MEGATREND & SPORT: UN'ACCELERAZIONE DAL CORONAVIRUS?

IS CORONAVIRUS SPEEDING THE LINK BETWEEN MEGATREND & SPORT?

Franco Bruno CASTALDO
Università degli Studi di Foggia
franco.castaldo@unifg.it

Abstract

Il tempo della pandemia da coronavirus, ci rende coscienti dei cambiamenti sociali che questa ha provocato, e che il genere umano ha vissuto; cambiamenti inerenti anche il mondo dello sport professionistico e/o amatoriale. E' stato chiamato un time-out. Alla ripartenza, tutto sarà come prima o ripartiranno le ipotesi di cambiamento che vari analisti avevano prefigurato? È auspicabile qualche cambiamento? In quale direzione? Grazie alla digitalizzazione, le persone sono più informate e collegate; i cambiamenti richiedono nuovi approcci alla formazione e il sistema educativo/formativo, deve plasmare persone critiche, aperte alle novità e capaci di lavorare in squadra. All'ottica aziendale, si dovrebbe preferire l'ottica sistemica: lo sport è un sistema plurivaloriale. Il paper analizzerà le ipotesi futuristiche, di esperienze Australiane, Americane, ed Europee; i risultati che si intrecceranno, saranno un primo step per delineare se la pandemia produrrà cambiamenti apprezzabili, conseguibili, o auspicabili, nel mondo dello sport.

The time of the coronavirus pandemic makes us aware of the social changes that this has caused, and that mankind has experienced; changes inherent also to the world of professional and/or amateur sport. A time out has been called. At the restart, will everything be as before or will the hypotheses of change that various analysts had prefigured also restart? Is any change desirable? If yes, in which direction? Thanks to digitization, people are more informed and connected; changes require new approaches to education and the education/training system must shape critical people, open to novelties and capable of working in a team. Rather than having a business perspective, sport should prefer a systemic perspective: sport is a multi-valued system. The paper will analyze futuristic hypotheses, deriving from Australian, American, and European experiences; the results that will be intertwined, will be a first step in outlining whether the pandemic will produce appreciable, achievable, or desirable changes, in the world of sport.

Key words: megatrend, analisi del futuro, sportività, globalizzazione dello sport, utopia/distopia.
megatrend, analysis of the future, sportiness, globalization of sport, utopia / dystopia.

1. Introduzione

La "disciplina dell'anticipazione" è l'orizzonte visibile sullo sviluppo delle applicazioni avanzate, facenti parte delle novità inerenti la "quarta rivoluzione industriale" (Schwab, 2015); è *il nuovo che avanza*, di cui ci si serve, anche per sostenere i pericoli derivanti delle trasformazioni non governate in corso *–non ultima la pandemia da coronavirus-* e richiede di evitare di guardare al futuro in modo ingenuo, immaginando o sperando che questi possa essere la continuazione del presente. L'ambito dei *future studies*, degli "studi sui futuri", mostra che esistono impostazioni teoriche e metodi che aiutano a intercettare e riconoscere i cambiamenti; in Italia, recentemente, particolarmente con l'università di Trento, abbiamo già sensibilità in tale ambito (Bonesini et all, 2017). Il mondo dello sport con la pandemia da coronavirus ha subito un congelamento, una sorta di fermo immagine. In altri tempi avremmo ipotizzato facilmente –conoscendo il canovaccio- il prosieguo del *frame* sport nella pellicola dell'esistenza: la pandemia purtroppo, non è uno *stop and go***,** per cui questo lavoro vorrebbe ipotizzare i possibili scenari, *–lo sport è l'attività che maggiormente ha una assonanza con il termine globalizzazione*[1]- e quali sorprese positive o quali problemi dovremo affrontare per poi eventualmente sceglierne quelli più aderenti alla nostra idea, o meglio, quale tipologia culturale di sport vorremo offrire alle generazioni che verranno.

Potremmo ritrovarci con risultanze tra l'utopico e il distopico[2].

