punto di vista sportivo ogni parola è superflua, la sua leggenda è oggi nota in ogni angolo della terra. Ma è il suo fare epoca da un punto di vista commerciale che qui ci interessa. Tanto per dare un'idea:

- 1) Quando i Bulls di Jordan vengono trasmessi su Tnt, i rating della rete via cavo aumentano del 17% rispetto alla media;
- 2) Quando i Bulls di Jordan vanno su Nbc, i rating già alti del canale aumentano e si toccheranno i record durante le finali del 1998, con uno storico 18,7 di share complessivo;
- 3) Nel 1991 l'NBA raccoglie 840 milioni di dollari da home video, figurine, editoria e licenze, gran parte di esse utilizzanti immagini di Jordan.
- 4) Due delle tre vhs su Jordan sono stabilmente per gran parte degli anni '90 nella classifica delle vhs "Sport and entertainment" di Billboard;



Michael Jordan è anche il primo atleta ad aver fatto del proprio corpo e della propria immagine un veicolo integrale del marketing pubblicitario per vari prodotti di largo consumo, scarpe, abbigliamento, bevande energetiche, profumi. Come acutamente analizzato da Michael Dyson, il corpo dell'atleta nero con Jordan cessa di apparire per la maggioranza bianca della popolazione americana il corpo divisivo e conflittuale degli Ali o dei Tommie Smith, espressione delle tensioni sociali e delle rivendicazioni contro il razzismo che avevano segnato la storia americana nel dopoguerra. Jordan, con la benedizione di David Stern, apre nella società americana l'era del post-razzismo, che oggi arriva fino a Barack Obama. Si tratta di un tema importantissimo per comprendere pienamente il senso culturale dell'NBA, e la sua radice prettamente americana, e per comprendere anche l'impatto di casi come quello che la scorsa estate ha scosso i Los Angeles Clippers. All'interno di questa lega, ma più in generale all'interno della società americana, c'è infatti una dialettica sempre viva e mai risolta tra queste due immagini del "corpo black", quella pericolosa e sinistra e quella invece integrata e resa oggetto d'ammirazione. Pensiamo all'impatto di una figura come quella di Allen Iverson, o alle violenze di cui fu protagonista l'allora Ron Artest nel 2004. Proprio da questo connubio partì la repressione, fortemente voluta da Stern, alle influenze "gangsta rap" sui giocatori della lega, che ha portato dalla stagione 2005-06 all'introduzione del cosiddetto "dress code", regolamento che norma l'abbigliamento dei giocatori in ogni occasione pubblica collegata alle attività della lega, proibendo di indossare felpe, berretti, collane, catene e suggerendo uno stile elegante. Proprio questo disciplinare i comportamenti dei propri atleti in maniera così rigida e capillare ha sollevato critiche di razzismo da parte di alcuni esponenti del pensiero liberal americano.

A sedici anni dal suo ritiro, il brand Jordan è ancora di gran lunga più forte di quello dei più grandi atleti oggi in attività. Solo per citare un dato, la linea Air Jordan della Nike nel 2013 ha avuto un fatturato di 2,25 miliardi di dollari, una cifra superiore alle vendite nel mercato americano della principale rivale di Nike, Adidas. E MJ, come analizzato da Forbes, nel 2013 ha guadagnato dai suoi contratti pubblicitari circa 80 milioni di dollari, staccando nettamente i vari Messi, Cristiano Ronaldo e LeBron James. Ci sono però altri due tasselli da aggiungere per avere il quadro finale.

7 Novembre 1991, Magic Johnson annuncia di avere l'HIV, il primo "big one" della NBA. Il caso crea un'onda emotiva tale da far diventare l'All Star Game del 1992 un set da film hollywoodiano, contribuendo ad aumentare la dimensione mitica del grande progetto previsto per l'estate, ovvero il Dream Team.

Agosto 1992. Per la prima volta il CIO ammette i professionisti anche nel



programma olimpico del basket. È lo spirito di David Stern che prevale sull'amateurism caro ad Henri De Coubertin. Quella che si presenta a Barcellona è la squadra più forte di sempre, che gira intorno al nuovo Re (il 23 di Chicago), ai due ex signori che per motivi diversi hanno dovuto abdicare (Magic Johnson e Larry Bird), ed ai colleghi di draft del Re (Charles Barkley e John Stockton). Aldilà dell'aspetto sportivo, il Dream Team è un capolavoro di marketing assoluto ottenuto da Stern: la visibilità globale delle Olimpiadi estive viene utilizzata per promuovere la visibilità globale dei personaggi di una lega fin lì ancora prevalentemente americana in termini di seguito, preparando l'imminente conquista del mercato europeo ed asiatico.



Per concludere, non sorprende che nel periodo preso in esame i ricavi per la cessione dei diritti televisivi registrino un balzo nel mercato interno. Nel 1989 viene siglato il grande passaggio da Cbs a Nbc con la firma di un contratto televisivo quadriennale da 600 milioni di dollari, cifra triplicata rispetto al contratto precedente.

## FUORI DAI CONFINI

Quella fin qui raccontata è la storia dell'espansione interna, la conquista della frontiera americana. Contrariamente a quanto è disposto a pensare

il senso comune europeo, si tratta però di una conquista relativa. La società di ricerca Harris Interactive conduce ogni anno un sondaggio su quale sia lo sport nazionale per gli americani. Nel 1985 il 24% degli intervistati indicava la NFL, il 23% la MLB e la NBA giungeva quinta, ben staccata col 6%. Davanti a lei college football e le corse automobilistiche Nascar. Nel 2012 lo scenario non mutava: NFL 34%, MLB 16%, college football sempre terzo con l'11%, Nascar quarta e la NBA sempre quinta col 7%. Per la verità tra il 1994 e il 2003 (guarda caso quando domina MJ), il dato relativo alla NBA si aggirava tra il 10% e il 13%. Dopo il 2003 però si torna sotto il 10% e ai valori degli anni Ottanta. Anche i dati del report annualmente stilato dalla Nielsen sul consumo mediatico degli americani confermano questa situazione, anche se sottolineano un aspetto importante. L'NBA ha una sua precisa connotazione demografica, è uno sport dal grande seguito nella popolazione nera e nelle fasce più giovani della popolazione. Quest'ultimo in particolare è il motivo che ne aumenta in maniera considerevole la capacità d'attrazione pubblicitaria. Inoltre il basket è lo sport di squadra più praticato nel sistema scolastico americano, con un notevole contributo femminile.

La grande idea di David Stern, quella che ne definisce il carattere di individuo "cosmico-storico", per citare Hegel, è quella di proiettare con forza questa lega aldilà del mercato americano, sfruttando la potenza dell'industria televisiva. Se oggi ci appare un fatto normale che gli americani stiano diventando appassionati di calcio, che il football americano sia diventato di casa a Wembley o che gli orari di alcune partite vengano spostati in modo da incontrare le esigenze televisive di centinaia di milioni di asiatici, lo dobbiamo anche e soprattutto a lui. La trasformazione di alcune leghe sportive da nazionali a globali è il suo grande lascito alla storia dello sport, in un senso che è sia culturale che economico. A preparargli il terreno ci avevano pensato quasi un secolo prima i missionari evangelisti dell'YMCA, rendendo il basket l'altro linguaggio sportivo pienamente universale assieme al calcio. Il resto è un capolavoro di managerialità. Basti pensare che fino all'avvento di Stern l'unico contatto tra l'NBA e il resto del mondo era consistito in una serie di amichevoli che gli allora Washington Bullets avevano giocato in Israele contro il Maccabi Tel Aviv, nel settembre 1978, e poi in Cina e nelle Filippine nell'estate del 1979.

La conquista globale avviene attraverso due direttrici: una tecnica, l'altra legata al marketing. Per quanto riguarda gli aspetti tecnici, assistiamo al fiorire di workshop, clinic per coach e ragazzini, apparizioni in eventi collegati al mondo del basket, tornei di street basket. Insomma ogni scusa è buona per portare un giocatore o un allenatore o un dirigente NBA in Europa, e poi in Asia, per creare un network, specialmente quello tecnico, che permetta ai vari mondi di parlarsi e conoscersi. In Italia abbiamo un caso-studio interessante di questa tendenza, quello di Treviso, dove queste attività hanno ormai una storia ultra-ventennale. Tutto questo

sfocia come conseguenza naturale nell'approdo di giocatori stranieri nella NBA. Come abbiamo già visto nel primo capitolo, l'internazionalizzazione dei roster NBA è lo strumento perfetto per la lega per divenire un vero sport globale. I giocatori non americani diventano automaticamente ambasciatori NBA nei loro paesi, stelle a livello di marketing al pari dei big della lega indipendentemente dal loro livello, e per molti di loro questo ruolo dura anche una volta terminata la carriera agonistica.

Sul piano del marketing, la principale ragione dell'espansione NBA si spiega invece con la capacità di questo campionato di generare esposizione televisiva estera. L'atletismo ed gesti tecnici spettacolari dei grandi atleti neri seducono, incantano, generano spirito d'emulazione. Sono eloquenti le testimonianze di Marco Belinelli sul suo seguire con i fratelli di notte l'NBA alla tv dalla sua casa di San Giovanni in Persiceto, a volte anche saltando la scuola il giorno successivo. Andare in tv significa entrare a far parte della cultura di quel paese, riempire le camerette dei ragazzi con i poster dei tuoi giocatori e significa promuovere le tue aziende partner, che poi mettono i loghi e usano le immagini della lega per pubblicizzare i loro prodotti. Nel 1999, col lancio di NBA TV, l'NBA è diventata la prima lega sportiva professionistica a possedere una stazione via cavo / via satellite, ed a trasformarsi in una "media company". Con il "League Pass" oramai si può vedere tutto il campionato ad un prezzo ridicolo. Nella stagione 2007-08, la NBA ha proclamato la sua distribuzione televisiva come la più ampia a livello globale, con più di 45.000 ore di programmazione, in 43 lingue e in 215 paesi.

