

## I magnifici 7.

Di Mattia Camellini

Giovedì 14 Settembre 2006 11:11

---



Se vi dicessi che c'è uno "sport" praticato in tutto il mondo in cui una squadra nazionale maschile, capitanata da una donna, ha vinto dal 1993 ad oggi: 3 Mondiali, 2 Olimpiadi e ben 7 Campionati europei consecutivi, sicuramente non ci credereste. Figuriamoci se poi vi dicessi che questa nazione pigliatutto è ...l'Italia! Eppure è tutto vero ed è quello che si è appena ripetuto, per la settima volta, quindici giorni fa a Varsavia, in occasione dei campionati europei di Bridge a squadre. L'Italia ha letteralmente stracciato i suoi avversari (32 paesi partecipanti tra cui Francia, Inghilterra, Russia, Germania, Polonia...). Ma queste vittorie, entrate nel Guinness dei primati, sono niente in confronto a quello che il mitico "Blue Team" italiano degli anni '50 e '60 aveva già vinto: 13 Campionati del mondo, 3 Olimpiadi e 12 Campionati europei. Qualsiasi altro paese, credo, avrebbe portato in trionfo questa squadra e il suo capitano, e la stampa e i telegiornali ci avrebbero inondato di foto e di interviste, come quando vincono i grandi campioni di scacchi, russi o americani. Eppure, se chiedete in giro, quasi nessuno, tranne gli appassionati di Bridge, ne è al corrente. Ma perché i clamorosi successi di questo sport (il Bridge è l'unico gioco di carte definito "sport" dal CONI) sono così poco pubblicizzati in Italia? Eppure i praticanti "ufficiali" del Bridge, come si rileva dai dati del CONI, sono più numerosi dei praticanti di Hockey, contano più del doppio dei praticanti degli Scacchi e poco meno di quelli della Pallavolo. E' forse il rifiuto del gioco delle carte inteso come "scommessa" la causa inconscia di questa autocensura? Ma il Bridge non è il Poker, l'azzardo non c'entra nulla, anzi è uno "sport" dove conta l'intelligenza, la strategia e la memoria, esattamente come negli scacchi. Perché allora, in un impeto di sano patriottismo, l'Italia non grida ai quattro venti la sua imbattibilità? Oltretutto tra i nostri campioni ne abbiamo uno il cui nome - Versace - farebbe subito "titolo". Una risposta mi è venuta in mente durante le mie recenti vacanze in Francia. Sono rimasto molto colpito dalla particolare abilità dei francesi di valorizzare tutto quello che hanno. Dovunque. Dai monumenti più importanti a quelli appena banali. Spesso la valorizzazione è frutto di interventi coraggiosi e accurati, ma molto più spesso è ottenuta con una straordinaria capacità di comunicazione e di marketing. Per fare solo un esempio, c'è una bella strada panoramica che costeggia le gole del fiume Verdon nell'alta Provenza. Un paesaggio certamente suggestivo ma che potremmo ritrovare, più bello, in molti punti delle Alpi o delle Dolomiti. Ebbene per i francesi quel tratto di strada non può che chiamarsi "Corniche Sublime", e "Point Sublime" la piazzola panoramica che domina la gola stessa. Stampate questo nome nella cartina stradale e un turista in cerca di emozioni ne sarà attratto come una calamita. Sarà anche per questo che la Francia attira ogni anno il doppio dei turisti dell'Italia? P.S. A Bridge la pur forte Francia ha vinto in tempi recenti 1 solo campionato del mondo.

## **I magnifici 7.**

Di Mattia Camellini

Giovedì 14 Settembre 2006 11:11

---