2. Megatrends

I Megatrend sono analisi di sistema che hanno un profondo impatto su società economia e cultura; interagendo ed analizzando diversi eventi, indicano i mutamenti, cioè i trend, che pur nascendo da soli possono intersecarsi e mutare completamente la loro funzione. Il termine risulta poco conosciuto, eppure, inconsapevolmente, già ne conosciamo vari tipi: quelli che classicamente chiamiamo epocali, *la rivoluzione industriale,* o in questi anni, *l'invecchiamento della popolazione*, oppure strategici, *i nuovi modelli di consumo, l'innovazione tecnologica, l'e-commerce*, oppure ancora quelli che potremmo chiamare pervasivi *i social media, l'app-economy*. Vale a dire che modellano il futuro a partire dal presente, seguendo le macro-tendenze, legate a fattori strutturali quali demografia, ambiente, innovazione scientifica e/o tecnologica, mentalità, che hanno un forte impatto su come evolvono società, economia, cultura e business. Il termine è stato coniato da J. Naisbitt[3], nel 1982. Metaforicamente potremmo definire i megatrend come fenomeni, che restano nascosti alla vista di superficie, dove

[1] Paradossalmente alla FIFA (Fédération Internationale de Football Association) sono affiliate 211 Nazionali; dell'ONU fanno parte 193 paesi; lo sport, è una "lingua franca" accessibile a tutti, che spinge a confrontarsi con chiunque, in nome di un risultato "oggettivo" che prescinde da razza, condizione economica e sociale (Castaldo, 2019; Aledda, 2005).

[2] Per Distopia, s'intende una previsione, descrizione o rappresentazione di di cose future con cui si prefigurano situazioni, sviluppi, assetti politico-sociali e tecnologici negativi; per Utopia (T.Moro ,l 1516) s'intende la formulazione di un assetto politico, sociale, religioso che non trova riscontro nella realtà ma che viene proposto come ideale e come modello (non realizzabile, e/o astratto).

[3] John Naisbitt, futurologo internazionale, ha collaborato con le amministrazioni Kennedy e Johnson, ed insegnato all'Università di Mosca, Harvard e Nanchino. In *Megatrends 2000*, presenta le tendenze per gli anni '90.

manifestano solo effetti mediati, che si rivelano chiaramente solo nel prosieguo, come nei torrenti carsici che emergono dopo essersi fatto sentire per lungo tempo restando però inespressi. Meglio ancora però risulta l'analogia tra megatrends e previsioni meteorologiche:

Il 14/10/2015 i meteorologi rilevarono un'area di bassa pressione che si stava espandendo nel golfo di Tehuanteptec, Oceano Pacifico: nessun elemento permetteva considerazioni insolite o sospette; successivamente, l'area si sviluppò lentamente e venne classificata come perturbazione tropicale. Nel giro di poche ore, combinandosi con condizioni nuove, il fenomeno si intensificò raggiungendo il massimo grado della scala Saffir-Simpson. Nacque l'uragano Patricia, tra i più potenti e pericolosi eventi climatici mai osservati.

Anticipare i possibili cambiamenti che interessano il vivere umano, demografici, tecnologici, sociali, ambientali, biopolitici o geopolitici, ha molto in comune con le previsioni meteorologiche. Entrambe le discipline, monitorano un'ampia gamma di *micro-level forces* che modellano e trasformano costantemente l'ambiente in cui viviamo, al fine di identificare tutti quei segnali apparentemente deboli, che possono rivelarsi di fondamentale importanza e diventare potenti forze di cambiamento (Billari,2015; Dunlap et all, 2010).

Il lavoro di Naisbitt aveva precedenti nell'*Insitute for the future,* (1968, Palo Alto), una organizzazione no profit, nata come *spin-off* della Rand corporations. Da questa *overture*, partiranno esperienze simili in altri paesi, favorendo la nascita nel 1973: la *World Futures Studies Federation*. Nel 2013 anche in Italia nasce *The Italian institute for the future*.

3. The future of sport, Australia.

Gli australiani amano lo sport; è parte integrante della loro identità culturale. La maggior parte degli australiani gioca, guarda e gode dello sport; nel contempo, l'Australia sta fondando il suo futuro su scienza e innovazione. La sua agenzia scientifica nazionale, CSIRO, è un incubatore di idee, tecnologie, competenze, per favorire l'aumento di prosperità, crescita, salute e sostenibilità. Serve governi, industrie, imprese e comunità in tutta la nazione. La Commissione sportiva australiana (ASC) ha stretto una partnership con Picco agenzia scientifica australiana, il Commonwealth Scientific e l'Organizzazione di ricerca industriale (CSIRO), per condurre ricerche congiunte nel futuro dello sport. I risultati sono stati pubblicati nell'aprile del 2013. Gli sport praticati in Australia, così come li conosciamo, stanno cambiando; la relazione CSIRO, sarà importante nel plasmare, a lungo termine, la politica, gli investimenti e le strategie di pianificazione del governo, e la popolazione.