Ma i gesti in campo e la loro distribuzione televisiva spiegano solo una parte della faccenda. A questo punto dobbiamo far entrare in gioco la figura di Heidi Ueberroth, dal 1994 al 2013 manager con posizioni apicali nella divisione internazionale del management NBA, e figlia di Peter Ueberroth, il presidente del comitato organizzatore delle Olimpiadi estive di Los Angeles nel 1984. E' lei una delle principali intelligenze operative che si celano dietro a questa espansione. Se Michael Jordan può essere considerato il Gesù dell'NBA, serviva però qualcuno che andasse ad evangelizzare in ogni angolo del globo il suo





messaggio, in senso molto concreto e pragmatico, ricoprendo il ruolo che per il cristianesimo delle origini fu quello di San Paolo. Ecco, il San Paolo dell’NBA è lei, senza ombra di dubbio.

Sua è l’idea strategica dei “touch points”: per diventare un prodotto globale, l’NBA ha bisogno di “toccare” i fan ovunque si trovino nel mondo. Dalle comunità rurali della Cina ai parchi urbani di Londra, dai barrios dell’America Latina alle scuole di periferia del Midwest. Certo l’interesse maggiore rimane quello di vedere una partita NBA dal vivo. Poi c’è la tv. Ma in assenza di o in aggiunta a queste possibilità ci sono le tournée estive, le canotte da indossare, i videogiochi, le figurine, le vhs prima e il web poi, il sito dell’NBA che viene mediato dai principali quotidiani sportivi dei singoli paesi, i social media, gli eventi ad hoc, i clinic, i tornei di street basket, le campagne benefiche o di sensibilizzazione, i prodotti di consumo collegati alle star.



[immagine tratta da [www.slamonline.com](http://www.slamonline.com)]

Leggere articoli ed interviste in cui la Ueberroth parla della sua passione per l’Asia, del suo lavoro fatto di viaggi continui, equilibrismi tra fusi orari diversi, culture diverse, lingue diverse, è una vera scoperta intellettuale. In nessuna parte del mondo gli sforzi di espansione dell’NBA sono stati infatti così intensi come in Asia. In Cina, dopo un iniziale rifiuto, CCTV ha iniziato a trasmettere le finali NBA in differita a partire dal 1990. Nel 1992 venne aperto un ufficio della lega ad Hong Kong. La popolarità della NBA in Cina è però drasticamente salita dopo che gli Houston Rockets scelsero Yao Ming con la prima scelta nel draft 2002, e poi in anni più recenti con

le nuove possibilità di interazione offerte dai nuovi media digitali. Nel 2008 è nata NBA China, che oggi conta quattro sedi tra Pechino, Shanghai, Taipei ed Hong Kong, con 115 dipendenti, e rappresenta per la casa madre la prima fonte di ricavi internazionali. Sono state siglate partnership con vari media locali e con le nuove piattaforme digitali come Tencent e Weibo, sulle quali l’NBA oggi conta oggi circa 70 milioni di iscritti. E’ stato creato uno store online specifico per il mercato cinese, e uno fisico a Shanghai, sul modello di quello newyorkese. Sono stati siglati numerosi contratti per l'utilizzo del marchio, su tutti quello con la birra Harbin, marchio di proprietà della multinazionale Anheuser-Busch. Sono stati fatti investimenti nella pratica di base, con la costruzione di vari playground già ricordata nel secondo capitolo. Oggi in Cina c’è una base di praticanti di circa 300 milioni di persone, il basket dei campetti è una vera e propria passione sociale. Infine lo scorso ottobre è stato siglato un accordo con il Ministero dell’Educazione, che vuole utilizzare il fascino del calcio europeo e del basket americano nelle sue strategie di contrasto al problema dell’obesità infantile. Verranno proposti dei corsi di basket a circa 3 milioni di studenti, guidati e supervisionati da tecnici americani. Ovviamente è aumentato il numero delle partite di pre-season disputate in terra cinese, ormai meta fissa ed obbligata per tutte le squadre della lega. Anche in India è in atto una strategia simile da parte dell’NBA, con una difficoltà maggiore: il cricket, il “national pastime” indiano, si sta infatti strutturando in sport-spettacolo sul modello delle leghe europee ed americane, e rappresenta un concorrente quasi imbattibile.



Il successo di marketing non è però limitato alla sola Cina. In Corea del Sud ad esempio l'NBA ha siglato una partnership con la società d'abbigliamento MK Trend, offrendo la possibilità di rielaborare i colori delle franchigie per il mercato coreano, creando una linea di abbigliamento ad hoc. Queste creazioni sono diventate un must per le giovani pop star coreane (un'industria che come dimostra il successo di Gangnam Style non è solo nazionale), che hanno creato quindi un vero fenomeno imitativo tra le giovani generazioni del paese. Un caso-studio perfetto di come si possano "toccare" anche persone che magari non hanno mai visto una partita in tv, che conferma come ormai l'NBA sia diventata un codice culturale capace di trascendere l'ambito sportivo, intrecciandosi ad altri mondi, siano essi quelli della musica rap – altra industria nata locale e rapidamente diventata globale – del cinema, o del fashion.

## L'NBA DEL FUTURO

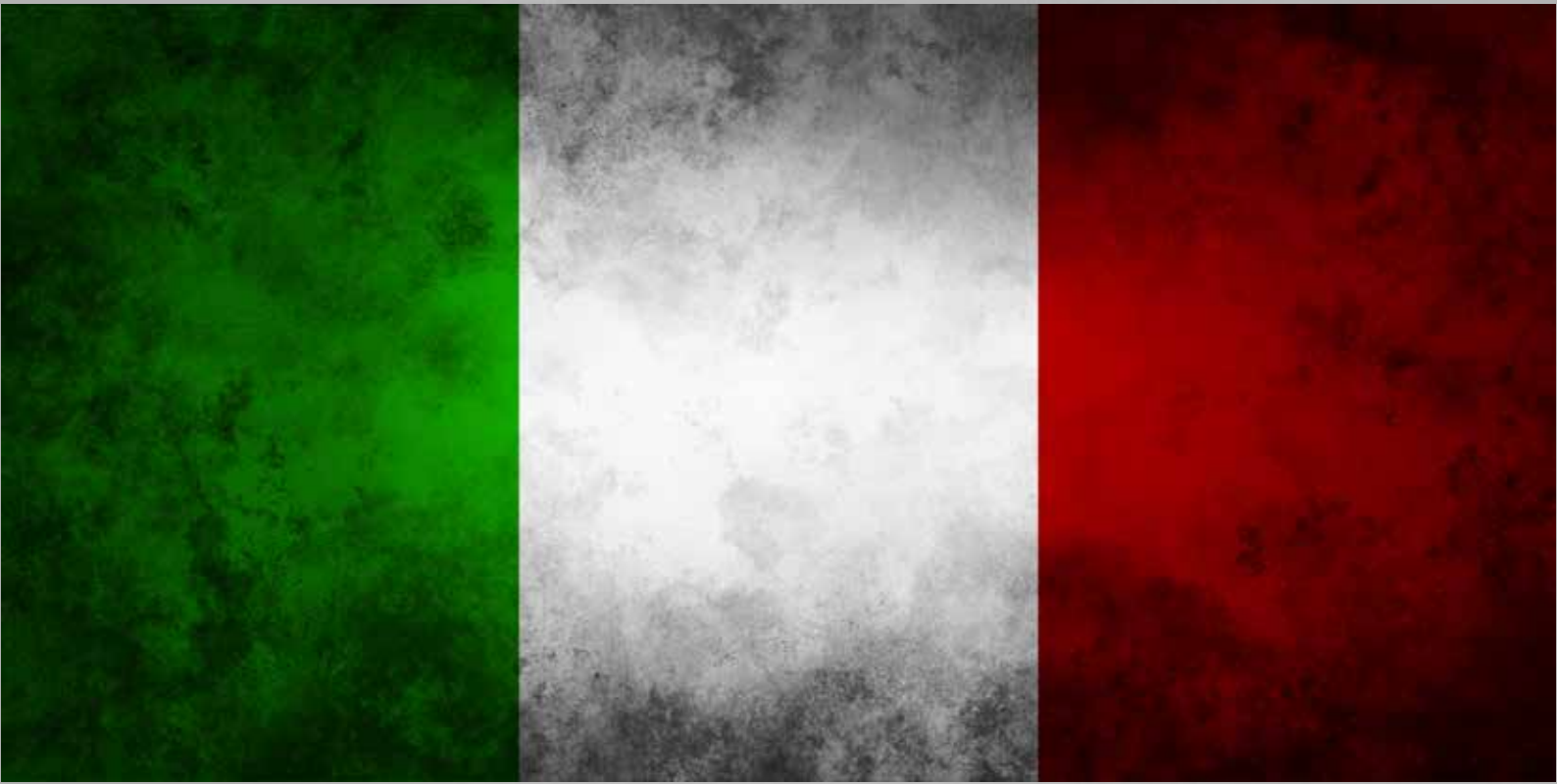
La globalizzazione delle leghe sportive è un fatto irreversibile del nostro tempo. Non è però un fatto indolore e senza conseguenze. Penalizza gli sport che non l'hanno costruita. Chi si è mosso prima agisce invece da posizioni di forza. Ci sono due punti fermi sul futuro di medio periodo dell'NBA, in attesa di scenari di lungo periodo in cui magari i corpi in movimento verranno sostituiti da robot, oppure dai videogiochi.

