

Nel Football Manager che vorrei, regen a cinque stelle e 666

Football Manager è più di un normale gestionale calcistico. È parte della vita di ogni allenatore virtuale che si rispetti, talmente tanto da costringerci a compiere azioni che “normalmente” non nessuno farebbe: basta chiedere a [chi ha affrontato una stagione con la Lazio](#) mentre la moglie era in travaglio, per esempio; oppure al conteggio delle mie ore passate su *FM* dal 2012 a oggi, più di 5000 giri d’orologio passati a imprecare contro i movimenti sbagliati dei miei difensori o a esultare per una promozione in Serie A col Palermo ottenuta sul filo di lana.

Insomma, come diceva **Robbie Williams**, «è la cosa migliore che abbia giocato in vita mia», ma è sempre così? I forum, d'altronde, traboccano di suggerimenti degli appassionati diretti agli sviluppatori di **Sports Interactive**. Quindi, da buon fan, mi unisco a loro: ecco cinque cose che vorrei su **Football Manager 2020**.

#1: più elementi ruolistici

“Ma **Football Manager** è un manageriale, mica un GDR” direte voi. Eppure **Miles Jacobson**, head director di **Sports Interactive**, intervistato da PC Gamer, ha detto «è uno strategico, ma anche un GDR. Ha più personaggi non giocatori (o NPC) di qualsiasi altro gioco di ruolo al mondo, permettendo di creare una storia unica, completamente diversa da giocatore a giocatore». Proprio perché *FM* è una simulazione con elementi ruolistici, c’è bisogno di sentire la crescita del nostro allenatore virtuale. Per questo vorrei che in **FM 2020** si potessero finalmente allenare le **giovanili** dei club, magari delle serie inferiori, non avendo requisiti particolarmente alti, imitando in qualche modo il percorso di alcuni ex calciatori, poi diventati allenatori, come **Fabio Grosso**, passato dalla primavera della **Juventus** all’**Hellas Verona**.

E a proposito degli elementi GDR, sarebbe molto apprezzato un intervento mirato allo **stipendio** che percepiamo durante la stagione, cosa che, al momento, è praticamente inutile. Perché non stimolare l’aspetto ruolistico del gioco, usando proprio i soldi che riceve il nostro allenatore virtuale, nel **miglioramento delle skill** tramite vari corsi da frequentare, seguendo il modello dei patentini? E a proposito di quest’ultimi, sarebbe ancora più intrigante vedere la nostra reputazione crescere in base ai risultati ottenuti durante le stagioni, rispetto ai patentini ottenuti. Non vedo perché un allenatore senza patentino che vince un campionato di Prima Categoria debba valere meno di qualcuno più qualificato, ma reduce da un esonero o da una retrocessione. D'altronde, **Maurizio Sarri** è partito proprio ottenendo promozioni nei campionati inferiori, per poi compiere la scalata che lo ha portato ad allenare il **Chelsea**...



#2: Sui giovani d'oggi non ci scatarro su

I cosiddetti **newgen** (o **regen**), ovvero i giovani creati dal gioco che, in un periodo della stagione, arrivano nel nostro settore giovanile. Amati da molti, odiati da alcuni, un buon lavoro di scouting può permetterci di scovare quel **regen** dalle potenzialità incredibili e che potrebbe migliorare, grazie alla mano dello staff e al *tutoring* di qualche giocatore più esperto. Purtroppo, i giovani soffrono di un problema atavico della serie, dovuto al loro mercato: molte volte, quando finalmente si trova quel giovane dall'abilità potenziale da almeno quattro stelle su cinque, e si cerca di acquistarlo, la squadra detentrici del cartellino "spara" **pretese impossibili** (per esempio, 50 milioni per un giocatore che al momento vale 300.000€). Se questo modus operandi è plausibile per un giocatore ritenuto fulcro di una squadra (citando un esempio di qualche anno fa, i 100 milioni di euro richiesti da **Urbano Cairo** per **Andrea Belotti** del **Torino**), trovo francamente insensato un salto così alto per un giovane che potrebbe avere sì grandi potenzialità, ma difficilmente usciranno fuori da una squadra dalle caratteristiche inferiori rispetto una squadra di mezza classifica in **Serie A**. D'altronde, nella scorsa sessione estiva di mercato, l'**Empoli** ha acquistato il cartellino di **Antonino La Gumina** dal **Palermo** per nove milioni...

A parte il folle mercato dei **regen**, trovo che sia più realistico veder arrivare nuovi giocatori nelle giovanili già dall'inizio della stagione, rispetto ai **regen** apparsi in Italia nel mese di marzo, quando la stagione calcistica si avvia alla conclusione. Chissà, magari potremmo trovarci in casa un potenziale exploit come **Cutrone** da inserire piano piano nelle gerarchie della squadra già dalla preparazione estiva.

#3: «stai zitto lo dici a tuo fratello»

Diciamoci la verità: le conferenze stampa su **Football Manager** sono sempre la solita solfa, noiose e ripetitive. Molti giocatori infatti, preferiscono affidarle al proprio allenatore in seconda e a questo punto: perché non inserire un po' di "pepe"? Magari sempre affidandoci all'elemento ruolistico? Nel profilo del nostro allenatore troviamo la nostra reputazione dettata dai colleghi. Perché non inserire anche giornalisti e opinionisti al novero? Magari non è tanto di costume in **Inghilterra** come da noi (basti pensare alla lite **Varriale-Zenga** o alla recente querelle tra **Adani** e **Allegri**), però potrebbe dare quel quid in più che manca a *FM*. Volendo, si potrebbero sfruttare i dissapori contro i giornalisti di settore (o alcune fonti velenose nei nostri confronti) per indurre un **silenzio stampa** da parte della nostra società, atta a proteggere non solo noi, ma anche la squadra e il suo morale.



#4: Un po' di comodità in più...

Football Manager è un gioco a cadenza annuale, come molti altri del genere: mi viene da pensare, per esempio, a **Out of the Park Baseball**. *OOTP*, così come *FM*, condivide l'immensa mole di dati e l'attenzione per il lato manageriale del cosiddetto diamante. Ma il titolo di **Out of the Park Developments** ha un vantaggio: la possibilità di migrare i salvataggi dal titolo precedente a quella nuova. Trovo assurdo che un titolo molto venduto come il manageriale di **Sports Interactive** non abbia questa comodità in più che sicuramente sarebbe gradita dai fan. Anche perché, affrontare una carriera lunga magari una dozzina d'anni, per poi essere costretto a ricominciare tutto da zero è,

francamente, fastidioso. E credo anche che una scelta del genere aiuterebbe molti modder della scena, come **Claassen**, a non dover ricompilare una mole assurda di dati solamente per modificare qualche promozione o retrocessione.

#5: Un mondo migliore

A proposito di spunti da prendere da altri titoli, porto come esempio **Motorsport Manager** di **Playsport Games** e distribuito da **SEGA**, proprio come *FM*: una delle cose che più apprezzo di questo manageriale motoristico è la possibilità di **votare il regolamento della stagione successiva**, rendendo così il mondo di gioco più dinamico, aggiungendo un po' di strategia in più, se pensiamo alla nostra scuderia. Tutto ciò potrebbe (e dovrebbe) essere applicabile anche su **Football Manager**, visto che il mondo del calcio è in costante evoluzione: è un po' strano vedere la **VAR** disponibile in game nelle sole **Serie A**, **Bundesliga** e **Liga** quando, nella realtà, viene decisa l'introduzione della tecnologia a partire dagli ottavi di **Champions League** o nei prossimi playoff e play-out di **Serie B**. Ma a parte l'applicazione di **VAR** e **Goal Line Technology**, sarebbe interessante vedere dei punti di penalizzazione in classifica dati dal gioco, senza dover intervenire obbligatoriamente nell'editor esterno: basta vedere l'ingarbugliata situazione della **Serie B** degli ultimi anni per avere un esempio. Per quanto sia una situazione complicata, il tutto darebbe quel tocco di realismo del quale **Football Manager** s'è sempre fatto alfiere. D'altronde, se viene simulata la **brexit** nel gioco, non vedo perché non si possa applicare lo stesso ragionamento anche per ciò che riguarda direttamente il mondo del calcio.

[Calcio e videogiochi: un legame radicato nel tempo](#)

Negli ultimi anni il fenomeno degli **eSport** ha dimostrato quanto sia forte il legame tra il mondo dei videogiochi e quello dello sport, soprattutto se consideriamo il formarsi di squadre e leghe professionistiche, come la **Overwatch League** o il tesseramento di molti pro player da parte delle squadre di calcio, com'è successo in Italia con **Mattia "Lonewolf92" Guarracino** tesserato dalla **Sampdoria**.

In realtà, questi due mondi avevano già molte cose in comune, già a partire dalla metà degli anni '80: stiamo parlando delle sponsorizzazioni di vari publisher e sviluppatori sulle maglie di molte squadre di calcio dal blasone nazionale e internazionale. In questo numero di **EVOL** faremo un excursus storico su questo tema.