Il rapporto evidenzia sei megatrend che ridefinirebbero il settore sportivo nel futuro. Li riportiamo in forma tabellare utilizzando il lato sx per mostrarli nella loro formulazione originale, affiancandoli con una esemplificazione per espressioni idiomatiche non direttamente comprensibili:

Tabella n° 1

CSIRO for ASC	La nostra esemplificazione
1 A perfect fit Personalised sport for health and fitness	Gli australiani sono più attenti alla salute; le attività sportive e di fitness *ad personam* aumenteranno; si farà sport per mettersi in forma, anziché mettersi in forma per fare sport.
2From extreme to mainstream The rise of lifestyle sports	Sport non convenzionali per tutti: 'ascesa di stile di vita avventuroso e di sport alternativi (arrampicata libera, parkour, …) con complesse ed avanzate abilità ed elementi di pericolo intrinseco e/o ricerca del brivido. L'attività si caratterizzerà come *lifestyle* , con forte identità ed espressione di sé.
3More than sport The attainment of health, community and overseas aid objectives via sport	Lo sport aiuta a raggiungere la salute mentale e fisica, la prevenzione della criminalità, lo sviluppo sociale e gli obiettivi di cooperazione internazionale; è efficace per ridurre l'aumento dei tassi di obesità e malattie croniche. È molto efficace per raggiungere l'inclusione sociale per i gruppi emarginati e ridurre i tassi di criminalità. Può costruire ponti verso altri paesi e favorire pace, sviluppo e obiettivi di politica estera.
4Everybody's game Demographic, generational and cultural change	Sport per tutti senza età: l'invecchiamento della popolazione è un dato costante; ciò cambierà gli sport praticati e il modo in cui li si pratica. Le società continueranno ad essere multiculturali, con abitudini sportive e preferenze ricreative diverse. Per avere alti tassi di partecipazione, si dovranno soddisfare gli anziani e provvedere al mutevole assetto culturale dei singoli paesi. La sfida sarà interessare e coinvolgere altre culture.
5New wealth, new talent Economic growth and sports development in Asia	Con l'aumento del reddito, i popoli asiatici saranno più interessati allo sport. I paesi asiatici investiranno in capacità sportive e, soprattutto per la Cina, ci saranno migliori risultati di ori alle Olimpiadi. Ciò potrebbe creare nuovi mercati per la televisione, il turismo, le attrezzature, i servizi e gli eventi sportivi.
6Tracksuits to business suits Market pressures and new business models	Il mercato eserciterà ulteriore pressione; gli atleti d'élite godranno di salari considerevoli e sponsorizzazioni, ma non per tutte le discipline: quelli con salari alti mutano l'*appeal* di quelli con salari bassi. Le associazioni sportive no-profit saranno sostituite da organizzazioni con *governance* più formali, con un affievolimento del volontariato. Il costo della partecipazione aumenterà e sarà un ostacolo alla partecipazione di molti.

fonte: ns elaborazione da The future of sport AU, 2015.

Gli sport che gli australiani praticano, sono il risultato dell'evoluzione culturale negli ultimi due secoli. Nel 2040 gli australiani probabilmente seguiranno e parteciperanno ancora in gran numero a AFL, Cricket, Rugby, Touch football, Netball, Vela, Calcio, Nuoto, Basket, Bocce, e continueranno a competere alle Olimpiadi, alle Paralimpiadi e altri eventi internazionali. Tuttavia, per i decisori del settore pubblico e privato, il cambiamento all'orizzonte richiederà nuove risposte: i mercati si apriranno mentre altri cambieranno, o addirittura chiuderanno. Le persone stanno cambiando il modo in cui allocano il loro tempo, o accedono alle informazioni e interagiscono tra loro. Questi cambiamenti stanno creando sfide e opportunità per il settore sportivo australiano.

4. The future of sport, Usa.

Nel 2015, nasce Future.org, organizzazione privata con tre società di appartenenza: Delaware North; Jacobs Institute; Attention Span Media. La sua missione sarà guardare al futuro dei principali settori con indagini e ricerche. In pochi anni, ha pubblicato due report (2015, 2016) sul futuro dello sport. I risultati, visibili anche online, convergono su dati sia innovativi, sia già presenti nel report australiano. Il rapporto 2015, viene introdotto dal Chairman Jeremy M. Jacobs così:

Lo sport è senza tempo, ma ad ogni generazione, nuove tecnologie e diverse dinamiche sociali hanno cambiato e intensificato il modo in cui viviamo lo sport. […] I cambiamenti all'orizzonte saranno probabilmente ancora più dirompenti. I progressi della medicina ci stanno permettendo di alterare il corpo degli atleti. La potenza di calcolo degli smartphone raddoppia ogni 18 mesi. L'appetito per lo sport è quasi insaziabile: i fan si aspettano passaggi di accesso completo nella club house e nella sala del consiglio. […] Discutere sul futuro del nostro settore può provocare ansia, semplicemente perché sembra molto incerto. Nessuno vuole scommettere sulla tendenza sbagliata. Alcune predizioni di questi futuristi si avvereranno, e altre non lo faranno; gli storici un giorno scriveranno il capitolo giusto. Vogliamo che la prossima generazione guardi indietro a questo momento e apprezzi le basi che abbiamo posto per loro. Riportiamo in forma tabellare i punti che il report offre (a sx) accompagnandoli con annotazioni ed esemplificazioni (a dx).

Tabella n° 2

Anno 2015	**Esemplificazioni**
The Stadium	Andare negli stadi continuerà a essere importante nella cultura sportiva? Le tecnologie dello schermo esterno cresceranno.
Broad-casting	Come cambieranno le trasmissioni? Google, Facebook o altri player supereranno le emittenti tradizionali e offriranno gratis la loro visione.
The Athlete	In che modo le innovazioni scientifiche cambieranno l'equità, la sicurezza, ed il significato dello sport? Gli sport professionali e scolastici diventeranno *come la NASCAR, (National Association for Stock Car Auto Racing)* con il corpo umano potenziato come le auto di serie. (*Oggi diremmo enhancement per tutti.NdA)*
The Third Venue	Molti tifosi, per gli alti costi, non partecipano ad eventi i dal vivo. Dove si rivolgeranno? Emergeranno *Terzi luoghi*, come spazi per sperimentare la realtà aumentata, la tecnologia interattiva, i replay olografici e gli schermi 3D in luoghi dedicati.
Sponsor + Advertising	In che modo i marchi si adatteranno ai contenuti sportivi e ai formati di distribuzione? L'approccio della Red Bull come sponsor, diventerà regola piuttosto che eccezione. Non solo il nome del marchio sullo stadio: lo sport stesso incarnerà il marchio.
Teams + Leagues	Con l'accesso allo sport globale, quali squadre, quali sport, vinceranno la gara per diventare *mondial superbrand* ? Per questo motivo, alcune regole si standardizzano internazionalmente: il baseball giapponese adotta la palla MLB più grande, mentre il basket europeo adotta le regole NBA; effetti simili alla standardizzazione delle rotaie e dei container *per unificare il commercio sport.*
E-Sports + Fantasy Sports	La definizione di sport cambierà man mano che convergono video e giochi nella vita reale. Lo stadio dei Dallas Cowboys farà *sold-out* perché i tifosi, assisteranno al *Diamond Vision*, cioè adolescenti che giocano a *League of Legends*, oppure *Fantasy of Azeroth*, giochi di ruolo attraverso videogiochi. Ascesa degli exergame.
The Fan	Essere tifoso, non è più solo una faccia nella folla. La tecnologia cambierà il rapporto tra tifosi e squadre. Il circuito di *feedback* dei *social media* e il ciclo di notizie 24h/7g daranno maggior influenza sul processo decisionale di squadre e campionato. Nasceranno i supertifosi, (*per es. Clipper Darrell , superfan dei L. A. Clippers (NdA*); con facile analogia: *gli influencer*.
Extreme + Adventure Sports	In forte ascesa, gli sport estremi sfideranno gli sport professionali e amatoriali, per il titolo di categoria sportiva più seguita. Le vendite di *action cam* crescono di quasi il 50% ogni anno (USA); i video prodotti con GoPro su YouTube cresceranno esponenzialmente. Gli sport estremi con i loro video saranno considerati *juggernaut* (forza inarrestabile, reale o metaforica).
Payments + Ticketing	Il ticketing con l'*AI* va avanti: il sistema massimizzerà i desideri con le piattaforme di vendita (Facebook), che hanno dati più dettagliati sul compratore rispetto ai vecchi punti vendita; il biglietto potrà essere personalizzata in vari modi: Vuoi sederti vicino agli amici di Facebook? Vuoi inviare 35 dipendenti alla partita come ricompensa? Vuoi stare vicino ad altre famiglie? Vuoi andare con i ragazzi o incontrare donne single? Il sistema può gestire tutto. Tutti i vari motivi per cui le persone vogliono partecipare allo spettacolo sportivo, possono essere estratti e valutati, in base al profilo personale.
Fanbase Economics	Alcuni futuristi prevedono che entro il 2030 oltre 2 mld di posti di lavoro scompariranno per l'automazione: auto senza conducente elimineranno taxi e veicoli di consegna, nonché il personale dei parcheggi e dei dipartimenti della polizia stradale o del traffico. Niente chioschi, con i distributori automatici; robot sostituiranno i servizi nei *fast food*. Retribuzione inferiore per gli insegnanti, in quanto l'istruzione sarà intervallata dai corsi online.

