

RED BULL: RISPONDIAMO AD ALCUNE DOMANDE

Dalla fine della scorsa stagione si sono sempre più intensificate le voci riguardo alla cessione dell'Udinese ad un noto marchio di bevande energetiche. Il nome della RB non è mai stato così popolare in regione, e il suo nome è sulla bocca della gran parte dei tifosi friulani.

Il nostro parere negativo all'arrivo della RB a Udine è ormai arcinoto, ma parlando con le persone e girando sul web si nota che molti si stanno schierando a favore dell'arrivo della multinazionale austriaca portando a loro difesa delle teorie piuttosto bizzarre che noi, con questo articolo, vorremmo sfatare cercando di spiegarvi una volta per tutte come funziona il sistema RB.

Lo faremo cercando di rispondere alle domande più comuni che la gente si pone e ci pone. Non è certo un'elenco esaustivo, e pertanto vi invitiamo a sottoporre le vostre ulteriori domande e i vostri dubbi!

Ma chi vi dice che cambieranno i colori sociali e la denominazione della squadra?

A questa domanda la risposta è molto semplice: l'hanno fatto dappertutto, cambiando i colori in biancorosso perfino a casa loro, perché Udine dovrebbe salvarsi? Pochi mesi fa un giocatore del Red Bull Salisburgo, il difensore Andreas Ulmer, è sceso in campo in campionato giocando per 90 minuti con la maglia del Red Bull Lipsia. Nessuno si è accorto della differenza. Soltanto a fine partita è venuto alla luce l'errore, che probabilmente rimane un unicum nella storia. Le divise delle due squadre sono talmente simili che diventa impossibile distinguerle ad occhio nudo. Non vi darebbe nessun fastidio se la maglia della nostra Udinese, domani, venisse tranquillamente scambiata per una del Lipsia e del Salisburgo?

Questi ne capiscono di calcio, ovunque sono andati hanno sempre ottenuto buoni risultati.

Davvero? Quali risultati? Prendiamo ad esempio il Salisburgo che ormai da dieci anni è sotto l'emblema dei due tori. Al loro arrivo i nuovi soci avevano promesso l'approdo in Champions League entro cinque anni, ma oggi, dopo due lustri di presidenza, il Salisburgo la fase a gironi non l'ha vista nemmeno con il binocolo (segnaliamo nella stagione 2012/2013 l'umiliante eliminazione subita ai preliminari per mano dei lussemburghesi del F91-Dudelange), e le cose non sono andate bene nemmeno in Europa League dove i biancorossi non sono mai andati oltre gli ottavi di finale.

Certo, nel frattempo hanno vinto sette campionati, ma per vincere lo scudetto austriaco non è che occorran questi grandi investimenti.

Detto questo vorremmo anche porvi alcune domande: quanti giocatori dell'attuale rosa del RB Salisburgo conoscete? Quanti giocatori che in passato hanno giocato nel RB Salisburgo sono diventate delle stelle? Quanti giocatori del RB Salisburgo erano presenti a Brasile 2014 e Euro 2016? Meditate...

Non possono cambiare i colori sociali e la denominazione, la lega calcio non lo permette.

Certo, anche a Lipsia secondo le regole della federazione tedesca era vietato mettere un marchio commerciale all'interno del nome di una società e possedere più del 49% delle quote azionarie di un club, eppure sapete come è andata a finire?

Nel primo caso hanno anteposto al nome della città la dicitura RB, che sta a significare RasenBallSport (letteralmente sport della palla sul prato) ottenendo il nome RB Lipsia. Successivamente hanno aggiunto i due tori simbolo della multinazionale sotto il nome, ed il cerchio si è chiuso! RB Lipsia, facile no?