Il primo è la forza economica data alla lega dal mercato televisivo americano. E' fresca la notizia del nuovo contratto per la cessione dei diritti televisivi per il periodo che va dalla stagione 2016-17 a quella 2024-25. Espn, Tnt ed Abc verseranno nelle casse dell'NBA 2,66 miliardi di dollari a stagione, per un totale di circa 24 miliardi di dollari. Il vecchio contratto ancora in vigore prevede 980 milioni di dollari a stagione. Si tratta quindi di un aumento del 180%, cifra spaventosa se confrontato all'aumento del 21% registrato nella precedente negoziazione. Se nel 2003 l'NBA aveva un fatturato totale di 2,72 miliardi di dollari, e nella stagione in corso verrà probabilmente superata quota cinque miliardi, è lecito attendersi nel prossimo decennio una crescita ancora più impetuosa. Ma cosa c'è alla base di questo aumento? Una bolla speculativa? Non proprio. Piuttosto il funzionamento particolare del mercato televisivo dello sport-spettacolo. Quello delle grandi leghe sportive è un mondo oligopolistico quasi impossibile da disintermediare, come invece sta accadendo per altre istituzioni politiche e finanziarie, o come è già accaduto per altri settori industriali, ad esempio quello musicale. Chi potrebbe oggi produrre un campionato di

basket professionistico alternativo all'NBA negli Stati Uniti partendo da zero? Sarebbe un'impresa oltreumana. Questo pone le leghe in una posizione di forza nei confronti del sistema televisivo. La concorrenza tra network televisivi è infatti molto forte, perché nessuno potrebbe dare ai propri abbonati un'offerta di contenuti priva di eventi sportivi, mai così desiderati nella storia. Da qui nasce la durata molto lunga dei contratti, per dare stabilità alle proprie strategie, e ovviamente l'alta remunerazione, che poi comunque può essere scaricata sui consumatori finali, aumentando i prezzi degli abbonamenti. Il caso cinese è interessante perché funziona esattamente al contrario. CCTV è monopolista, le cifre dei contratti non sono pubbliche ma sono comunque bassissime, proprio perché non ci sono concorrenti. L'NBA accetta però questa situazione al ribasso perché non può privarsi della visibilità televisiva in un mercato così grande e rilevante, con tutti gli effetti prima analizzati.

Il secondo punto fermo è che, sempre nel medio periodo, la forza universale di questa lega non sembra destinata a subire contraccolpi. Semmai il contrario. Nessuno può sapere se arriveremo al punto più alto e filosoficamente compiuto di questo universalismo, ovvero la trasformazione dell'NBA in un campionato realmente mondiale, capace di inglobare dentro di sé squadre di altri continenti. Su questo fronte forse l'apripista potrebbe essere la NFL, con il progetto di una franchigia londinese sempre più dibattuto. Su un piano più immediato e concreto però una previsione è possibile farla. Dopo Europa, Sudamerica ed Asia, il prossimo terreno di espansione potrebbe essere quello africano. Alcuni segnali importanti in questa direzione già esistono. Nel 2011 è stata aperta una sede a Johannesburg, e siglato un contratto televisivo con l'emittente sudafricana SuperSport, che oggi trasmette le partite in 47 paesi dell'Africa subsahariana. Ma è dal piano tecnico che potrebbero venire delle forti novità. Sono importanti in questo senso le parole di Masai Ujiri, attuale direttore generale dei Toronto Raptors: "Some tribes in Sudan and Senegal have an average height of 6-foot-6, which also happens to be the size of the average NBA player. People in Nigeria, Mali and Congo tend to be very big and physical. We need to build a strategy to go into these regions and cultivate the talent through infrastructure and instruction."





# GLI ANNI DELLA GRANDE CRISI

IV CAPITOLO



New York, Madison Square Garden, 28 giugno 2007. Grazie a Youtube possiamo rivedere e riascoltare il fatidico annuncio di David Stern: “With the eighteenth pick, in the 2007 NBA draft, the Golden State Warriors select Marco Belinelli from Bologna, Italy.” Si tratta del momento che sancisce ufficialmente l’ingresso di un ragazzo della provincia emiliana poco più che ventenne nel mondo della lega sportiva fortemente sognata sin da bambino.



[immagine tratta da sport.sky.it]

Quello che colpisce maggiormente rivedendo questo episodio a sette anni di distanza non sono però le parole di Stern, ma quelle successive dei commentatori televisivi di Espn, in particolare l’enfasi che viene posta sulla provenienza cestistica della scelta numero 18. Marco Belinelli viene dalla “Italian league” e, continua uno dei due telecronisti, quando qualcuno è un buon giocatore nella “Italian league” significa che questo qualcuno è molto più di un buon giocatore. L’altro rimbecca che il campionato italiano non è l’NBA, ma che il suo livello tecnico ed agonistico è sicura-

mente superiore al basket di college americano. Ci viene apertamente riconosciuta una centralità, un contare qualcosa in termini globali.

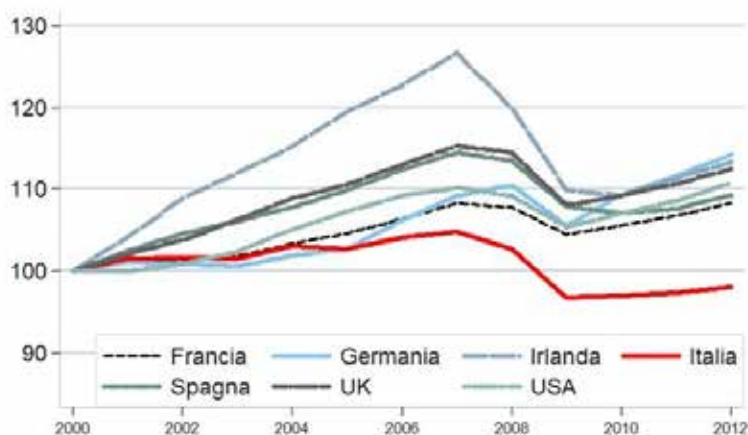
Si fa fatica ad immaginare le stesse parole pronunciate a sette anni di distanza. La squadra in cui Marco Belinelli vinse lo scudetto nel 2006 e da cui la sua carriera ha spiccato il volo, la Fortitudo Bologna, nel frattempo è fallita, e oggi gioca in quarta serie. La squadra in cui si è formato, la Virtus Bologna, vale a dire la squadra più titolata della storia del basket italiano, non riesce da anni a lottare per le posizioni di vertice. La squadra che ha dominato il basket nostrano nell'ultimo decennio, Siena, fallita anch'essa, e alle prese con vari strascichi giudiziari legati alla situazione finanziaria del Monte dei Paschi, la banca che ne ha sorretto le imprese sportive. La mitica Benetton Treviso passata anch'essa per il fallimento. I grandi campioni americani ed europei che atterravano nel Belpaese un lontano ricordo, e così anche i successi della Nazionale, il cui ultimo acuto porta la data di agosto 2004, medaglia d'argento alle Olimpiadi di Atene. Domanda: può una nazione che da un ventennio declina su ogni aspetto della sua economia non declinare anche sul terreno sportivo? Che tipo di collegamento esiste tra questi due fenomeni? Prima di rispondere, qualche approfondimento sul concetto di crisi italiana, tema al quale in questi anni abbiamo dedicato varie riflessioni.

## UNA CRISI

## CHE VIENE DA LONTANO

Basta un grafico per capire che la crisi italiana viene da lontano: anche mentre gli altri paesi crescevano prima della crisi, l'Italia si trascinava in un susseguirsi di zero virgola.

Indice del PIL reale pro-capite, 2000=100



Già prima della crisi dei subprime americani, l'Italia perdeva posizioni sotto l'avanzata dei paesi emergenti. Infatti, se l'appartenenza al G7 fosse determinata solo dal peso del PIL l'Italia sarebbe fuori da tempo. In verità, di fronte a Brasile, Russia, India e Cina solo la Germania avrebbe ancora le carte in regola per sedersi al tavolo dei grandi. Però, il Pil pro capite italiano, calcolato a parità di potere d'acquisto, negli ultimi anni si è progressivamente ridotto anche rispetto alla media dell'Unione Europea: posto a 100 il livello della UE-27, il Pil per abitante italiano ha toccato una punta di 117,8 nel 2001, per poi scendere fino a 103,8 nel 2006, 101,9 nel 2007 e 99,5 nel 2008. Il nostro Paese, salito dall'11° posto nel 2000 al 9° nel 2001, successivamente ha costantemente perso posizioni: 12° dal 2002 al 2005 e 13° dal 2006 al 2008.

