

LOGIN:

LUNEDÌ
27 GIUGNO 2022

CORRIERE DELLA SERA

LOGIN.CORRIERE.IT

ANNO 1 - N. 5



Il calcio, da campione.
E poi la musica trap, la moda
di strada, la vita digitale:
«Ma contano di più la famiglia,
le origini, i valori. Mi onora essere
un esempio per i più giovani»

RAFA LEAO

SCATTO SOCIAL

FOTO ALFREDO FALCONE / L'ESPRESSO - ILLUSTRAZIONE DI VINCENZO PROGIDA

📱📺📷📺📺 poste.it

**COME REALIZZARE IL MIO PROGETTO?
A PARTIRE DA UN APPUNTAMENTO.
GRAZIE A PRESTITO BANCOPOSTA.**

Con i prestiti BancoPosta puoi realizzare i tuoi progetti. Prendi un appuntamento in Ufficio Postale. Ti aspettiamo anche il sabato. **Scegli Poste Italiane. Tutto quello di cui hai bisogno.**

prestitiBancoPosta

Posteitaliane **160** 1862 - 2022

✓
**EKA, 46 ANNI
FARMACISTA**



I Prestiti BancoPosta sono erogati da Compass Banca S.p.A., Deutsche Bank S.p.A., Findomestic Banca S.p.A. e Santander Consumer Bank S.p.A. e collocati da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta. **Messaggio pubblicitario con finalità promozionali.** I Prestiti BancoPosta sono prodotti di finanziamento erogati da Compass Banca S.p.A., Deutsche Bank S.p.A., Findomestic Banca S.p.A. e Santander Consumer Bank S.p.A. e collocati da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta in virtù di un accordo distributivo non esclusivo sottoscritto tra le parti e senza costi aggiuntivi per il cliente. Per le condizioni contrattuali ed economiche si rimanda al documento "Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori" disponibile presso gli Uffici Postali. La concessione dei Prestiti BancoPosta è soggetta a valutazione ed approvazione da parte di Compass Banca S.p.A., Deutsche Bank S.p.A., Findomestic Banca S.p.A. e Santander Consumer Bank S.p.A. Per eventuali reclami o informazioni sulle modalità di recesso consulta la documentazione contrattuale disponibile presso l'Ufficio Postale. Per conoscere i giorni e gli orari di apertura degli Uffici Postali chiama il numero gratuito 800.00.33.22 o vai sul sito poste.it.

Trap, moda di strada, vita digitale:
«Ma quello che conta è la famiglia»

VALLORE

di **FEDERICO CELLA**

«Non siamo noi a sentire questa differenza, la mia vita quotidiana è un mix naturale tra reale e digitale, siete voi non nativi digitali che vi ponete sempre il problema». Rafa Leao non dribbla la domanda, anzi va dritto in area: le relazioni sono sempre autentiche anche se mediate da uno schermo. «Mia mamma mi videochiama tutti i giorni, per esempio. Anche se spesso vuole solo sapere se ho mangiato bene». Il giocatore portoghese di origini angolane è stato la freccia a sinistra che il Milan ha messo per tenere la corsia di sorpasso fino alla fine. Partito a Milano come promessa nel 2019, Rafael Alexandre da Conceição Leao ha ora un valore di mercato che sfiora i 100 milioni di euro. «Per carità, quella è una cosa a cui non penso. Il mio valore reale è un'altra cosa. Dio mi ha regalato il talento e io devo esserne grato e continuare a lavorare duro per non sprecarlo». Leao ha un approccio incisivo sulle cose, ma con un giusto distacco: anche un milione di follower su Instagram non sono un vanto. «Ammetto che fa piacere. È anzi un onore essere un esempio per i più giovani che magari mi seguono per il mio modo di essere o perché gli piacciono i contenuti che posto. Ma sono un calciatore, un attaccante e quindi i numeri che mi fanno più felice sono quelli del campo». Ossia 11 gol, 10 assist e 34 presenze sempre in crescendo nel campionato portato a casa a fine maggio. Con Rafa centrale nel progetto di Pioli e della nuova proprietà, anche come figura fuori dal campo. Un ruolo che si è ritagliato da solo, semplicemente essendo il ragazzo di 23 anni qual è. Con sani principi e hobby interessanti: famiglia, amici, trap, moda di strada, videogiochi. Un punto di contatto naturale tra la sua socie-

”

È un onore essere un esempio per i più giovani che magari mi seguono per il mio modo di essere o perché piacciono i contenuti che posto

«Sono orgoglioso di questo. Sono ancora giovane e so che devo crescere sotto tutti i punti di vista. Però pensare di essere considerato un esempio per i più giovani certamente mi rende molto felice. Ma è anche una responsabilità, una cosa da tenere bene a mente ogni giorno».