fonte: ns elaborazione da The future of sport 2015

Nel rapporto 2016, gli autori presentano un report fondato sull'accelerazione che le tecnologie digitali hanno prodotto nello sport e le relative tendenze che ne potranno nascere. Riportiamo in forma tabellare la sintesi dei dieci punti che il report offre (a sx) accompagnandoli con annotazioni ed esemplificazioni (a dx).

Tabella n° 3

Anno 2016	**Esemplificazioni**
Youth Sports Reform	Costi alle stelle, classifiche ossessive, ogni competizione un giudizio sul futuro di tanti piccoli atleti. Ogni anno genitori insoddisfatti tolgono per protesta i figli dagli sport; ogni anno, altri genitori, spingono figli a giocare. Nel 1990 Jennifer Capriati a 13 anni, fece le finali in evento WTA; a 14, era al 6 ° posto mondiale ,e può diventare la più grande giocatrice americana. A17 anni, Capriati vince a Sydney, ma inizia e alterna un declino, dettato dai cattivi rapporti con il padre e dalla precocità dell'impatto con i professionisti. In seguito a questi fatti la WTA istituirà regolamenti rigidi sui tennisti baby-prodigi.
Alt-Athletes	Non solo esercizio fisico; riguarda la ricerca di significato, identità e appartenenza. Gli scalatori e i surfisti cercano esperienze che li colleghino ad ambienti naturali. I devoti di Yoga e Tai Chi cercano la trascendenza spirituale interculturale. Il 42% del mercato USA delle palestre, è composto da club che si rivolgono a richieste specifiche, come yoga, pilates, jiu-jitsu brasiliano, danza, arrampicata su roccia, CrossFit, ecc., con tassi del 450% all'anno dal 2010. A questo ritmo, le palestre di non atleti *strictu senso* supereranno molto presto la palestra tradizionale.
Machine Medicine	Lo stipendio sprecato per i giocatori infortunati rappresenta fino all'89% della varianza nei record di sconfitte delle squadre della NFL. Non occorre solo curare le ferite da traumi sportivi: bisogna prevederli ed evitarli del tutto. Per questo un alto