Poi, nel 2008, l'arrivo della crisi americana che in un paio d'anni si è trasformata in una lunga crisi tutta europea ha assestato il colpo ulteriore, intaccando forse irrimediabilmente la base produttiva italiana. Gli investimenti, pubblici e privati, tracollati. Le spese in ricerca e sviluppo che superano di poco un punto percentuale di PIL. Se, poi, confrontiamo gli investimenti che si fanno con gli ammortamenti di quelli fatti in passato, praticamente siamo in disinvestimento: l'economia italiana ormai non riesce neanche a sostituire il capitale fisico esistente. E questo vale tanto per le pubbliche amministrazioni quanto per le imprese. Le sole che continuano a investire sono le famiglie. Si tratta del famoso mattone da cui non ci separiamo mai, che è un investimento abbastanza sicuro ma non molto produttivo.

Eppure, alcuni lettori più ottimisti potranno rispondere che, nonostante oltre un decennio di declino, l'Italia è l'unico paese sviluppato insieme alla Germania a non aver perso posizioni nella classifica dei paesi manifatturieri e dal punto di vista qualitativo la produzione italiana rimane al top della gamma in molti settori. In realtà si tratta del risultato di una tendenza alla specializzazione di poche imprese all'export massiccio. A parte qualche campione, l'Italia nel suo complesso non ha tenuto il passo degli altri paesi. L'orgoglio per pochi, pochissimi campioni, non riesce a cancellare il più deprimente quadro generale.

## E NEL NOSTRO SISTEMA SPORTIVO?

Potremmo utilizzare le stesse parole spese sopra. Con lo sport abbiamo sempre contato nel mondo. Contava in particolare il nostro calcio, con i successi della nostra Nazionale e quelli dei club, veri dominatori del calcio

europeo negli anni Ottanta e Novanta del secolo scorso. Ma contava anche il nostro campionato di basket, che negli anni '80 e '90 del secolo scorso poteva essere considerato il secondo del mondo, per forza economica e tecnica. Insomma, contavamo da un punto di vista sportivo in un'epoca nella quale il concetto di potenza – economica, geopolitica, sportiva – si applicava però ad un numero molto più ristretto di nazioni. Dopo che le trasformazioni globali degli ultimi vent'anni hanno profondamente ridisegnato gli scenari internazionali, ci siamo accorti di contare improvvisamente molto meno anche nello sport, e di essere diventati molto meno centrali.

Il mondo dello sport professionistico va pensato come un sistema. L'affermazione nel mondo sportivo è oggi fortemente ancorata attorno a quattro pilastri: scelte manageriali, capacità d'investimento pubblica e privata, formazione in capitale umano, cultura diffusa. Su ognuno di questo quattro punti, fatte le dovute eccezioni, possiamo parlare di “ventennio sprecato” da parte delle classi dirigenti dello sport italiano. Ci sarebbe da ragionare a lungo sui tanti fattori della nostra perdita di competitività sportiva, ma in questo capitolo ci soffermeremo su due di essi, in particolare analizzando i due sport di squadra più seguiti e praticati al mondo, calcio e basket.

Un ventennio fatto di incapacità di organizzarsi e mobilitarsi attivamente per il futuro, di vedere cosa fanno gli altri attorno a noi per poi magari farlo meglio, o magari di tracciare noi la via dell'innovazione. La nostra perdita di competitività sportiva in queste due discipline si spiega con gli stessi fattori con cui si spiega quella generale. Nello sport il declino è però più evidente, perché la comparazione tra diversi paesi è visibile dalle grandi masse, il confronto è costante. Se un servizio pubblico o un processo produttivo non funzionano in maniera efficiente ci si adatta da subito, perché non si vive sulla propria pelle come vengono organizzati altrove. Se un'impresa non investe adeguatamente in ricerca e sviluppo non veniamo informati in tempo reale di cosa accade nelle omologhe realtà tedesche o americane. Nello sport invece la competizione internazionale è il sale di tutto, quindi il distacco con le altre nazioni entra con forza nella percezione comune.

## IL RITARDO IMPIANTISTICO

Stadi e arene sono le case dello spettacolo sportivo professionistico. Questo è il punto su cui il nostro ritardo in termini internazionali è dram-



maticamente più evidente. L'NBA sceglie Berlino e Istanbul per il suo tour europeo, e non più Milano o Roma, ma sarebbe meglio dire che sceglie la O2 Arena e l'Ulker Arena, impianti adeguati per dimensioni e servizi offerti agli standard delle arene americane, e non a caso gestiti da una società americana, l'AEG di Los Angeles, proprietaria dello Staples Center. Emblematica e lapidaria la frase di David Stern sul Forum di Milano pronunciata qualche tempo fa: "È vecchio quanto me".



Un dato comparativo tra i tanti è utile per inquadrare la questione. Per i Mondiali di calcio del 2006 la Germania ha investito 1,4 miliardi di euro per la costruzione o l'ammodernamento di 12 impianti, per una capienza complessiva di 670.000 posti. Dopo il 2006, gli investimenti sono proseguiti con una spesa complessiva di 320 milioni e la costruzione o ristrutturazione di 6 nuovi impianti (con una capienza di 154.000 posti). Stadi moderni, efficienti e sostenibili da un punto di vista energetico ed ambientale, che, assieme ad altri aspetti, hanno contribuito alla rinascita economica, d'immagine e sportiva della Bundesliga. Massimo Moratti nel ventennio della sua presidenza dell'Inter ha speso una cifra paragonabile, 1,2 miliardi di euro, per ripianare le varie perdite di bilancio della sua società, e nemmeno un euro di questa cifra così imponente è finita per finanziare il restyling funzionale di San Siro o la costruzione di un nuovo stadio. E non è stato certo il solo. Dal 2000 a oggi se prendiamo calcio e basket si contano solo il rifacimento dello stadio Olimpico di Torino, la costruzione del nuovo stadio della Juventus e il rifacimento dello stadio Friuli da parte dell'Udinese. In mezzo tante chiacchiere, o progetti abortiti come quello del nuovo palazzetto di Cantù.



L'alibi delle risorse mancanti vale solo per gli ultimi anni, ma non può essere usato per giustificare nella sua interezza questo ritardo. Come ha recentemente ricordato Marco Iaria sulla Gazzetta dello Sport, negli ultimi 15 anni la Serie A di calcio ha speso in cartellini e ammortamenti per l'acquisizione di giocatori 19 miliardi di euro, tutto l'ammontare dei ricavi prodotti, riuscendo a produrre anche un deficit rilevante. Siena nel basket è arrivata ad avere anche 20 milioni di budget annuale per diverse stagioni, nessuno di questi è finito in impiantistica e il Pala Extra è rimasto ancora quello degli anni Settanta. Agendo in questo modo si è perso un treno di nuovi ricavi, di patrimonializzazione dei club, di formazione e valorizzazione di nuove figure lavorative, di creazione di una nuova cultura del tifo.

Pensiamo solo alla dimensione occupazionale. Gli Orlando Magic, media franchigia NBA, hanno un'arena da 19.000 posti (e non uno stadio da 60/70.000 posti), ma alla sola gestione del ticketing lavorano 40 persone. Avete capito bene, 40 persone. Non stupisce dunque che il loro sistema di vendita dei biglietti sia organizzato sulla base di quelli delle compagnie aeree, quindi prezzi di vendita variati di minuto in minuto e possibilità di acquisto molto anticipata degli eventi. E questo sta diventando lo standard per tutte le franchigie della lega.

Oggi in Italia esistono difficoltà oggettive nel reperire credito e nel poter usare la leva della finanza pubblica, quindi la situazione della grande impiantistica sportiva è pressoché ferma, in un contesto in cui tutti però si muovono, non solo le città che ospitano grandi squadre. Bilbao ad esempio si trova oggi ad avere due gioielli di architettura sportiva costruiti negli ultimi anni, il nuovo stadio San Mames e la Bizkaia Arena, due veri e propri landmark delle città.

## IL RITARDO MANAGERIALE

“Vi restano solo calcio e cibo”: con queste parole nel 2008 Jim O'Neill, l'allora capo-economista di Goldman Sachs e coniatore dell'ormai celeberrimo acronimo “BRIC”, etichettò le prospettive globali del nostro Paese. Anche in questo caso sembra passata un'era geologica. Mentre i nostri club calcistici si adagiavano sulla rendita dei diritti televisivi nazionali (e quelli di basket non riuscivano nemmeno a mettere in piedi un sistema simile), gli altri club esploravano nuove fonti di ricavi, cogliendo il passaggio alla globalizzazione televisiva e socialmediatica del tifo di cui

abbiamo lungamente parlato nel precedente capitolo. Oggi ci troviamo a non avere nel nostro paese l'equivalente di un Real Madrid, un Barcellona, un Manchester United, un Chelsea o un Bayern Monaco, potenze planetarie non solo sul piano sportivo, ma anche e soprattutto su quello manageriale. Mentre noi pensavamo unicamente al suo ruolo di protagonista del calciomercato estivo, il Real Madrid ha creato nell'ultimo decennio una realtà che oggi conta 771 dipendenti, fattura 600 milioni di euro all'anno, ha aperto dal 2006 una propria graduate school in collaborazione con l'Universidad Europea di Madrid per formare le risorse umane in ogni ramo della propria struttura aziendale, ha investito 220 milioni di euro nell'ultimo decennio per il riammodernamento del Santiago Bernabeu e 170 nella costruzione del nuovo centro d'allenamento di Valdebebas, è attiva con la propria fondazione in oltre 70 paesi del mondo.