Ecco, la responsabilità e l'impegno: mi pare che siano temi centrali per te, una sorta di mantra.

«Bisogna affrontare le cose che ti capitano con determinazione e quello che chiamo lo «spirito del surfista»: se non riesci a cavalcare un'onda, sai che dopo ne arriva un'altra e allora bisogna farsi trovare pronti. Il calcio ha le stesse radici della vita: bisogna essere consapevoli delle proprie forze e continuare a lavorare per migliorarsi. Sempre».

tà, il Milan, e una generazione di potenziali tifosi che a volte fatica a capire il calcio.

Serve una strategia sul digitale per arrivare ai nuovi tifosi. Cosa ne pensi del lavoro che state facendo sulle diverse piattaforme?

«Il Milan è un grandissimo club con oltre 500 milioni di tifosi, il vero elemento fondamentale del calcio. Trovo giusto cercare di coinvolgere ed emozionare ciascuno di loro, sono felice di questo lavoro di contatto, e della crescita che stiamo facendo in questo senso. I canali digitali permettono ai nostri fan di sentirsi vicini alla squadra e ai propri calciatori preferiti, in ogni momento».

E quanto è importante avere un Leao che in campo trascina la squadra e fuori dal campo trascina i suoi coetanei con un esempio super positivo?

Emirates
FLY BETTER

«I social network? Per noi è normale mantenere rapporti reali e virtuali»

E le radici sono anche quelle della famiglia: «Mai dimenticare le tue origini» è il claim di Son Is Son, il tuo marchio di abbigliamento. Perché la scelta di questo nome?

«Per me la famiglia è la cosa più importante. Quello che faccio in campo voglio trasmetterlo a loro, voglio fare bene per loro. Il rapporto con mia mamma è speciale, ve l'ho già detto: chiama tutti i giorni per sapere come sto. Mio papà è una persona diversa, vuole che faccia le cose giuste. Sono molto legato, e con il primo stipendio ho comprato subito la casa per loro».

Con Cabral, tuo amico e calciatore della Lazio, leggo che condividi la passione per la trap. E anche qui non ti sei limitato ad ascoltare: hai fatto un tuo disco, «Beginning», in cui racconti appunto le tue origini.

«Mi piace molto rappare e penso che quando finirò la mia carriera di calciatore potrei fare quello, nella vita. Per ora è un passatempo e basta: faccio trap, ma parlo soprattutto della mia vita, dei sacrifici per arrivare fin qui. Pensieri che condivido anche con Cabral, una presenza fissa nella mia vita. Ecco, l'amicizia è un altro valore importantissimo, anche in quello che fai: nel calcio ho molti amici, nel Milan e anche in altre squadre. Questo crea gruppo, unità di intenti e anche di valori. E sono orgoglioso di essere in un club molto attento a temi di responsabilità sociale, che ha fatto tanto per promuovere l'equità, l'uguaglianza e l'inclusività attraverso gli esempi positivi dello sport».

Perché in arte sei Way 45, cosa significa?

«Tante persone me lo chiedono: 45 è il codice postale della mia regione in Portogallo, mentre Way è il cammino, quindi è un po' una connessione tra le mie origini e la strada che sto percorrendo. Il Barrio de Jamaica, dove sono nato, è tutto per me: è lì che ho cominciato a giocare, che ho la mia famiglia, i miei amici, le persone più importanti. È il mio cuore».

Leggo che ti piacciono i videogiochi: volevo chiederti un'opinione sugli eSports, da atleta di sport tradizionale e da appassionato.

«La PlayStation è sicuramente tra i miei hobby e durante il lockdown ho anche giocato un derby digitale contro un calciatore dell'Inter, un modo per stare vicini ai tifosi in un momento difficile della vita di tutti. E sicuramente gli eSports sono un trend in grande sviluppo e un mercato che può crescere ancora molto nei prossimi anni. Credo però che le emozioni che regala un evento come una partita di calcio reale, dal vivo, siano imparagonabili».

