

Non solo atleti di serie A ma anche enoappassionati: come i cestisti dell'NBA hanno influenzato la partnership con Kendall-Jackson

scritto da Veronica Zin | 28 Maggio 2024



Recentemente è stato annunciato che lo [UFC ha scelto come sponsor ufficiale 19 Crimes](#) e che l'NBA ha, invece, iniziato una [partnership con la Kendall-Jackson Winery](#).

Per quanto si tratti, in entrambi i casi, di associazioni sportive e brand di vino, la peculiarità del rapporto tra l'NBA e Kendall-Jackson nasce dalla passione dei giocatori, un interesse che hanno iniziato a dimostrare nei confronti del vino, quasi 30 anni fa.

Nello specifico, nel 1996 l'allora allenatore dei San Antonio Spurs, Gregg Popovich, ha celebrato le vittorie dei 5 campionati con delle buone bottiglie di vino; bottiglie che era solito aprire anche durante le cene con i suoi giocatori.

L'allenatore spiegava le sfumature e le caratteristiche dei vini che stappava insieme ai cestisti, trasformando il vino in un catalizzatore di conversazione, convivialità e in un buon modo per fare squadra.

Molti giocatori dell'NBA sono quindi diventati degli enoappassionati, interesse che è successivamente diventato pubblico grazie alla condivisione di una [foto](#), nel 2015, da parte del cestita Dwyane Wade che lo ritraeva insieme ai compagni LeBron James, Carmelo Anthony e Chris Paul mentre, in vacanza, condividevano un bicchiere di vino rosso.

Il successo dei giocatori, particolarmente quelli più amanti, ha l'effetto di una cassa di risonanza.

Ed è, infatti, quello che è successo al Cabernet Sauvignon del 2014 della Jordan Alexander Valley, protagonista di una [foto](#) pubblicata da LeBron James sul suo profilo Instagram nel 2017. Il risultato non ha coinvolto solo la cantina produttrice che ha visto le vendite del Sauvignon schizzare alle stelle, ma ad essere influenzati sono stati anche altri giocatori dell'NBA e fan che si sono sempre più avvicinati al mondo del vino.

Tuttavia, la passione per il vino si spinge oltre il campo da gioco dei cestisti, come testimoniato da [Dwyane Wade](#), [Yao Ming](#), [James Harden](#), [Klay Thompson](#) e [CJ McCollum](#) i quali hanno creato una propria linea di etichette.

Pertanto, l'aspetto interessante della partnership tra Kendall-Jackson e NBA è che riflette un accordo fortemente voluto dai giocatori in prima persona.

Non si è trattato, quindi, di circostanze fortunate che hanno

portato un brand a poter godere del successo e della fama globale di associazioni sportive come l’NBA.

Indipendentemente che questa sia poi una naturale conseguenza della partnership, l’aspetto più importante ha una rilevanza sociale.

In un momento storico dove il mondo del vino sta subendo diversi attacchi dall'[OMS](#), dall'[Irlanda](#) e dal [Belgio](#) – che considerano anche il consumo moderato di alcol come una grave emergenza sanitaria sottolineano i rischi cancerogeni del vino e la sua pericolosità per gli esseri umani – il fatto che siano degli sportivi professionisti a dimostrare apertamente il loro interesse per il mondo del vino ribalta le carte in tavola.

È risaputo che tutti gli atleti di serie A, non solamente i giocatori di basket dell’NBA, facciano particolare attenzione alla salute, curando, insieme ad un team di esperti, sia gli allenamenti fisici che l’alimentazione.

Ma se sono questi sportivi di alto livello a dimostrare interesse per il vino, apprezzandone la tradizione, la storia, il gusto e le caratteristiche, il messaggio trasmesso è forte e chiaro: con moderazione, l’alcol può essere consumato da chiunque, anche da sportivi professionisti.