Tornando alla situazione italiana, non si ha traccia di investimenti di sistema nei settori giovanili. Abbiamo ancora una grande base di tesserati, sia nel calcio che nel basket, con tutto ciò che questo comporta in termini di competenze, tradizioni locali, culture diffuse. Ma tutta questa rete non ha e non può avere un senso solo aggregativo. Il fine dello sport è anche quello di costruire campioni. Declinando le nostre leghe, non ci siamo trasformati in una nazione esportatrice di talento. La via italiana degli ultimi dieci anni è stata piuttosto quella dell'intermediazione contrattualistica, nei trasferimenti di mercato su base sudamericana (nel calcio) o statunitense (nel basket), con il corollario invero poco dibattuto di evasione fiscale e fondi neri. Nel nostro dibattito pubblico procuratori ed agenti di mercato sono diventati dei protagonisti centrali.

Con meno risorse e una situazione che possiamo paragonare al disinvestimento di cui parlavamo prima, i nostri campionati sono quindi diventati meno competitivi e tecnicamente più scadenti, e questo si riverbera sui risultati delle nostre nazionali. Un'anatomia del nostro 2014 sportivo non lascia scampo: eliminati per la seconda volta consecutiva al primo turno dei Mondiali di calcio, assenti per la seconda volta di fila dai Mondiali di basket disputati lo scorso settembre a Madrid.

Il caso di Marco Belinelli è interessante da questo punto di vista per due motivi. Il primo è che oggi in Italia a nessun ragazzino di quindici anni è consentita la possibilità, avuta da Marco, di allenarsi con un Manu Ginobili di turno, con tutto il portato educativo che questo genera sul miglioramento sportivo, perché non ci sono squadre paragonabili alla Virtus Bologna di un tempo. Il secondo è che tre dei suoi compagni di squadra nei San Antonio Spurs, i francesi Tony Parker e Boris Diaw, e l'australiano Patty Mills, sono dei casi-studio emblematici di cosa significhi investire nella formazione dei talenti, in questo caso finanziata con risorse pubbliche. I primi due si sono infatti formati all'INSEP di Parigi, mentre il secondo all'Australian Institute of Sport di Canberra, entrambi i centri di alta formazione sportiva nazionali. Sul sito dell'AIS è descritta la giornata tipo di uno studente-giocatore di basket, che oltre ai momenti scolastici e di svago prevede ben quattro momenti dedicati all'allenamento: uno dedicato alla forza, uno al tiro, uno al lavoro sui fondamentali individuali, uno al lavoro tattico di squadra. Non stupisce dunque che l'Australia con i suoi giocatori sia oggi sempre più protagonista dei draft NBA, o che la Francia sia la nazione europea più rappresentata nei roster delle franchigie, con ben 10 giocatori.

Ci troviamo oggi a non essere produttori di grande spettacolo sportivo, quello che entra nelle case del mondo portando divertimento ed emozioni, che genera nuovi ricavi, che attira investitori. Non abbiamo saputo organizzare e gestire delle leghe capaci di diventare egemoniche su scala globale o continentale, o per il basket anche solo di diventare forti ed influenti in ambito nazionale, sul modello della Liga ACB spagnola. Non sorprende dunque che non figurino nessun italiano nella classifica 2014 dei 50 atleti "most marketable" al mondo stilata dall'influente società di consulenza britannica Sports Pro. Ci siamo affidati unicamente al modello mecenatismo, la storia e la fortuna di quasi tutte le storie sportive italiane di successo nel calcio e nel basket è stata intimamente legata alle possibilità della nostra storia economica. Oggi la crisi ha squarciato il velo sul fatto che l'Italia sia diventata, per citare Riccardo Illy, un paese di PMI nel senso di piccole e micro-imprese, ed è quindi strutturalmente impossibile ipotizzare scenari di grandi investimenti nello sport professionistico, sia come ricapitalizzazioni, che come sponsorizzazioni. Armani nel basket è da questo punto di vista più un avamposto del passato che un indizio di futuro.



# PENSARE GLI SPURS

V CAPITOLO

I club sportivi non rappresentano solo un fatto sportivo, ma anche un fatto di cultura. Innanzitutto cultura sociale, quella creata dal legame che li unisce alle città in cui sono insediati, e di cui spesso portano il nome. Negli ultimi anni alcuni studi accademici ci hanno permesso di esplorare più a fondo questa dimensione, consentendoci di vedere non solo l'aspetto irrazionale e tribale del tifo sportivo, ma anche quello fatto di identità, socialità, legami familiari, memorie condivise, valori.

Nell'era televisiva globale di cui abbiamo discusso nel precedente capitolo questi legami sono diventati globali anch'essi, creando nuove comunità del tifo che si sono aggiunte a quelle tradizionali, più volatili, fatte di persone che magari si legano ad una squadra per qualche stagione, o per una singola partita, per poi transitare ad altro. I grandi club sportivi sono oggi dei brand, capaci come ogni brand di veicolare valori immateriali, prestigio, successo, tutti fattori esaltati dalla mediaticità. Ci sono però dei casi particolari in cui quello che conquista ed affascina di un club sportivo è la cultura sulla base della quale vengono modellate le proprie strategie, spesso vincenti. In altri termini, il modo con cui una squadra diventa un'istituzione, ovvero qualcosa capace di durare nel tempo. I San Antonio Spurs appartengono di diritto a questa particolare categoria sportiva.





È impossibile “pensare Marco Belinelli” senza “pensare i San Antonio Spurs”. Si tratta di un’operazione concettuale fondamentale nell’economia del nostro lavoro, che chiude il nostro percorso e lo completa. Il successo di Marco Belinelli si comprende solo dentro al successo della sua squadra. La sua forza è stata infatti quella di contribuire sempre con compiti specifici, e ben svolti, alle esigenze di un sistema complesso. Non ha trionfato da protagonista, ma da perfetto interprete del suo ruolo. Per questo è giusto capire bene come funziona il sistema che gli ha appunto ritagliato questi ruoli. Lo faremo attraverso una breve ma densa carrellata di spunti ed idee. Il nostro tentativo sarà proprio quello di mostrarvi come sia possibile collegare ad un club sportivo molte più cose di quanto comunemente siamo disposti a pensare.

## L'ETERNITÀ DEGLI SPURS

Gli Spurs hanno tracciato, nello sport, un rapporto con il tempo radicalmente diverso rispetto alle coordinate e alle “leggi” convenzionali. Il rapporto dello sport col tempo è, insieme, appassionante e drammatico. Lo sport cava il massimo dal tempo. Il tempo della performance, anche nel basket, spesso è un istante. L’attimo fuggente di una palla rubata o di un assist. Una tripla che entra all’ultimo secondo. Il tempo però cancella il gesto atletico. Passa inesorabilmente per tutti i giocatori e per tutte le grandi squadre. Devono passare la torcia per transitare a un’altra vita, quella di tasselli della Hall of Fame e di ricordi, nel grande spettacolo della NBA di David Stern. Il loro tempo appartiene pienamente alla generazione che li ha visti vincere in diretta, poi arriva un altro tempo. Quando però una squadra non “domina” un decennio, ma riesce a vincere in tre decenni diversi, il rapporto col tempo viene rivoluzionato. Tre decenni non sono più l’infanzia, l’adolescenza, la prima giovinezza. Non c’è un “periodo” della vita di un tifoso che è segnato dai San Antonio Spurs. Davanti a questa squadra possiamo dire, come nell’adagio dedicato alla mitologia: “Queste cose non accaddero mai, ma sono sempre”.

La vittoria dei San Antonio Spurs nel 2014, in questo senso, è una vittoria contro il tempo. Il tempo non è solo la gioventù, visto che come è noto la squadra, fatta eccezione per i “big three”, è senz’altro giovane, ben più giovane della Miami che ha affrontato nelle finals. Il tempo è organizzazione, rotazione delle prime linee.

2012. Confronto con la squadra “giovane” per eccellenza, Oklahoma City Thunder, che però quell’anno disponeva anche di James Harden. Una

sorta di “fantasma” per San Antonio che si è riproposto nella finale di Conference del 2014, con l’esplosività atletica e inutilità tattica di Russell Westbrook.

2013. L’anno scorso alcuni giocatori degli Spurs, e in particolare Ginobili, non ci sono fisicamente. Sono dichiarati finiti. Il declino di Ginobili è “la” storia delle finali.

Nel 2014, dopo una stagione perfetta, i playoff ripresentano il ritornello della vecchiaia degli Spurs. A lanciare l’accusa è soprattutto Charles Barkley, che dice su Tim Duncan una frase intelligente per il suo tempo: “When you get older, you can have a flashback”. Significa che, quando un giocatore invecchia, soprattutto se è un grande campione, può “ricordare” quello che è stato e avere un grande ritorno, fondato sulla tecnica, sulla determinazione, sulla visione della partita, più che sull’esplosività del fisico. Ma su quel grande ritorno, sul ricordo di ciò che si era, non si può fondare una squadra e un campionato. “È successo a tutti, a Michael Jordan, a Patrick Ewing, a Shaq, uno dei più grandi centri di sempre”, continua Barkley. Ne discende una regola senza appello: “Tutti diventano vecchi”. Tim Duncan sarà quindi il GOAT PUFF (Greatest Of All Time Power Forward), ma i suoi giorni da doppia doppia che domina la partita appartengono al passato e, grazie alle sue capacità, al ricordo. Diventano presente solo nel ricordo. Ma Barkley sul flashback ragiona per categorie che non si applicano al basket degli Spurs di Popovich.