	numero di atleti viene monitorata con sensori. Vengono raccolti tanti dati, in tanti modi nuovi, che ci si può distrarre dalla vera domanda: che cosa ne facciamo? Sono solo un modo per avere atleti efficaci/efficienti?
College Megabusiness	L'era in cui gli sport universitari facevano del loro meglio per imitare gli sport professionistici è finita. Aumenterà l'inversione: saranno i campionati sportivi professionisti che dovranno tenere d'occhio il modo in cui gli sport universitari vengono giocati, prodotti e consumati. In Italia diremmo "occhio alle serie minori".
The Epic Battle	Gli Sport Tradizionali rischiano di perdere una porzione significativa del loro pubblico. Milioni di post-millennial in tutto il mondo idolatrano campioni di eSport come Lee "Faker" Sang-hyeok della Corea del Sud ed Enrique "xPeke" Martinez in Spagna. Molti ignorano chi ha vinto la Premier League, ma non il CDEC Gaming che assegna $ 2,8 mln al campionato 2015.
Betting / Fantasy Convergence	Oltre le classiche scommesse: i fantasport sono giochi in cui i partecipanti sono tenuti a creare delle formazioni sportive virtuali, scegliendo nel parco di sportivi pro., reali. Il fantasport cresce rapidamente fino a diventare un settore da $ 1,1 mld, principalmente per le pubblicità; migliorano i giochi offrendo premi triplicando il mercato.
Ar-Vr Roadmap	AR e VR sono acronimi che, stanno per "Augmented Reality" e "Virtual Reality"; AR si riferisce ad una tecnologia capace di sovrapporre il mondo digitale al mondo offline, "aumentando", la percezione di quest'ultimo da parte dell'utente. VR, invece, si riferisce a una tecnologia capace di creare una realtà interamente digitale. Si tratta di una totale ricostruzione da zero di un ambiente virtuale, una simulazione della realtà effettiva volta alla completa immersione dell'utente, che si trova trasportato in una sorta di "nuova dimensione". Applicazioni maggiori nel Videogaming con occhiali e cuffie speciali.
Neurocoaching	Le neuroscienze socio cognitive dimostrano che il cervello è un organo prevalentemente sociale; il NeuroCoaching è un modello di coaching che utilizza un approccio basato su tali scoperte per aiutare singoli, gruppi e aziende a individuare e liberare i propri potenziali più significativi e ad esprimerli concretamente ed efficacemente. Oltre i paramerti di velocità, potenza e agilità, anche gli aspetti mentali degli sport vengono analizzati in abilità neuronali. Prossima evoluzione di questo campo, il neurohacking (da hacker): applicazione dei principi di pirateria informatica nell'analisi del funzionamento del cervello e del sistema nervoso centrale, fornendo stati specifici del cervello-corpo ottimizzati per singoli sport e singoli atleti. Spesso l'ottenimento di risultati è vincolato all'uso della *Stimolazione Magnetica Transcranica* La memoria muscolare non è nei muscoli. È' nel cervello. La stimolazione elettrica dei neuroni *tDCS* accelera l'apprendimento e migliora la spinta neurale.
Globalized Fandom	La comunità dei tifosi, si globalizza. Migrazione, turismo e accesso universale con Emittenti e *Social Media*, sbloccano Mld di fan potenziali, che non vivono nella stessa città e non parlano la stessa lingua. I prossimi 10 anni saranno una corsa all'oro, in quanto squadre e campionati professionisti gareggeranno per rivendicare questo pubblico emergente.
Generation Remix	Con il termine Generazione Z (Post-Millennial, o Zoomer), si identificano i nati che seguono ai Millennials, generalmente circoscritti dalla seconda metà degli anni '90 e la fine degli anni 2000. Un aspetto importante di questa generazione è il suo diffuso utilizzo di Internet quasi sin dalla nascita. Gli Zoomer sono considerati avvezzi all'uso della tecnologia e social media, che coincidono nel loro processo di socializzazione. La generazione Z vive nella convergenza di moda, sport, cultura e tecno. Sperimentano -attraverso l'abbigliamento- lo sport e viceversa. Hanno uno stile comunicativo fatto di posture, di non-verbale, di slang criptati, con riferimenti alla musica; l'abbigliamento sportivo, è un canale di comunicazione/esibizione.

fonte: ns elaborazione da The future of sport 2016

The future of sport, Europa

Lo Zukunftsinstitut (IZA, Institut zur Zukunft der Arbeit) è un centro di ricerca tedesco privato e indipendente sull'economia del lavoro, con sede a Bonn; fondata nel 1998, ha influenzato in modo significativo la tendenza e la ricerca in Germania sin dalla nascita. Oggi l'istituto è tra i gruppi di riflessione più influenti nella tendenza europea e nella ricerca futura ed è la fonte di informazioni e ispirazione per tutti i decisori o *spin-doctor*. Il core business che affrontano quotidianamente è semplicemente fatto di domande: quali cambiamenti - quali tendenze e megatrend - modellano il nostro presente e quali conclusioni si possono trarre per il futuro della società, delle aziende e della cultura? Nel 2014 questo istituto pubblica un lavoro: Sportivity (Muntschick et al., 2014).

Nella presentazione, offrono questa didascalia: *In futuro non si tratterà più di battere i record, ma di ancorare un nuovo atteggiamento alla vita nella vita di tutti i giorni. Questo fenomeno cambierà lo sport nei prossimi anni. La società del 21° sec. creerà un universo sportivo completamente nuovo.* Riportiamo in forma tabellare la sintesi dei cinque punti che il report offre (a sx) accompagnandoli con annotazioni ed esemplificazioni (a dx).

