



LA NUOVA SARDEGNA

Data: 11.07.2022 Pag.: 25
Size: 820 cm2 AVE: € 26240.00
Tiratura: 37321
Diffusione: 31152
Lettori: 185000

Dinamo senza confini da dieci anni in Europa

Viola Frongia, ministra degli Esteri biancoblù, e il caso-Sassari «È il nostro modo di stare nel mondo e continuare a crescere»

Sassari In principio fu l'EuroCup 2012-2013, appena al secondo anno di frequentazione della serie A. Da allora la Dinamo non si è più fermata e ha piantato la bandierina sarda in tutta l'Europa dei canestri. Dieci anni di fila oltre confine, senza confini. Quanti altri? E non solo in Italia. E Viola Frongia c'era e c'è, la direttrice generale è anche la ministra degli Esteri del club biancoblù ed era anche nella sede della Fiba Europe a Mies, in Svizzera, giovedì scoper il sorteggio della Champions League 2022-2023.

Dieci anni di fila in Europa, una continuità che non è da tutti.

«È vero, ed è anche vero che ogni singolo club ha la sua storia. Ma la proprietà Dinamo ci ha sempre creduto, per crescere a livello sportivo e societario. È uno dei punti cardini della Dinamo che ha appena chiuso un campionato moltiplicato per sei, presenti nelle tre più importanti competizioni nazionali e nelle coppe europee anche con la femminile e la DinamoLab in carrozzina».

Resta il fatto che la Dinamo ha sempre avuto la capacità di poter non rinunciare alle coppe, mentre altri club non hanno avuto questa forza».

«Ormai abbiamo sposato la Bcl, siamo al settimo anno senza crisi. La Fiba tutela i campionati nazionali e ri-

spetta i meriti sportivi. Poi, ci sono altre società che, in maniera intelligente, hanno capito che talvolta la crescita deve essere graduale e hanno fatto un passo indietro».

Per l'Europa serve sempre un qualcosa di più, anche nella costruzione della squadra.

«Siamo un'azienda, se vuoi stare su un mercato devi avere determinate caratteristiche, e dall'altra essere sul mercato europeo ti permette di ragionare su un altro livello e di creare una squadra di un certo tipo. Gli stranieri danno la priorità a chi gioca in Europa, ma anche gli italiani».

Per il brand Dinamo l'Europa è un valore aggiunto.

«Ed è importantissimo anche per tutti quelli che investono nel nostro progetto. È una vetrina importante che ci consente rapporti con la Fiba, la Nba. Per noi stare in Europa vuol dire stare nel mondo. Lo abbiamo dimostrato tra l'altro a Doha, in Cina con la Cagliari Academy e nel workshop di San Antonio, con Belinelli e coach Messina. È stato importante per capire come funziona una realtà simbolo di tutto un territorio, in questo caso il Texas, e imparare da loro».

Anche le due esperienze in Eurolega sono state una bella scuola.

«2014-2015: il presidente

Sardara aveva definito quella stagione come un master, per approfondire più aspetti: marketing, comunicazione, operatività. Oltre ai risvolti sportivi. Siamo contenti del nostro percorso e non rimpiangiamo le scelte passate, come ora siamo consapevoli della scelta Bcl».

L'Europa non è tutta rose e fiori. Trasferte infinite, la necessità di coordinarsi con il campionato...

«A ogni grande responsabilità seguono sacrifici maggiori, è così se vuoi migliorare. Poi, da un punto di vista siamo allenati, visto che anche in campionato prendiamo sempre l'aereo, e comunque ne vale la pena».

Il livello della Champions cresce di anno in anno.

«Stanno lavorando veramente bene, sono stati bravi a trasformare in opportunità il cambiamento dovuto dal Covid per creare un nuovo formato che fa sì che ogni partita sia importante. E noi siamo pronti a presentare questo nuovo formato a tutti i nostri partner e ai nostri tifosi».

Della Dinamo si parla bene anche come organizzazione.

«Ci piace che a dirlo siano gli altri, noi cerchiamo sempre di migliorarci. Tutto il nostro percorso europeo ce lo ha permesso e ci ha permesso di apportare tante migliorie, a cominciare dal 2014 quando l'Eurolega richiede-

va una capacità di illuminazione molto importante. Sono cose che poi rimangono».

Mai soli in Europa.

«Ovunque andiamo c'è sempre una bandiera sarda ed è bellissimo, lo dico da tifosa e da sarda. È identità, spirito appartenenza. Lo ha detto anche coach Bucchi che anche un non sardo sente questo, e lotta per una terra speciale senza sentirsi escluso ma anzi importante, e questo ci fa onore».

In dieci anni avete intessuto una rete di rapporti niente male.

«Per un società di basket la logica non cambia, come accade a una persona che si muove nel modo migliore, e una persona che ha più amici è una persona più interessante e più ricca. Abbiamo tante amicizie e pensiamo di poter dire la nostra anche in Europa, come Dinamo e come Sardegna. Siamo nel consiglio ristretto della Bcl, dia-

«In ogni palazzetto c'è sempre una bandiera sarda, non siamo mai soli. È identità e ne siamo orgogliosi»

mo il nostro contributo».

Ministra degli esteri anche nel femminile?

«Alla Dinamo non sono sola, c'è il lavoro gigantesco del



LA NUOVA SARDEGNA

Data: 11.07.2022 Pag.: 25
Size: 820 cm2 AVE: € 26240.00
Tiratura: 37321
Diffusione: 31152
Lettori: 185000

vicepresidente Dettori e ognuno di noi fa la sua parte, la responsabilità è condivisa, ciascuno si prende la sua parte perché tutto funzioni, dal traveling al marketing alla logistica. Non è un passare la patata bollente, ma aiutarsi

in base alle competenze». **Ora, al secondo anno, anche la Dinamo femminile vuole fare un passo in avanti in Europa».**

«L'obiettivo è sempre quello di fare passi in avanti. A volte si sbaglia, ma ci si muove sempre per andare avanti».

L'intervista
di **Mario Carta**



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile



LA NUOVA SARDEGNA

Data: 11.07.2022 Pag.: 25
Size: 820 cm2 AVE: € 26240.00
Tiratura: 37321
Diffusione: 31152
Lettori: 185000



**Giocare
oltre confine
aumenta
il peso
del brand
sassarese
sul mercato,
e gli stranieri
vengono più
volentieri**

**Viola
Frongia**
Sassarese,
31 anni,
è laureata
in Scienze
politiche
e relazioni
internazionali
alla Cattolica
di Milano
e vanta
un Master
in Sport
management
in Australia
Da sempre
alla
Dinamo, ora è
la direttrice
generale

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile