Associazioni Sportive e vino: una partnership ribelle e all'avanguardia

scritto da Veronica Zin | 29 Marzo 2024

L'UFC – *Ultimate Fighting Championship* – ovvero l'associazione americana di promozione di arti marziali miste, che rappresenta oltre 500 atleti, ha recentemente annunciato di aver iniziato una **partnership** ufficiale con il brand di vino 19 Crimes.

Il marchio australiano di vino è noto per **sfidare** le norme della tradizionale cultura vinicola poiché racconta, tramite il packaging ed il prodotto stesso, la storia di otto detenuti condannati nella seconda metà del 1800 per aver commesso uno dei 19 crimes decretati dal governo inglese dell'epoca.

Si tratta di una collaborazione all'avanguardia perché, se è

vero che molti noti brand di vino vengono sponsorizzati durante competizioni di alto livello trasmessi anche in televisione – lo Spumante Ferrari è il brindisi ufficiale della Formula 1, il Prosecco è il supplier ufficiale della MotoGP dal 2019 e ha confermato il supporto anche per la prossima stagione – non è altrettanta consuetudine che un brand di vino venga sponsorizzato da un'**Associazione Sportiva Nazionale** che, peraltro, rappresenta centinaia di atleti.

Per fare un paragone: è come se le forze armate e i corpi dello stato che supportano gli atleti italiani nella loro pratica sportiva – Fiamme Gialle, Fiamme Azzurre, Centro Sportivo Carabinieri, Centro Sportivo Esercito e Gruppo Sportivo Aeronautica Militare, Fiamme Oro, ecc. – scegliessero come sponsor un noto brand di vino, magari anche anticonvenzionale come nel caso di 19 Crimes.

19 Crimes

La linea australiana celebra lo spirito ribelle di più di 160.000 uomini e donne esiliati, trasgressori e cittadini che hanno sfidato la legge forgiando una nuova cultura e un nuovo spirito nazionale. 19 Crimes veicola un messaggio: affrontare le difficoltà, andare oltre lo **status quo** e rompere le barriere convenzionali.

Chiaramente, si tratta di un marchio "complesso"; e sceglierlo come partner da parte del UFC è stato sicuramente un rischio – tuttavia, perfettamente in linea con il modello comunicativo di 19 Crimes.

In realtà, il brand australiano, attraverso questa linea, racconta la storia di otto "criminali" che potrebbero essere definiti "virtuosi" perché sono colpevoli di aver combattuto per l'instaurazione di una Repubblica Irlandese indipendente dal Regno Unito nella seconda metà del XIX° Secolo.

Così, grazie ad etichette originali, volontariamente

invecchiate ed ingiallite per ricordare delle lettere o dei decreti antichi, un testo è minimale e un font quasi grottesco, 19 Crimes racconta la storia di:

- John Boyle O'Reilly: Colpevole aver preso parte ai "Feniani", la società segreta rivoluzionaria di Irlandesi d'America
- Michael Harrington: Coscritto britannico è stato condannato per aver orchestrato il salvataggio di alcuni detenuti e la fuga dall'Australia – oggi noto come il "Salvataggio di Catalpa"
- James Wilson: Feniano condannato per diserzione e condotta ribelle, fuggì durante il Salvataggio di Catalpa
- Cornelius Dwyer Kane: Membro dei Feniani fu condannato e bandito dall'Irlanda
- Jane Castings: Condannata per aver pagato un gruppo di adolescenti affinché rubassero nel Regno Unito alcuni beni di prima necessità
- Michael Moore: Arrestato per aver preso parte ai Feniani
- James Kieley: Condannato ed esiliato in Australia per aver preso parte al Salvataggio di Catalpa"
- Thomas Delaney: soldato britannico e Feniano deportato in Australia

Le associazioni sportive aprono le porte al mondo del vino:

La genesi di questa collaborazione tra 19 Crimes e l'UFC risiede nella recente campagna globale del marchio australiano: "*Obidience gets you nowhere*" – l'obbedienza non ti porta da nessuna parte – che invita ad essere curiosi, ribelli e a **sfidare la tradizione**, come hanno fatto i protagonisti di questa linea di vini.

"Siamo entusiasti di accogliere 19 Crimes come Vino Ufficiale

dell’UFC nel nostro mercato più grande, gli Stati Uniti,” ha dichiarato Grant Norris-Jones, Vice Presidente Esecutivo e Capo delle Sponsorizzazioni Globali, UFC & WWE. “L’UFC, 19 Crimes è un marchio che cerca di sfidare lo status quo. Non vediamo l’ora di lavorare con il fantastico team di 19 Crimes per sfruttare le piattaforme UFC al fine di aumentare la consapevolezza del marchio tra la nostra enorme base di fan, una delle più fedeli e appassionate in tutti gli sport.”

Carl Evans, Chief Marketing Officer di Treasury Americas, ha concluso: “Siamo entusiasti di collaborare con la principale organizzazione di arti marziali miste del mondo. L’UFC dimostra perfettamente la nostra nuova campagna globale, ‘Obedience Gets You Nowhere’, celebrando le persone coraggiose che sfidano la conformità e combattono le aspettative. Non vediamo l’ora di lavorare con l’UFC per rivoluzionare insieme il mondo del vino e delle MMA.”

Conclusioni

Sicuramente 19 Crimes è una linea che, con il suo messaggio, si inserisce perfettamente nel contesto sportivo delle arti marziali miste rappresentate dal UFC. Ma, ci sono diverse linee di vini italiani che veicolano messaggi interessanti e che potrebbero **incentivare** la collaborazione tra Associazioni Sportive e Aziende vitivinicole, tra sport e vino più in generale.

Per esempio, Libera Terra – azienda che nasce con l’obiettivo di recuperare beni e terreni liberati da organizzazioni criminali per ottenere prodotti di qualità – in collaborazione con Centopassi, produce vini biologici che portano un messaggio potente contro la criminalità organizzata e promuovendo lo sviluppo sostenibile delle aree rurali.