Tabella n° 4

Sportivity *step*	Esemplificazione
Sport must be brought to the people and not the people to sport	Lo sport diventerà una questione di tempo, per cui le sfere del lavoro e del tempo libero si fonderanno sempre di più. Lezioni di yoga, fitness o altro, durante la pausa pranzo hanno da tempo smesso di essere una rarità. Le persone vogliono rimanere indipendenti dal tempo e dal luogo, per cui *Lo sport deve andare alle persone, non le persone allo sport*.
Informal sport communities will replace sport clubs culture	La cultura del movimento e/o sportiva si evolve sempre più lontano dai club, verso comunità sportive informali; ciò è particolarmente vero tra gli adulti, il gruppo di lavoratori dai 40 ai 50 anni. Con carriera e famiglia, questi sono già soggetti a pressioni; un obbligo aggiuntivo in un club non è favorito; si richiederanno iscrizioni a club sportivi flessibili.
Technology is the new co-trainer	La tecnologia sta diventando il nostro allenatore; il rapido sviluppo dei dispositivi indossabili sta cambiando gli sport. L'abbigliamento intelligente può correggere i movimenti durante gli esercizi; costi più ridotti permetteranno risultati anche agli atleti dilettanti. Si prevede il raddoppio delle vendite di dispositivi indossabili *wearables*, entro il 2022.
Sports are happening in a real-digital world	Le barriere tra il reale e il digitale diventeranno sempre meno distinte;con la campagna pubblicitaria di Pokémon Go, o di Counterstrike *videogioco sparatutto in multiplayer*, si sono formati gruppi di esecuzione senza barriere d'età; un esempio: i *Silver Snipers*, un team svedese composto esclusivamente da videogiocatori over 60 nati con l'obiettivo di espandere l'audience delle competizioni virtuali verso un pubblico *meno giovane*. L'obiettivo è differenziare il mondo dei videogiochi e dimostrare che l'età è solo un numero. (*Iniziativa sponsorizzata da Lenovo.NdA)*
Sport is lifestyle and needs redefining	Lo sport è un atteggiamento nei confronti della vita, e nei suoi diversi aspetti, è uno stile di vita, interpretabile in modo lento, estremo o di auto-espressione. Lo sport non è solo una prestazione: ogni forma di movimento di ogni essere umano - con o senza l'aiuto di una macchina - ha la sua giustificazione.

fonte: ns elaborazione da Sportivity 2014

Analisi dei dati

Per quanto statisticamente non completamente sovrapponibili, un *fil-rouge* tra i ventuno punti delle varie tabelle riportate si può estrapolare:

Intelligenza artificiale e machine learning (analisi dati in grado di automatizzare la costruzione di modelli analitici) consentono ad atleti professionisti e non, ed anche agli staff tecnici, di accedere ad analisi predittive e suggerimenti dettagliati che permettono l'ottimizzazione di una strategia oppure di un gesto tecnico. Club professionistici, tornei prestigiosi e un numero sempre più ampio di leghe sportive ricorre all'uso dei Big Data impiegando le informazioni, come strumento utile per studiare e migliorare le prestazioni. Con i *Wearable* ed *Internet of Things*, lo sport si fa hi-tech e gli indossabili per lo sport diventano un supporto per monitorare lo stato di salute dell'atleta, al pari della sua condizione fisica durante la performance oppure del suo stato di idratazione o affaticamento; per atleti di qualsiasi età, e di qualsiasi grado.

La *Computer Science*, l'Intelligenza Artificiale e il *Machine Learning* unitamente alle *Neuroscienze* sono il paradigma (Dell'Aversana,2019) che i report australiani ed americani presentano principalmente, e che offrono una forte possibilità di usare la tecnologia in modo congruente alle esigenze umane, in questo caso dello sport. Anche il report Europeo, si interseca diverse volte i modelli d'oltreoceano, lasciando trapelare maggiormente però gli aspetti cognitivi ed emozionali dell'utente. Sembrerebbe ancora rispettata la differenza tra i modelli economici di *governance* USA ed EU.

Un sottile, profondo *sentiment*, accompagna queste analisi, superando gli aspetti legati alla *governance* o all'implementazione degli aspetti economici: un sentimento di richiesta di maggiore libertà dai vincoli delle classiche modalità di espletare l'attività fisica e/o sportiva. Nuovi luoghi, nuove specialità, nuove performance.

Conclusioni

la pandemia di Covid-19 ha provocato una crisi sanitaria ed economica senza precedenti per la società europea. Il settore del fitness e dell'attività fisica, in particolare, ha visto chiudere i principali luoghi di lavoro, i centri benessere e fitness nella maggior parte dei paesi in Europa e questo impatto finanziario continuerà ad avere un effetto negativo per molti mesi a venire. Nel contempo, abbiamo visto governi e media riconoscere, come non mai, i benefici dell'attività sul benessere fisico, sociale e mentale di un individuo; nuovi studi e dati mostrano chiaramente che una solida maggioranza dei consumatori e dei membri delle comunità sportive sono ansiosi di tornare alle loro attività ed ai loro club di fitness e wellness.