Gli Spurs non sono un monolite fisso nella sua eterna proposizione di sé stesso. Hanno dominato il tempo, accettando le sfide che il tempo pone ad ogni organizzazione umana. Cambiando. Un rapido confronto tra la squadra che vinse il primo titolo nel 1999 e quella che ha vinto qualche mese fa è rivelativo di questa tendenza.

Gli Spurs che vinsero nel 1999 erano una squadra pesante, fisica, lenta. Non bellissima da vedere. Basata su post basso e gioco interno (ma con Robinson e Duncan come volete giocare?) e sui tiratori dal perimetro a punire le difese chiuse. E con un playmaker - Avery Johnson - che è stato probabilmente uno degli ultimi rappresentanti del "ragionatore" in quel ruolo che andava molto negli anni '80 e '90, e che rappresenta una specie pressoché estinta nell'evoluzione del gioco.

Gli Spurs del 2014 sono una squadra veloce, agile, molto più perimetrale. Che ha portato a perfetto compimento il pick and roll versione nuovo millennio, in cui a finalizzare è quasi sempre il palleggiatore con le sue letture, più che il lungo che ruota. Non a caso, Parker è l'esempio perfetto del regista moderno. Finalizzatore, aggressivo, capace di segnare in vari modi. Con istinti per finire, più che per creare. E con una mostruosa abilità di sfruttare i blocchi sulla palla. Forse l'avvicendamento Johnson-Parker, e il rimpiazzare Robinson con ali forti difensivamente versatili, più che con un altro centro, sono state le due mosse più emblematiche di un sistema capace di adeguarsi ai tempi e alle esigenze. Emergendo sempre come straordinariamente efficace.

Gli Spurs hanno saputo adattarsi senza snaturarsi. Si sono rinnovati mantenendo continuità. Sono stati strategicamente lungimiranti, "locali e globali", innovativi e conservatori. Da squadra americana sono diventati una squadra-mondo, con un equilibrio tra le parti che nessuna franchigia NBA ha mai mostrato negli ultimi vent'anni. Il capolavoro non sono i cinque titoli dal 1999 ad oggi, ma i 20 anni passati al vertice, sempre lì nella posizione di chi può sempre dire la propria. Anche quando sono usciti nei playoff. Ogni anno era "quest'anno sono finiti" e ogni anno erano lì a combattere. Dando a volte l'impressione - almeno due o tre volte dal 2005 in poi - di essere alla frutta, salvo poi rialzarsi e reinventare il modo di essere competitivi ai massimi livelli. Un lungo corso pazzesco in cui hanno sfidato la caducità dello sport, riuscendo nel frattempo ad abbracciare l'innovazione dello sport. Non hanno preso nessuna pozione della giovinezza eterna, ma hanno fatto semplicemente le scelte giuste, sistematicamente. Cambiando quello che c'era da cambiare e rinnovando quello che c'era da rinnovare.

# I SEGRETI DELLO

## "SPURS PROGRAM"

C'è una specificità dell'NBA alla quale un economista del lavoro americano, David J. Berri, ha dedicato molte analisi. Nonostante ci siano dei meccanismi in atto per garantire l'equilibrio competitivo, solo 14 franchigie delle 30 che compongono la lega attuale hanno vinto il titolo. Da cosa dipende? Non da una motivazione di supremazia economica, quella che nel calcio europeo decide oggi quasi tutto in termini di vittorie, e che negli sport di squadra americani, come mostra proprio l'esempio dei San Antonio Spurs, è invece equilibrata da meccanismi redistributivi molto più forti. Bensì dalla scarsità della forza-lavoro. "Basketball suffers from a short supply of tall people", scrive Berri. Ci sono delle barriere d'entrata di tipo fisico molto escludenti per giocare nell'NBA, a differenza del calcio, che anche ad alti livelli può essere giocato da tutti e può quindi attingere la propria forza-lavoro su vasta scala in tutti i continenti. Rispetto al calcio si gioca poi in meno persone. Da questo discende che il peso specifico di alcuni giocatori può davvero determinare degli esiti dirompenti. Se sai scegliere i talenti giusti puoi dare vita ad un ciclo vincente. La dinastia Spurs ha in questo un suo motivo di spiegazione decisivo.

Dal 1985 le uniche due prime scelte del draft NBA che hanno vinto il titolo nella squadra in cui sono stati scelti rispondono al nome di David Robinson e Tim Duncan. Le loro storie sono intrecciate appunto dal caso. Tim Duncan è un giocatore unico, fenomenale, irripetibile. Come talento e come testa. Ma senza la pallina della prima scelta nella lotteria del 1997, pallina che era arrivata grazie all'infortunio di Robinson la stagione precedente con annessa regular season di tanking selvaggio, nulla di tutto questo ci sarebbe stato. Quella pallina doveva andare ai Celtics, o a qualunque altra squadra mediocre di quell'annata, dato che come è noto le squadre che si sono piazzate peggio nella stagione successiva hanno la precedenza nell'assegnazione delle scelte sui giocatori usciti dal college. Non alla squadra forte che aveva fatto un pessimo record a causa di un infortunio al suo giocatore migliore. Ma gli dei del basket esistono, e non lo scopriamo da ora.

La managerialità risponde invece al nome della coppia Gregg Popovich-R.C. Buford, rispettivamente allenatore e general manager dei San Antonio Spurs. Uno dei loro meriti principali ha proprio a che fare con i temi analizzati da Berri a proposito della scarsità del talento cestistico. Possiamo infatti considerarli dei pionieri nel cogliere l'importanza dello scouting



internazionale dei talenti cestistici in un mondo da questo punto di vista per lungo tempo fortemente americo-centrico e “nigga-centrico”. Lavorare ai margini, scegliendo strade non convenzionali ed esplorando territori non sorvegliati dai propri competitori, può concedere dei vantaggi importanti. Questi vantaggi in casa Spurs si chiamano Emanuel “Manu” Ginobili scelto col n.57 al draft 1999, argentino di Bahia Blanca al tempo talento emergente della Viola Reggio Calabria, seconda lega italiana. Si chiamano Tony Parker scelto col n.28 al draft 2001, al tempo talento diciannovenne cresciuto all’Insep di Parigi e svezato nel basket professionistico per una sola stagione dal Paris Racing. Popovich ha ricordato in svariate occasioni l’importanza del suo viaggio in terra tedesca per seguire gli Europei di basket del 1988, quello in cui gli si dischiuse l’importanza dell’esplorazione del basket europeo: “I was like a kid in a candy store, looking around. I knew early on it was a market we wanted to tap”. Per un gioco del destino l’unico altro addetto ai lavori del mondo NBA a compiere in quell’estate la stessa scelta di viaggio fu Don Nelson, l’allenatore che scelse Marco Belinelli al draft 2007 per i Golden State Warriors, ed il primo a far arrivare in terra americana un giocatore europeo, il lituano Sarunas Marciulionis.



Saper scegliere la propria forza-lavoro è importante, ma non basta. Il gioco collettivo degli Spurs si è meritato l’attenzione di un numero spropositato di analisti e commentatori. Ma da dove nasce? Quali sono i suoi segreti?

Premessa necessaria: nessuna cultura organizzativa nasce dal vuoto, specie nel mondo dello sport. Come in tutte le cose umane, si procede per adattamenti e rielaborazioni. I modelli e gli esempi della propria tattica di

gioco degli ultimi anni non sono quindi una completa invenzione degli Spurs. In primo luogo perché pure nella NBA ci sono vari stili e varie impostazioni, con squadre che fanno del sistema la loro forza, piuttosto che puntare ciecamente sulle superstar e sul loro ego (gli Utah Jazz per una quindicina d'anni abbondanti, i Bulls attuali). Insomma, anche se sono i più vincenti, gli Spurs non sono certo gli unici ad avere imboccato questa strada. E nemmeno sono stati i primi. Lo stesso discorso vale per il loro carattere "europeo", secondo molti la vera fonte d'ispirazione del gioco di San Antonio. È vero che Ginobili, Splitter, Belinelli, Diaw e Parker sono giocatori che si sono formati in terra europea, almeno nella fase iniziale della loro carriera. Ma anche altre franchigie hanno tentato di percorrere questa squadra, anche a livello dirigenziale (la Toronto di Bargnani, Calderon, Gherardini ecc ), con meno successo. Dunque, per quanto questo aspetto sia senz'altro importante per capire il successo di San Antonio, non è necessariamente il principale.

Se proprio dobbiamo indicare un modello, il gioco di San Antonio ricorda quello di una squadra di college basket di alto livello. La pulizia di esecuzione, la circolazione di palla, l'attenzione ai dettagli a difesa schierata (come il movimento senza palla), la qualità delle letture ricordano il modo di giocare offensivo di squadre tradizionalmente allenate da maestri del gioco "made in USA", la Duke di Mike Krzyzewski su tutti. L'NCAA in certe situazioni è il basket più bello del mondo, soprattutto per chi sappia apprezzare concetti come altruismo, sacrificio, gioco di squadra, esecuzione corale. Vedere gli Spurs ricorda appunto lo spettacolo di squadre di college ben allenate, dove spesso il quoziente intellettuale può compensare il deficit in termini di atletismo o fisicità.