Credi che i social network siano di aiuto per la tua generazione a socializzare oppure rischiano di distrarre?

«Forse la differenza la vede più chi non è nativo digitale, per noi è normale mantenere rapporti reali e virtuali. L'utilizzo dei social network è anche di grande utilità, mi permettono di rimanere in contatto con la mia famiglia e i miei amici e vedere, anche se attraverso uno schermo, le per-

sone a cui voglio bene».

Ok, digitale è reale. Ma prova a spiegarci qual è la differenza tra giocare in uno stadio pieno come col Sassuolo, all'ultima di campionato, e invece vuoto o a metà come durante la pandemia.

«Il calcio senza tifosi è un'altra cosa, non c'è altro da aggiungere. Quest'anno a San Siro è venuto a sostenerci oltre un milione di persone totali, senza considerare quante volte in trasferta era come giocare in casa: a Reggio Emilia, nella gara decisiva, sembrava di essere a Milano. E poi la marea di gente che ci ha accolti al nostro ritorno in città e il giorno dopo nella parata col pullman scoperto. No, le sensazioni che si provano nella vita reale sono un'altra cosa!».

LOG

PER NON CADERE IN CONFUSIONE

Parlando di calcio e Trap è bene non cadere in confusione: uno è il mitico allenatore Giovanni Trapattoni, l'altra è una tipologia musicale nata a inizi 2000. Sottogenere hip hop, la Trap prende il nome dalle «trap house», luoghi abbandonati dove si ritrovano gli emarginati.

IL CAMPIONATO DI E-SERIE A

Iniziata in piena pandemia, nel 2021, la eSerie A è la competizione ufficiale di calcio giocato con i videogiochi, le serie blockbuster Fifa e Pes. La seconda stagione si è conclusa ad aprile e ha visto la vittoria del Torino nella finale contro il Venezia. Per informazioni: eserieatim.legaseriea.it.

IL CAMPIONE

Potenza fisica rapidità e sorrisi, il suo piedino magico in un gol su tre

Di lui colpiscono tre cose: il dribbling, il sorriso e il dribbling col sorriso. Osservatelo quando scatta sulla fascia sinistra, veloce come un centometrista ed elegante come un ballerino di tip tap: gli avversari lo rincorrono e lui, con il pallone incollato al piede, sorride sempre. È un ragazzo felice, Rafael Leao. Felice di giocare a calcio, felice di crescere, felice di vivere. Ventitré anni compiuti il 10 giugno, al Milan dal 2019, in questa stagione è definitivamente esploso: il suo contributo nella conquista dello scudetto numero 19 è stato decisivo. Non solo con i gol, ben 11, ma anche con gli assist, 10. Significa, molto semplicemente, che in un gol su tre del Milan c'è il suo piedino magico. La sua centralità ora è un'evidenza.

È come se finalmente Rafa avesse preso piena consapevolezza del proprio talento, mettendolo al servizio della squadra, dei compagni, del progetto. Questo gli mancava: aggiungere concretezza alla sua classe non comune ma spesso fine a sé stessa. Gran parte del merito è stata del suo allenatore, Stefano Pioli, che non gli ha mai risparmiato critiche quando negli anni passati la sua incostanza di rendimento stava diventando un limite evidente, quasi una maledizione. «Nonostante le difficoltà mi ha dato fiducia e mi ha schierato titolare — ha ammesso il portoghese in un'intervista —. È grazie a lui se sono diventato il giocatore attuale. Mi ha trasmesso la giusta mentalità perché è uno che mi ha spinto a credere sempre in me stesso. Mi diceva: Tu hai talento, ma ti manca la mentalità vincente. Se vuoi arrivare al livello di Mbappé e Ronaldo, devi fare la differenza tutte le partite, altrimenti sei un giocatore banale».