Usando un linguaggio prettamente sportivo, l'emergenza pandemica, ci ha costretto in un time-out mondiale senza precedenti; la ripresa potrebbe offrire un'opportunità per il mondo sportivo di emergere più forte, migliore o forse fondamentalmente diverso da come si sia mai manifestato nella storia.

I dati presentati essenzialmente dicono che vi è una forbice: da un lato gli aspetti economici, dall'altro quelli salutistici. Il fulcro delle due lame viene espresso da un mix fatto da Computer Science, Intelligenza Artificiale, Machine Learning, e Neuroscienze. L'incontro tra le due lame è lo sport o lo stile di vita del futuro?

Tra utopia e distopia

Lo sport non è mai stato perfetto, anche agli albori;[4] la tentazione di guardare al passato o Retrotopia, è la nostra recente attitudine a collocare nel tempo passato –e non più nel futuro– l'immaginazione di una società migliore (Baumann, 2017); molto spesso, in ambito sportivo, troviamo che tanti pensano e progettano un ritorno all'indietro come la migliore delle soluzioni possibili ai mali presenti in questo settore. Il futuro, anche o particolarmente nelle attività sportive mette ansia; è il sintomo di una miopia culturale, che tenderebbe a rendere immutabile la *sacralità* dello sport. Bisognerebbe cambiare prospettiva: un approccio sistemico, con lo sport come *sistema plurivaloriale, fondato sui valori Pedagogici, Sociologici, Medicali, Culturali, Economici, Ludici*, (Castaldo, 2010), un sistema che se integrato, può accompagnare, instradandola, la spinta notevole derivante dagli attuali megatrend esaminati. Bisognerà adattarsi alle necessità di una nuova normalità influenzata dalla C19 e sbloccare il potenziale futuro di questo settore, considerato dalla società e dai responsabili politici come un importante elemento di salute pubblica ed economia, aggiungendovi la nostra posizione tradizionale (europea) con la politica dello sport e della cultura.

[4] Secondo Lauren Schwaar, famosa coach di basket, fondatrice del sito Fathom Performance, *per ogni esempio di solidarietà e congruenza nel mondo dello sport, si possono trovare cinquanta di corruzione, preminenza capitalistica, disuguaglianza sistemica o abuso*. In www.sportanddev.org May 4, 2020

Bibliografia e sitografia essenziale

Aledda, A., Fabbris, L. & Spallino, A. (2005). Multiculturalità e Sport. Atti del XV Congresso del Panathlon International, Milano, F. Angeli.

Bauman, Z., (2017), Retrotopia. (trad. di M. Cupellaro) , Bari-Roma, Laterza.

Billari F.C. (2015) Integrating macro- and micro-level approaches in the explanation of population change. *Population Studies*, 69:sup1, S11-S20

Bonesini A., Brunori F., Cristoforetti L.., Scolozzi R., (2017), (a cura di): Made in Future, Connessioni, paesaggi, responsabilità Progetto sperimentale di didattica orientata al futuro e al pensiero sistemistico. Trento, Reverdito Ed.

Castaldo F.B., (2010) Sport management: un indirizzo etico-filosofico. Napoli, Ed. Albano .

Castaldo, F.B. (2013). Bioethic(s): bridge to the future (of sport). UNESCO Chair in Bioethics 9th World Conference Bioethics, Medical Ethics & Health Law Towards the 21st Century, 11-19/12. Naples.

Castaldo F.B., (2019), Sportività liquida. Formazione & Insegnamento XVII, Pensa MultiMedia Editore

Dell'Aversana P. (2019) Complessità, Machine Learning e Neuroscienze Introduzione ai nuovi strumenti per la formazione manageriale. Online in: performance management review.org

Dunlap E, Johnson BD, Kotarba JA, Fackler JL. (2010) Macro-level social forces and micro-level consequences: poverty, alternate occupations, and drug dealing. *J Ethn Subst Abuse*.;9(2):115-127.

Miah A. (2017), Sport 2.0 : transforming sports for a digital world. Cambridge, Mass. ; London : MIT press.

Muntschick V., Kirig A., Huber T., (2014) Sportivity. Bonn, DE. Ed. Zukunftsinstitut

Sandel M. J., (2013) Quello che i soldi non possono comprare: I limiti morali del mercato. Milano Feltrinelli

Schwab K., (2015) The Fourth Industrial Revolution *Foreign Affairs Magazine*.

www. http://futureof.org/sports-2015

www. http://futureof.org/sports-2016

www. https://www.zukunftsinstitut.de