C'è un altro importante punto in comune tra il basket di college e gli Spurs: l'idea di lavorare e investire sui giocatori, di trasformare dei "semi-lavorati" in "manufatti di qualità", per usare una metafora industriale. Come ricordato spesso da Flavio Tranquillo, gli Spurs utilizzano per descrivere la propria missione sportiva il termine di "program", lo stesso utilizzato dagli athletic department dei college americani. D'altra parte, come vedremo tra poco, proprio l'esperienza del basket di college ha avuto un ruolo molto importante nella formazione umana e professionale di Gregg Popovich. Il caso di Kawhi Leonard è un ottimo esempio di come, sotto questo aspetto, San Antonio abbia fatto un gran lavoro in profondità, simile appunto a quello che fanno i grandi allenatori NCAA, che prendono un diciassettenne e poi per 2-3 anni devono sgrezzarlo, allenarlo, spronarlo, fino a farlo diventare un giocatore. Da buon difensore-rimbalzista al tempo del college a San Diego, Kawhi Leonard in soli tre anni è infatti diventato un giocatore totale, con ottime percentuali nel tiro da 3, fino alla consacrazione di Mvp delle Finals a soli 23 anni. Tutto questo nel sistema organizzativo degli Spurs è reso possibile anche dal lavoro di figure mediaticamente poco reclamizzate, ma di grande importanza,

come ad esempio Chip Engelland, l'allenatore del tiro da 3. Un sistema aperto all'intelligenza, un network capace di integrare contributi e competenze, anche con scelte di radicale innovazione, come dimostrano gli inserimenti nello staff tecnico di Becky Hammon, prima donna a ricoprire il ruolo di assistant-coach nell'NBA, e del nostro Ettore Messina, uno degli allenatori più vincenti del basket europeo.

## POP

Dopo averlo tanto evocato, è il tempo di dedicare la nostra attenzione proprio a Gregg Popovich. Se alcune squadre possono essere considerate delle istituzioni culturali, i loro allenatori devono giocoforza essere considerati degli uomini di cultura, in un senso che trascende quello puramente sportivo. Quella di "Pop" è una figura enormemente affascinante, per la conoscenza dei dettagli del gioco, per la capacità di insegnarne i segreti, per l'arte di governare e motivare le passioni umane maneggiando storie di vita sempre diverse, diversità culturali e linguistiche. Gregg Popovich non è il personaggio dei duetti con Craig Sager e delle non-risposte concesse ai giornalisti. Questa è solo superficie. Ci sono altri aspetti da scavare per approcciare la sua figura.

Intanto la sua impronta genetica, e quindi il legame naturale col mondo slavo, terra di eroi del basket quante altre mai, come ci ha ricordato una volta per tutte il libro di Sergio Tavçar. Poi l'importanza della sua formazione militare. In senso morale, per l'apprendimento della disciplina ed il senso del gruppo. In senso culturale, per lo studio della storia e della cultura russa e per la breve esperienza nell'intelligence americana nella Turchia orientale. Infine in senso cestistico, per aver potuto sviluppare una carriera prima da giocatore e poi da allenatore della squadra di basket dell'Air Force Academy.

Dopo l'esperienza militare, il ritorno alla vita civile come allenatore a Pomona-Pitzer, i due piccoli e semi-sconosciuti college californiani che condividono la parte sportiva. Grazie a Google è possibile recuperare varie testimonianze di chi visse fianco a fianco con Pop gli anni tra il 1979 e il 1988. Sono racconti di vita molto belli, in cui è possibile apprendere non solo della storica vittoria di Pomona-Pitzer nella Southern California Intercollegiate Athletic Conference ottenuta nel 1986 dopo un'attesa di 68 anni, ma anche del "Pop" che vive nel dormitorio del campus e per questo motivo viene nominato capo dello Student Affairs Committee, con il compito di vigilare sull'attività delle confraternite studentesche. O ancora dell'amicizia stellare con lo studioso di origini svedesi Steven Koblik, al tempo giovane docente di storia, oggi presidente della Huntin-

gton Library, una delle principali istituzioni culturali della California.

Senza la diversità di questi frammenti di vita è difficile comprendere l'aspetto che più connota la sua figura di allenatore. Marco Belinelli ha ripetuto in tantissime interviste la frase "Pop è come un padre". La sua carriera è infatti costellata di episodi che raccontano questa sensibilità umana fuori dal comune, che per molti versi lo rende accostabile ad un altro grande e leggendario allenatore, Sir Alex Ferguson. La visita ad un giovane Tim Duncan alle Isole Vergini prima del draft del 1997, secondo la leggenda nuotando con lui, nell'isola devastata dall'uragano Hugo solo qualche anno prima. Lo scalo a Londra nel 2001 per accudire un ancor più giovane Tony Parker, appena scelto al draft, nei giorni dell'attentato alle Torri Gemelle. La relazione di "paternità" più difficile ed emotivamente toccante, quella con chi un padre non ce l'ha più per motivi tragici come Kawhi Leonard.

Sempre su Google è possibile trovare traccia di un suo discorso tenuto agli allievi della squadra di basket dell'Air Force Academy, passati nell'ottobre 2013 da San Antonio per uno stage di allenamento. Si tratta di un frammento straordinario, una lezione di saggezza concentrata in poche parole. "I am you", ripete quasi ossessivamente Pop a questi ragazzi, rammemorando il suo passato militare sopra raccontato. Poi arriva questo passaggio:

"Our team just went down to BAMC [Brooke Army Medical Center] the other day, and good God in heaven. We do that every year, but what an experience to go to BAMC and see those guys and gals and what they've been through. Whatever you're doing, in addition to that, supports everyone, just like a team. And for that I thank you guys because what you do, no matter how small you may think it is, it's more important than what I do. What I do is entertainment. I'm on TV and my old buddies laugh at me and they get a big kick out of it. I leave them tickets here and there, but that's just entertainment."

[immagine tratta dal sito [armedforcessports.defense.gov](http://armedforcessports.defense.gov)]





Lo sport produce delle emozioni, regala momenti d'evasione, come ci ricorda l'etimologia di questa parola. E' qualcosa di cui difficilmente potremmo fare a meno, ma non è così importante se lo analizziamo da un piano generale. Non salva delle esistenze con dei nuovi farmaci, non produce oggetti e manufatti che migliorano le nostre vite e le nostre capacità cognitive. Lo sguardo proiettato sulle cose sportive non coglie molti pezzi di mondo, specie quelli più complicati e conflittuali. L'Ebola o il terrorismo, la crisi economica, i cambiamenti climatici e l'inquinamento, la scarsità di acqua, le disuguaglianze. Sono tutti fenomeni soverchianti rispetto allo spettacolo sportivo. Nelle parole di Pop, nel suo "that's just entertainment" c'è quindi la grande e per nulla scontata capacità di chi sta dentro la "bolla" dello sport-spettacolo di saper ridimensionare il proprio ruolo, pure in un contesto che da un punto di vista mediatico porta all'eccesso la tendenza opposta.

C'è un ultimo aspetto da ricordare. La grande capacità di Pop, appresa dalla formazione militare, di avere conoscenza e curiosità della vita civile e politica delle altre nazioni, simboleggiata dalle discussioni sul golpe militare argentino con Ginobili, o da un altro episodio che merita di essere raccontato in dettaglio. Lo scorso 3 giugno, prima di una partita dei playoff contro Oklahoma, tutto lo spogliatoio degli Spurs è stato invitato a celebrare la ricorrenza del Mabo Day, che dal 1992 in Australia è la giornata che ricorda la lotta delle popolazioni aborigene in favore del riconoscimento dei propri diritti. Erik Mabo proveniva dalle Torres Strait Island, proprio come Patty Mills, la guardia australiana degli Spurs, nei confronti del quale è stato fatto questo omaggio. Inutile dire della sua commozione, e di quella dei suoi familiari.

## L'ESTETICA SPURS

Lo spettacolo sportivo in alcune sue forme più avanzate può essere considerato un'espressione artistica? Il fine dello sport non è estetico, non è di rivelare attraverso delle forme delle verità nascoste o di farci riflettere sulla condizione umana, bensì come abbiamo già detto quello di vincere. Gli Spurs giocano di squadra per un principio d'efficacia, per sopperire al gap atletico con le altre squadre. Ma questo gioco collettivo è armonioso, è bello da vedere. Impossibile non provare queste sensazioni guardando il video-tributo di Colin Stanton che da qualche mese gira su Youtube, significativamente intitolato "San Antonio Spurs Tribute – The Beautiful Game".

Intorno agli anni '20 in Russia il regista teatrale Veselvod Mejerchol'd pensa ad una figura di attore capace di fare dello stare insieme la ragione dello spettacolo. Mejerchol'd elimina i costumi e li sostituisce con la *prozodiezda*, la tuta di lavoro degli operai: l'idea è che tutti gli attori abbiano lo stesso peso al fine di rendere lo spettacolo una perfetta sintesi di linguaggi, senza che un linguaggio prenda il sopravvento sugli altri. A questo proposito Mejerchol'd non metterà in scena Shakespeare, perché nelle sue opere il personaggio principale è sempre al di sopra degli altri, ma chiederà a Majakovskij di scrivere dei drammi corali dove ogni personaggio abbia la sua importanza decisiva, come in "Mistero buffo" o "La cimice". Mejerchol'd per giustificare tale scelta chiamerà in ballo la nozione di coro, cioè quella particolare forma dello spettacolo della Grecia classica in cui non ci sono personaggi che dialetticamente si affrontano, come in tutto il dramma ottocentesco, ma piuttosto un'unica voce che sta insieme e genera senso. Come il gioco degli Spurs, in cui lo stare insieme genera "armonia e bel canto", in cui le doti di ognuno sono necessarie alla riuscita della sinfonia.

