

Una giovanissima Academy nel mondo dello sport: RBR Sport team

Simone Campanati

Rinascita Basket Rimini (RBR) nasce nel Luglio del 2018 si potrebbe dire, con un pizzico di enfasi come usa nello sport, dal volere di un popolo.

Fu infatti la tifoseria storica a invocare un ritorno al passato, a quel Basket Rimini che aveva fatto sognare tanti giovani e meno giovani fra gli anni Ottanta e il Duemila. La richiesta fu lanciata con l'apertura di una pagina Facebook "Rivogliamo il Basket Rimini" e divenne ben presto un vero e proprio movimento. In quell'occasione i tifosi chiamarono a gran voce Paolo Carasso, che si era fatto stimare in un recente passato come allenatore della squadra, e dopo quell'incontro prese avvio l'iniziativa sviluppata prima da Paolo stesso insieme a Davide Turci, oggi DS della società, ma ben presto sostenuta da una serie di imprenditori, tra cui Paolo Maggioli, amministratore delegato di una importante impresa locale.

L'idea iniziale era quella di ridare alla città di Rimini una squadra di basket in grado di competere in serie A come lo era stata anni prima, di ridare al territo-

rio quella pallacanestro che aveva regalato tante emozioni e ai giovani riminesi la speranza di diventare giocatori di basket.

La denominazione scelta per la Società "Rinascita" nacque da lì, da quella pagina Facebook aperta dai tifosi.

Un approccio inclusivo

Fin dai primi passi della ripartenza ciò che maggiormente ha destato interesse in coloro che venivano in contatto con RBR Basket Rimini, fossero addetti ai lavori oppure uno dei vari stakeholder del territorio, è il metodo che ha ispirato questa avventura e che continua ad informare ogni decisione che viene presa ed è il metodo dell'inclusione. Anche la comunicazione pubblica, come ad esempio quella veicolata attraverso i social network, racconta di questo; recentemente alcuni rappresentanti delle società avversarie venute a Rimini hanno riconosciuto questo tratto distintivo anche nel comportamento dei tifosi durante la partita. Questo stile di gestione prende forma

in RBR World, un insieme di progetti che nel corso di questi quattro anni sono stati sviluppati su diversi livelli, dal reclutamento nelle scuole con RBR Hero School, al Network di imprese con RBR Business Network, dal progetto RBR Burdel in cui si racconta il pubblico al Palasport Flaminio attraverso le fotografie di Nicola De Luigi fino ad arrivare a RBR Magazine, la prima rivista totalmente biancorossa che parla di personaggi prima ancora che di basket. L'ultimo in ordine di tempo, ma forse quello a cui la Società è maggiormente legata nasce nel maggio del 2021 ed è un progetto che, in qualche modo, ingloba tutto ciò che è stato realizzato fino ad ora e si chiama RBR Sporteam Academy.

Il progetto RBR Sporteam Academy

Sul piano organizzativo per il momento si tratta di un corso avanzato di management sportivo, ma in realtà racconta i segreti di tutto il lavoro svolto in questi anni da RBR e vuole

essere anche un ambito di ricerca.

Il corso è rivolto alle società sportive dilettantistiche che vogliono innovare e rendere unico il loro metodo di gestione dell'attività, che sia amministrativa, di marketing, comunicazione e che vogliono trarre valore assoluto dallo sviluppo dell'attività stessa.

Il corso è diretto anche a tutti i giovani che vogliono entrare nel mondo dello sport e del management sportivo, imparando da chi opera direttamente sul campo.

L'iniziativa è patrocinata dall'Università di Bologna che collabora alla definizione dei contenuti, eroga quattro borse di studio attraverso Unirimini ed ha avviato alcune ricerche sul tema del tifo sportivo e del rapporto tra gli spettatori e il territorio di appartenenza. L'edizione del corso che si è appena conclusa presso la Sala Auditorium di RivieraBanca, il main sponsor della squadra, è partita da alcune domande poste alle società che vogliono imparare il metodo di RBR per migliorare il loro: Qual è la nostra identità? Quanto è importante la nostra storia? Come possiamo far



diventare il nostro progetto un brand? Quali operazioni di marketing servono per attrarre partner?

Quali sono i veri tesori di una società sportiva? Chi è il mio pubblico e come posso comunicare con lui? Qual è l'unicità della tua società? Queste sono solo alcune delle domande che lo staff di RBR si è posto in questi anni e a cui è stata data una risposta col lavoro e con la ricerca.

Questa ultima edizione ha visto anche la partecipazione di un ospite di eccezione, forse il miglior storyteller italiano, giornalista, telecronista, scrittore che ha fatto del racconto sportivo la sua ragione di vita: Federico Buffa. Un perso-

naggio che ama raccontare persone che hanno fatto la storia, perché la storia è fatta di individui, un credo che lo accomuna ai valori della Società.

Federico Buffa ha aperto il Corso per raccontare la storia di RBR e svelare i segreti del successo di questi anni.

Passione e sostenibilità

Ci sono realtà che applicando questo metodo hanno cambiato davvero il loro modo di dare vita alla propria realtà sportiva, aumentando gli iscritti, aumentando i fatturati e la potenza e riconoscibilità

del proprio brand.

Questo risultato è forse piccolo ma non è casuale ed è frutto di un lavoro meticoloso, sviluppato nel corso del tempo dal management al pari del team sportivo che scende in campo ogni domenica.

Come si è potuto comprendere da questo breve articolo, lo sport è un ambito che è dominato da una forte componente emozionale e di passione per una squadra e per la comunità che si forma intorno ad essa. Sempre più, tuttavia, è necessario adottare gli strumenti che consentano di rendere sostenibile le iniziative, non solo da un punto di vista economico ma anche sociale, si pensi

all'educazione dei più giovani, alla salute di chi pratica o alla sicurezza di chi si reca a vedere le partite. Per ottenere questi risultati occorre accumulare conoscenza così come avviene negli altri contesti economici e confrontarsi con i settori più competitivi. La neonata Academy cerca di fare questo.

Simone Campanati

Responsabile comunicazione RBR Rimini.

Copyright © FrancoAngeli

This work is released under Creative Commons Attribution - Non-Commercial - No Derivatives License. For terms and conditions of usage please see: <http://creativecommons.org>