Per quanto riguarda il secondo caso, come abbiamo già detto, in Germania un singolo proprietario non può detenere più del 49% di una società calcistica, il restante 51% deve restare in mano ad associazioni registrate di soci del club. Per aggirare la norma la RB creò una società a garanzia limitata per un gruppo ristretto di soci (ovviamente tutti legati alla multinazionale) con quota di entrata fissata a 800 euro, cifra almeno dieci volte superiore a quella dei club tedeschi più noti, così facendo hanno tagliato fuori il tifoso medio e ottenuto il controllo assoluto del club.

State sicuri che anche se in Italia esistono determinate leggi, questi personaggi troveranno sempre il modo di aggirarle. Dai nostri amici austriaci ci arriva la testimonianza diretta di quanto accaduto. "Nel 2005, l'Austria Salisburgo muta improvvisamente nome, divise da gioco, perfino stemma e colori sociali. Nasce il primogenito calcistico di casa Red Bull: il Red Bull Salisburgo. La maglia – dal bianco-viola originario degli anni '30 – muta in una perfetta trasposizione del logo aziendale: sfondo bianco, doppio toro rosso al centro, pantaloncini rossi e calzoncini bianchi. Una smaccata forma di prolungamento del brand, che coinvolge pure lo stemma del club: indistinguibile dai celebri tori che campeggiano sulle lattine dell'energy drink."

Ma Pozzo non potrebbe cedere la società mettendo dei paletti che impediscano il cambio di nome e dei colori sociali?

Questa è la teoria più insulsa e inverosimile di tutte, chi pensa questo non ha ancora capito con chi abbiamo a che fare.

La RB è un marchio conosciuto in tutto il mondo, nel campo delle bevande è solo dietro a due colossi come Coca Cola e Pepsi, possiede DUE team di Formula 1, è uno degli sponsor principali della Honda ufficiale in MotoGP e sponsorizza praticamente qualsiasi evento

sportivo mondiale. La domanda sorge spontanea: perché un marchio di tale portata dovrebbe limitarsi a mettere due tori sulla maglia di una squadra che, ormai da tre anni, veleggia nella parte bassa della classifica del campionato italiano? Non occorre essere laureati in marketing per dire che questa sarebbe un'operazione totalmente inutile.

A tutto questo vanno aggiunte le dichiarazioni dei dirigenti della multinazionale che hanno più volte dichiarato di non essere interessati ad una semplice sponsorizzazione, l'unico obiettivo è la promozione selvaggia del marchio e una semplice sovvenzione non è sufficiente a raggiungere tale scopo.

Oggi siamo diventati una succursale del Watford, con la RB torneremo protagonisti!

Niente di più falso! Anzi! La galassia RB è un sistema a piramide dove l'attuale vertice è rappresentato dal RB Lipsia. I lauti guadagni e gli stadi sempre pieni della Bundesliga sono il terreno perfetto per la diffusione del marchio RB.

A conferma di ciò c'è il fatto che negli'ultimi due anni i migliori giocatori del Salisburgo sono stati dirottati a Lipsia, per cercare di portare la squadra tedesca in massima serie nel minor tempo possibile, obiettivo raggiunto lo scorso anno. Per motivi di spazio non possiamo scrivere tutti i nomi, ma solo quest'anno sono stati ben cinque i giocatori salisburghesi che hanno preso un volo per la Sassonia.

Il sistema RB non prevede un forte uso del calciomercato, i giocatori vengono spostati da una società all'altra a seconda delle esigenze della multinazionale. In tutto questo l'Udinese non rappresenterebbe l'eccezione, e diventerebbe uno dei tanti serbatoi della squadra tedesca. Dalla padella alla brace insomma... Proprio in questi giorni si vive un inedito periodo di contrazione e nervosismo all'interno del figlioccio austriaco della Red Bull, perché, con la conquista di un nuovo e ben più attraente mercato – quello tedesco – il Salisburgo sta silenziosamente mutando il suo ruolo, posizionandosi lentamente come una sorta di prestanome agonistico del Lipsia suo malgrado. La Red Bull, dopo aver messo le ali al Salisburgo, ha virato il suo sguardo sul terzo campionato europeo – in costante crescita – dove modello di base e infrastrutture all'avanguardia generano un notevole ROI (ritorno dell'investimento).