Come la pittura di Piero Della Francesca incorpora dentro di sé l'architettura e la scultura, il gioco degli Spurs incorpora dentro di sé pezzi di altri sport. Mauro Berruto, l'allenatore della nazionale italiana di pallavolo maschile, ha scritto del carattere rivoluzionario del volley in quanto unica disciplina sportiva in cui il passaggio è reso obbligatorio dal regolamento. Alcune azioni degli Spurs sembrano richiamare proprio il passaggio obbligatorio del volley. O ancora, pensiamo al "calcio totale" tutto basato sul suo carattere di sistema, in cui la giocata individuale è l'eccezione, non la regola. È la logica degli ultimi Spurs.

Gli Spurs sono così tanto una cultura che possono permettersi di prendere delle strade divergenti dalla "cultura Stern" che abbiamo analizzato nel precedente capitolo. Non il racconto individuale, superomistico. Non lo star-system. Non lo spettacolo della giocata singola che fa esaltare il pubblico. Bensì "lo sport logico per gente intelligente". Dati alla mano, gli Spurs sono la squadra che effettua meno alley-hoop della lega. John Hui-zinga della Chicago University ha effettuato uno studio sul valore della stoppata, in cui Tim Duncan è risultato il miglior stoppatore della NBA secondo i loro parametri. Non a caso uno che non butta mai la palla in tribuna, gesto che spesso viene associato come un segno di forza nella NBA, e che invece ha ripercussioni non ottimali sull'esito dell'azione difensiva. Del resto, tra apparenza ed efficacia, cosa volete che abbia scelto il nostro Tim? Di nuovo, "Pop" che sfida la logica del prodotto televisivo e fa riposare le star, venendo multato di 250.000 euro. Concedere poco alla comunicazione significa correre il rischio di essere etichettati come noiosi e non pienamente "marketable": nella classifica delle canotte più vendute nella stagione 2013-2014 su NBA Store.com bisogna scendere al quattordicesimo posto per trovare il primo giocatore degli Spurs, Tim Duncan. Ma

forse che questo toglie qualcosa al fascino sportivo degli Spurs?

## SPORT E TECNOLOGIA

Cambiamo di nuovo prospettiva. Quando parliamo di squadre sportive professionistiche parliamo oggi anche di piccoli laboratori di sperimentazione medica, tecnologica e scientifica. I San Antonio Spurs sono un caso-studio interessante anche da questo punto di vista. Anche qui, non perché abbiano inventato qualcosa, bensì perché hanno fatto nascere un interessante dibattito sul ruolo delle nuove tecnologie indossabili. Dalla stagione 2013-2014 gli Spurs sono infatti una delle squadre Nba ad utilizzare gli strumenti della Catapult Sports.



La Catapult Sports è una società australiana nata grazie al sostegno della CSIRO, l'agenzia pubblica per l'innovazione dell'Australia, ovvero la nazione che più investe risorse sullo sport, e che ha creato un'indiscussa posizione di leadership nel campo delle competenze medico-scientifiche applicate alla preparazione sportiva. Catapult Sports produce un sistema di monitoraggio che si avvale della tecnologia GPS e che riesce a monito-

rare ogni tipo di movimento, fornendo una serie di dati biometrici che sono utili agli staff tecnici per capire se l'intensità degli allenamenti è adeguata, o se si è in soglia di rischio infortuni. Il tutto fa parte di un trend più ampio, che vale la pena analizzare brevemente.

Segmenti di realtà riescono oggi ad essere digitalizzati, conservati e analizzati in modo sempre più accurato. Tra questi i dati relativi al corpo umano. Questa tendenza si è manifestata in almeno due cicli macroscopici:

- a) Internet of things e presenza massiccia di sensori e oggetti intelligenti, connessi in rete, in tutti gli ambienti;
- b) Tecnologie indossabili, miniaturizzazione di sensori/computer e loro integrazione in abiti e accessori.

In senso generale la tecnologia “sparirà” e sarà sempre più indistinguibile/integrata in oggetti di uso comune. Esiste anche un movimento legato all'analisi razionale/quantitativa dell'esperienza umana (sport, nutrizione, sonno) al fine di migliorarla, il cosiddetto “quantified self”. Lo sport si presta bene a questo scopo tra le applicazioni non-mediche e non-militari data la pressione competitiva e l'importanza della misurazione che è sempre stata presente. Questa tendenza non è importante solo per il singolo atleta ma anche per gli allenatori, che potranno analizzare i dati sulla squadra in modo molto più sintetico (ad esempio, avere un quadro preciso e coordinato dell'affaticamento e del livello di preparazione delle persone). È un tema interessante non solo per l'aumento della performance ma anche per la questione della prevenzione degli infortuni.

La Catapult vende la propria tecnologia a più di 500 club sportivi, ed ha appena presentato un'evoluzione, il monitoraggio non più via satellite, ma posizionato dentro le arene, per avere dei dati ancora più accurati. Recentemente è nato anche un dibattito sulla possibilità di vendere questi dati ai network televisivi, come strumento per fare appunto sempre più entertainment e per attivare ancora di più gli spettatori, con gli ovvi problemi di tutela della privacy che questo fenomeno solleva.

## IL SANGUE TEXANO DEGLI SPURS

Veniamo alla fine del nostro viaggio. Durante i festeggiamenti per l'anello del 2014, a un certo punto irrompe l'accento di Peter M. Holt. Il propieta-



rio dei San Antonio Spurs dal 1996 è parecchio gasato. Il suo accento texano è inconfondibile. Ringrazia il coach, ringrazia la squadra, ringrazia il pubblico. Ringrazia San Antonio e il Texas. Alla domanda sul segreto del successo della squadra, Holt la mette facile: “We’ve got the best fans, we’ve got the best city, we live in a great state, and we are in the United States of America! The greatest country in the world!”.



Holt è il CEO di Holt Cat, una società che si occupa di innovazione, ma nei caterpillar del Texas. La storia dell'azienda comincia nel 1865, quando il sedicenne Benjamin Holt, suo padre e alcuni familiari iniziarono a costruire ruote per veicoli nel New England. Circa vent'anni dopo, si spostano verso la California. Benjamin Holt diventa un protagonista dell'era di espansione industriale e tecnologica degli Stati Uniti a cavallo tra i due secoli, registrando decine di brevetti. Ma non è finita qui. Nel 1904 Benjamin Holt entra nella storia, inventando il trattore cingolato noto come “Caterpillar”. Nel 1933 il secondo figlio di Benjamin, William K. Holt, dà vita all'azienda Wm. K. Holt Machinery Co., per la commercializzazione dei caterpillar nel Texas meridionale, con i primi 10 dipendenti, a San Antonio, Texas. Holt Cat oggi ha circa 2100 dipendenti, di cui 647 a San Antonio, e proprio nel 2014 ha perfezionato la transizione verso la quinta generazione familiare: i figli di Peter M. Holt, Julianna Hawn Holt e Peter J. Holt, hanno assunto ruoli dirigenziali, mentre il patriarca, con i suoi 66 anni, intende tenere ancora per qualche anno il timone.

Peter M. Holt è un noto supporter del Partito Repubblicano e tra il 2001 e 2011 ha donato 537.000 dollari alle campagne di Rick Perry. Nel 2013 Perry ha scelto proprio Holt Caterpillar, a San Antonio, per annunciare che non si ricandiderà come governatore del Texas.

Quanto Texas c'è nei San Antonio Spurs? La risposta a questa domanda è un paradosso che rende la squadra affascinante. Nel paradosso c'è, da una parte, la mistica del "Lone Star State", lo Stato della stella solitaria, l'individualismo politico, e dall'altra parte il crogiuolo di cultura della diversità e del pluralismo rappresentato dagli Spurs. Il fatto che proprio quello Stato abbia finito per ospitare la "squadra-mondo" della NBA è un'ironia che, andando per analogie, potremmo osare di legare a quella di un grande presidente texano degli Stati Uniti, Lyndon B. Johnson. C'è una biografia che descrive come nessun'altra i travagli e i cambiamenti della politica degli Stati Uniti, ed è "The Years of Lyndon Johnson" di Robert A. Caro, di cui finora, a partire dal 1982, sono usciti quattro volumi dei cinque programmati, che offrono un affresco unico sulla natura del potere. Non è per vezzo intellettualistico che citiamo questo libro, bensì perché si tratta di un libro consigliato a Popovich proprio dal già citato Steven Koblik. In quella biografia, oltre alla politica, c'è anche un altro protagonista: lo Stato del Texas. Nella giovinezza del Presidente a Johnson City (333 abitanti), nella narrazione del Texas della prima metà del Novecento, nel racconto di figure centrali della politica texana come Sam Rayburn. Nel libro più bello della serie, "The Master of the Senate", Caro racconta come Lyndon Johnson utilizzi al meglio "il paradosso texano": da un lato, i democratici texani controllavano il Senato e rendevano impossibile ogni legislazione di progresso concreto sui diritti civili, dall'altro lato, un texano era l'unico a poter cambiare realmente le cose, prendendo il controllo del processo politico, mentre tutte le iniziative di altri politici sarebbero risultate poco più che chiacchiere. Perciò proprio il cinismo politico di Johnson, nonché la consapevolezza del suo background, riescono a costruire l'architettura di quella che sarà la Great Society.