

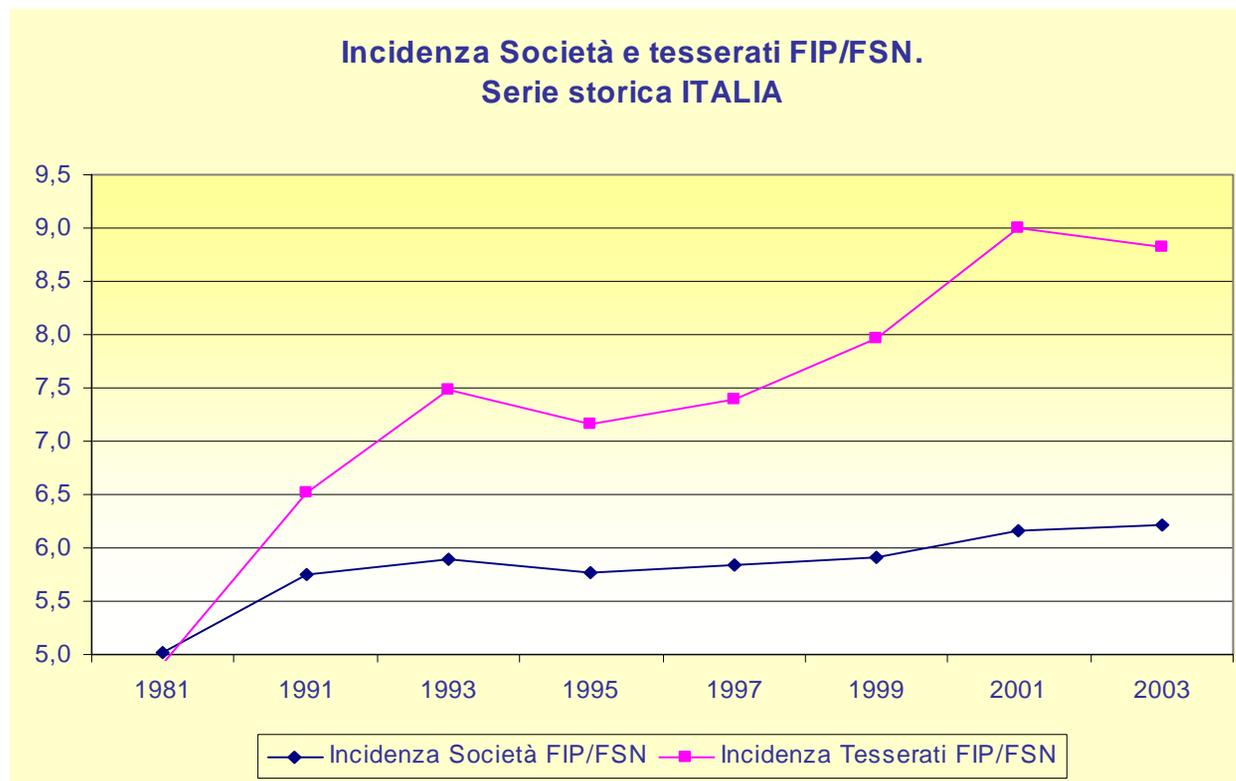


Favorire il “ritorno al futuro” per far crescere le “tribù” del basket





L'incidenza dei tesserati e delle Società Sportive iscritte alla Federazione Italiana Pallacanestro all'interno del complesso delle Federazioni Sportive Nazionali, è andata incrementandosi nel corso degli anni attestandosi, nel 2003, all'8,8%.





Il sentiment aziendale verso il basket è connotato prevalentemente da un forte legame con il territorio di appartenenza dei team oltre che dall'immagine vincente delle squadre e dalla concordanza tra pubblico del basket e target dell'azienda.

Quest'ultimo dato sembra confermare che gli investimenti delle aziende nel basket seguano logiche mirate e non dovute a fattori estemporanei.





I valori che il basket comunica appartengono essenzialmente alla sfera della reciproca collaborazione tra i giocatori in un quadro di sportività

- ✓ Spirito di Gruppo**
- ✓ Sportività**
- ✓ Emozionalità**
- ✓ Dinamismo**

La forza del basket si fonda quindi su valori fondanti della cultura sportiva non sempre riscontrabili in altri sport – calcio su tutti – in cui il desiderio di successo appare oggi preponderante.

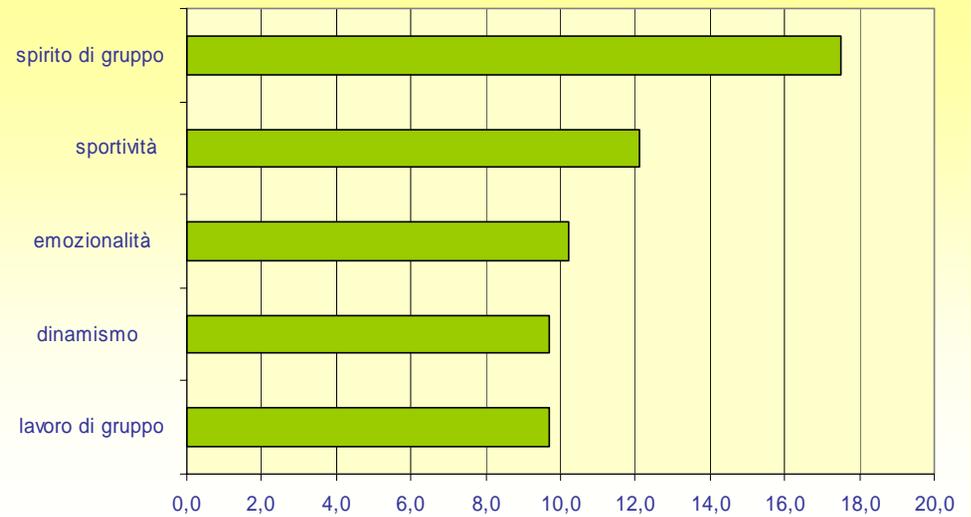




I valori del Calcio



I valori della Pallavolo





L'immagine del basket che emerge dall'analisi qualitativa espressa dai focus group (realizzati con giovani praticanti e appassionati adulti) è quella di una tribù bifronte con solide radici nei valori autentici dello sport ma proiettata verso la modernità – non solo tecnologica come ha dimostrato la finale scudetto tra Bologna e Milano – in virtù di un forte appeal sui giovani sia come target che come praticanti.

Accomunati da una passione cementata da valori condivisi – che non assumono mai caratteristiche negative – si celebrano nel basket la “pulizia” e “purezza” dello sport.

Un discorso a parte merita la nazionale le cui gare risultano le più apprezzate e seguite dai partecipanti ai focus. L'apprezzamento è dovuto sia al livello tecnico che ai risultati conseguiti dagli azzurri.

Ma se nazionale vuol dire “campioni” non vuol dire “campionismo”. In altre parole “più sportivi e meno divi”: è questa l'immagine dei giocatori di basket e l'aurea che circonda il movimento cestistico.





Gli appartenenti alla tribù auspicano un allargamento della base di pratica che, senza intaccare lo stile comportamentale dei suoi appassionati, serva come guida valoriale ai giovani praticanti.

Sì dunque al “proselitismo” ma senza scendere a compromessi che rischiano di snaturare la bellezza e l’ambiente della pallacanestro. La tribù del basket vuole crescere puntando sui valori positivi del proprio sport attraverso:

- ✓ la diffusione della Cultura del Basket**

- ✓ l’interesse dei giovani per la pratica e delle famiglie per le garanzie offerte da questo sport.**