Altro che banale. Estro, fantasia, versatilità, potenza, rapidità: Leao ha tutte le qualità del calciatore moderno. E il bello è che può crescere ancora: se dentro l'area impara a essere più cattivo, più risoluto, più sintetico, può segnare di più, molto di più. Così giovane, ha già però fatto registrare un record per il calcio italiano: suo il gol più veloce della storia della serie A, in soli 6"76, datato 20 dicembre 2020. Si gioca-

LEAO

IL CALCIO NEI BARRIOS

Il «Barrio de Jamaica», dove è cresciuto Leao, fa parte dei quartieri più poveri della capitale portoghese, Lisbona, nella zona di Seixal dove sorge anche la scuola calcio del Benfica. Costellato da case popolari, il «Barrio de Jamaica» è abitato per lo più da popolazione di origine africana.

va a Reggio Emilia, contro il Sassuolo. Uno schema segreto studiato a tavolino da Pioli e il suo staff durante la settimana sui prati di Milanello: fischio d'inizio, palla a centrocampo, Calhanoglu parte dritto per dritto verso la porta avversaria, quindi serve Rafael che prende in controtempo tutta la difesa emiliana e batte il portiere Consigli. Un piccolo grande capolavoro di strategia collettiva e astuzia individuale, mutuato un po' dal basket e un po' dal football americano. «Progressive football» lo chiama l'a.d. Ivan Gazidis. Leao, moderno e antico allo stesso tempo, ne è la sintesi perfetta.

Acquistato per meno di 30 milioni, oggi vale una fortuna. Diciamo il triplo. Ha una clausola rescissoria da 150, il ricchissimo Real Madrid ci ha già messo gli occhi sopra e potrebbe sferrare l'attacco già quest'estate. I tifosi milanisti sono comprensibilmente preoccupati ed è normale: il ragazzo ha un contratto in scadenza fra due anni, 30 giugno 2024, e non c'è ancora l'intesa per allungarlo. Chi gli sta vicino assicura però che Rafael a Milano si trova bene, benissimo, e che ha capito che qui ha davvero tutto per continuare a crescere. Ambiente, affetto, spazi, serenità. È un ragazzo felice, Rafa. Perché è partito da lontano e sta arrivando in alto, sempre più in alto. Senza perdere il sorriso.

Carlos Passerini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sono 40 le piattaforme con cui la società parla ai propri tifosi e a 20 milioni di follower

di **FEDERICO CELLA**

Paolo Scaroni, presidente del Milan, aveva dato al *Corriere* la definizione migliore: «È stato lo scudetto dei professionisti». Quando si entra a Casa Milan — in uno dei cuori della nuova Milano, CityLife —, dove tutto è in rigoroso ed elegante rossonero (anche i soffitti), il clima che si respira è quello dell'azienda attenta a ogni dettaglio. Scordatevi il folklore da vecchie società padronali (in alcuni casi, tuttora presenti in Serie A), e anche il patinato berlusconiano. «Siamo una società di intrattenimento, i nostri competitor sono la Premier League inglese e la Nba



STUDIOS

Milan Media House, l'hub di produzione e distribuzione contenuti

in quella direzione», ci racconta Lamberto Siega, direttore responsabile degli Studios. Una vera fabbrica di contenuti che — in coordinamento con la direzione editoriale in capo a Pier Donato Vercellone, il chief communication officer del club — fa in modo che sul Milan non si spengano mai i riflettori. «Il mondo dell'intrattenimento va molto veloce, non c'è mai tempo per fare una pausa». Perché sempre più spesso, negli ultimi anni, il circolo virtuoso del tifoso gira al contrario. Non è più il «vecchio cuore rossonero» che felice della sua squadra compra la maglietta e decide di seguire il Milan su Instagram. È il «giovane cuore senza bandiera» che vede il discorso di

SOCIAL ALLA CLUB

americana, ma anche Netflix, Disney e i videogiochi». Al Milan si sta studiando il futuro del calcio italiano. L'arrivo nel 2018 del fondo Elliott — a cui dal primo giugno scorso è subentrato RedBird — ha messo in moto la macchina che nel febbraio 2021 ha visto la nascita degli Studios: una redazione di 40 persone tra giornalisti, montatori, creator e social media manager che vuole portare la società fondata nel 1899 a competere nel mercato globalizzato dell'attenzione.