Le reazioni in Germania sulla "favola" Lipsia...

«La tradizione non si può comprare» E' questo il motto che ha fatto da contorno alla maggior parte delle partite disputate dal Lipsia in stagione, sugli spalti, dove quasi tutte le città hanno in qualche modo manifestato il loro odio verso questo tipo di gestione. Sono state tante le tifoserie a manifestare contro il Lipsia. Tra le più famose, quella del Borussia Dortmund. In occasione della prima trasferta stagionale, prevista proprio a Lipsia, migliaia di tifosi gialloneri hanno preferito sentire la partita alla radio, disertando in massa il settore ospiti della Red Bull Arena. Hanno scelto di andare a tifare per le giovanili del Dortmund. «Anche

il Borussia fa soldi, ma per giocare a calcio - ha spiegato al Guardian Jan-Henrik Gruszecchi, uno degli organizzatori della protesta -, il Lipsia gioca a calcio solo per vendere un prodotto. C'è differenza». Ma l'odio supera i confini della Vestfalia.

Nel 2014 all'Alten Försterei, stadio dell'Union Berlin, i tifosi di casa hanno indossato dei sacchi neri, restando in silenzio per un quarto d'ora. Il senso è chiaro: il Lipsia è un club finto, di plastica, da gettare nella spazzatura.

Il limite si è superato in questa stagione, in occasione del primo turno della coppa di Germania: i tifosi della Dynamo Dresden hanno lanciato in campo una testa di toro mozzata, evidentemente contro la Red Bull, con tanto di striscione polemico: «Non potete comprare la tradizione: no al RB»

Anche la Dacia ha fatto cambiare i colori della maglia, il blu che sfuma in fondo al bianconero!

Ni...è vero che negli ultimi anni abbiamo assistito ad alcune modifiche "promozionali" sulla divisa, ma questo è successo, succede e succederà a prescindere da chi sponsorizza lo stadio. E' una scelta dello sponsor tecnico che realizza le divise e fino ad ora non abbiamo mai dovuto contrastare radicali cambi di colore. Tutto questo però non può essere minimamente paragonato a quanto farà la Red Bull, una vera e propria invasione di marketing che toccherà divise ma anche gadget e stadio, semplicemente con migliaia di bandierine marchiate tori rossi che sventoleranno al posto delle altrettante bianconere viste per esempio contro Ajax e Barcellona...

A proposito, Ajax...Ricordate quella notte magica? Secondo voi i vertici Red Bull hanno una minima idea di quanto ha significato per noi quel bianco e quel nero? Quell'orgoglio nell'essere piccoli e unici in Europa, la cenerentola bianconera che sfidava le grandi potenze, alè Udin come colonna sonora...Tutto questo svanirà, ma se avrete la saggezza di comprendere queste righe, di documentarvi insieme a noi e di prendere la GIUSTA posizione nei riguardi dei bibitari austriaci, allora forse la nostra lotta e la nostra ferma posizione nel difendere la storia dell'Udinese avrà il successo che ci auguriamo.

Con queste risposte speriamo di aver fatto aprire gli occhi anche al tifoso più dubbioso.

La nostra sensazione è che il tifoso medio pensi che la RB faccia la parte dello sceicco di turno che a suon di milioni prova a raggiungere la vetta del calcio europeo. Illusi! A questi non frega niente di portare l'Udinese ai vertici del calcio italiano, ficcatevelo bene in testa! Non fatevi abbagliare da dei trofei che tanto non vincerete mai.

In conclusione vi poniamo la domanda che ogni tifoso Friulano dovrebbe porsi: "Sono veramente disposto ad andare a sostenere una squadra che si chiama Red Bull Udine 2017, che gioca alla RB-Arena con la casacca biancorossa?"

Noi speriamo vivamente che le risposte affermative siano ben poche.