«Coinvolgere i tifosi del futuro, attraverso nuove esperienze, è una delle priorità del processo di innovazione del club su cui stiamo puntando». Casper Stylsvig è chief revenue officer, ossia è quello che al Milan si occupa di soldi. E non a caso chiama quella nuova «la generazione degli highlights». «I ragazzi la partita intera non la vedono più, è impossibile, è troppo lunga per i loro canoni di velocità, per un multitasking che ormai è nei loro geni. Il calcio deve evolversi proprio come prodotto, dalla moda agli eSports, passando dalla musica e i nuovi social media, il marchio Milan guida le nuove tendenze». I giovani tifosi non si collegano al calcio nello stesso modo in cui lo facevamo noi. La partita ovviamente rimane al centro, i campioni anche: da lì inizia a espandersi il contorno. I social, Milan Tv, e poi le sfilate di moda a Parigi con le maglie ufficiali, le playlist su Spotify, i balletti su TikTok, le sfide nei campionati di eSports, anche la partita nel metaverso (Milan-Fiorentina dell'1 maggio è stata la prima al mondo, con il «nostro» Leao a esordire con il primo meta-gol).

«Il nostro lavoro quotidiano è chiederci cosa vorrà l'appassionato tra 10/15 anni e iniziare a lavorare



EVOLVERE PER MIGLIORARE

Il norvegese Casper Stylsvig è Chief revenue officer del Milan dal 2019. Prima aveva coperto lo stesso ruolo nel Fulham

I ragazzi non vedono più la partita intera, è troppo lunga per i loro canoni di velocità, per un multitasking che ormai è nei loro geni. Il calcio deve evolvere proprio come prodotto



IL PIU' VISTO SU INSTAGRAM

L'attaccante del Milan Zlatan Ibrahimovic. Il suo discorso post scudetto negli spogliatoi è tra i più visti su Instagram

Ibrahimovic negli spogliatoi — nel corso della settimana post scudetto, in assoluto il video più visto su Instagram —, segue una «storia» di Kessie in Africa, si fa catturare da una diretta Twitch con Diego Campagnani (il campione del Milan, votato miglior giocatore della scorsa eSerie A) e decide che quel mondo non più polveroso che da mezzo secolo stregha suo padre, piace anche a lui. E il Milan segna +1.

La competizione è su più livelli, non solo sportivi. E se sei un po' più piccolo — secondo Brand Finance il Milan (269 milioni, ma con un +76% è il club che cresce di più) non è neanche nella top 10 per valore nella classifica guidata dal Real Madrid (1,525 miliardi, +19%) — il segreto è la pianificazione. Sono 40 le piattaforme con cui il Milan parla ai propri tifosi: 12,5 milioni di follower su Instagram, 1,2 milioni su YouTube, 6 milioni su TikTok. Tutti con trasmissioni dedicate e in lingua.

È quello che negli Studios chiamano «il vantaggio dell'ultimo arrivato». Nessun riferimento alla classifica ma ai ritardi del calcio italiano. «Rispetto alla Liga o alla Premier eravamo indietro anni, abbiamo dunque iniziato tardi ma con le idee molto chiare». Se dunque alcuni top club europei si ritrovano spesso con 3 telecamere di proprietà a bordo campo — per il canale tv tradizionale, per i social e per l'app —, l'esperienza insegna all'ultimo come ottimizzare. Grazie anche alla collaborazione con quelli che sono i rivali sul campo, le altre squadre europee. «In partita ce la giochiamo fino all'ultimo respiro, ma fuori il calcio collabora per tenersi ai vertici». Perché, come detto, i veri «nemici» per il titolo questa volta sono altri.

1,4 milioni

I follower guadagnati sulle diverse piattaforme nei 5 giorni successivi alla vittoria dello scudetto (21-25 maggio). Con +900 mila utenti, TikTok è il social che ha registrato la crescita maggiore

1,1 milioni

I follower del Milan su Youtube, con il +43,06% di views nella stagione 2021-2022 rispetto alla precedente

6 milioni

I follower su TikTok. L'incremento dall'inizio dell'ultima stagione è stato del 281,25%

23 milioni

Sono le views registrate dal video del discorso motivazionale di Ibrahimovic negli spogliatoi dopo la vittoria dei rossoneri con il Sassuolo. Con 11 milioni di visualizzazioni solo su Instagram, la clip è stata la più vista a livello mondiale sulla piattaforma social per una settimana

Il numero dei contenuti prodotti con l'hashtag #AlwaysWithYou, creato in occasione della vittoria dello scudetto, e le visualizzazioni registrate sui social e sulle piattaforme cinesi