Partiamo dagli inizi: dobbiamo la palma di pionieri del genere alla **Commodore**, allora tra i leader del settore videoludico. Dal 1988 fino al '92/'93, l'azienda fondata da **Jack Tramiel** è apparsa sulle maglie del **Chelsea**: i tempi dei petrodollari di **Roman Abramovich** e del tatticismo di **Maurizio Sarri** erano ancora lontani, visto che la squadra londinese retrocesse in Second Division (la attuale Championship) alla fine della stagione '87/'89, salvo poi ritornare in First Division (ora Premier League) dopo un anno per poi veleggiare in zone di metà classifica. Nella stagione '93/'94 vi fu una piccola sostituzione: da **Commodore** si passò ad **Amiga**, però senza cambiare risultati, visto che la squadra allora allenata da Glenn Hoddle finì la stagione al quattordicesimo posto, perdendo inoltre la finale di **FA Cup** contro il **Manchester United**.

Commodore nel frattempo finì anche sulle maglie del **Bayern Monaco** in Germania dal 1984 fino al 1989, ottenendo risultati decisamente migliori rispetto ai blues, visto che i bavaresi vinsero ben quattro scudetti, una coppa e una supercoppa di Germania. Risultati analoghi anche in **Francia**, visto che il **Paris Saint Germain**, dal 1991 al 1995, vinse due coppe di Francia, una coppa di lega e un campionato nazionale.

Passiamo a **Sega**, che cominciò a sponsorizzarsi in casa con il **JEF United**, squadra di Ichihara che dal 1992 al 1996 ottenne solamente dei risultati da mezza classifica. Ben più celebre, invece, l'operazione di marketing che portò **Arsenal**, **Deportivo La Coruña**, **Saint-Etienne** e **Sampdoria** ad avere il logo di **Sega Dreamcast** sulle maglie. Fu un'operazione che per molti decretò il flop dell'ultima console della casa giapponese, anche a causa del costoso accordo con i "gunners". Alla fine, solamente la squadra allenata ai tempi da **Arsene Wenger** ottenne dei buoni risultati nel triennio che va dal 1999 al 2002, con un Charity Shield (oggi Community Shield), una FA Cup e un campionato vinto. La **Sampdoria** finì quinta in Serie B per le due stagioni (1999-2002), mentre la singola stagione (2001) della console **Sega** sulle maglie della squadra francese e spagnola non regalarono molte gioie, visto che il **Deportivo** arrivò secondo e staccato di sette punti dal **Real Madrid** e, il **Saint-Etienne**, addirittura retrocesse in Ligue 2.

Curiosamente, **Sega** aveva già avuto legami con il calcio nel nostro paese, con le indimenticabili pubblicità di **Master System II**, **Game Gear** e **Mega Drive** con protagonisti **Walter Zenga**, **Gianluigi Lentini** e l'attuale CT della nazionale italiana **Roberto Mancini**, allora stella della

Sampdoria campione d'Italia nel 1991.



Dopo **Sega** è il turno di **Nintendo**: l'associazione più nota è quella con la **Fiorentina** dal 1997 fino al 1999, anni dove i viola finirono nella parte alta della classifica andando a un passo dallo scudetto nel 1998 (alla fine ottennero un terzo posto), sfumato per il grave infortunio ai danni di **Gabriel Omar Batistuta**, capitano e stella della squadra. Ben prima invece, nella stagione 1992-1993 il **Siviglia** di **Diego Armando Maradona**, sponsorizzato dal **Super Nintendo**, concluse la stagione al dodicesimo posto. Invece, in madrepatria, l'azienda di Kyoto detiene il 16,6% della proprietà del **Kyoto Sanga FC**, squadra che vivacchia in seconda divisione e che ha avuto il suo piccolo momento di gloria nel 2002, con la vittoria della Coppa dell'Imperatore.

Storia travagliata, invece, per quanto riguarda **Atari**: se gli appassionati si ricorderanno della maglia del **Lione** dal 1999 al 2001 con i loghi dell'azienda, oltre che di **Infogrames**, e capace di vincere una coppa di lega francese, pochi sapranno che la compagnia fondata da **Nolan Bushnell** e **Ted Dabney** era coinvolta, sotto l'agglomerato di aziende della **Warner Corporations**, in una importante fetta dei **New York Cosmos** e della **North American Soccer League**. All'epoca il calcio statunitense era fortemente amatoriale, ma grazie alla mostruosa disponibilità economica derivante dal gruppo **Warner**, i Cosmos riuscirono ad acquistare **Pelè**, probabilmente il più forte calciatore di tutti i tempi. La compagine della grande mela riuscì a vincere ben tre campionati dal 1977 al 1980, non solo grazie all'apporto di "o rey", ma anche con l'arrivo di vecchie glorie sulla via del ritiro, come **Franz Beckenbauer** o la leggenda della **Lazio**, **Giorgio Chinaglia**. Purtroppo la **NASL**, l'allora campionato di calcio nordamericano, cessò di esistere nel 1984, con squadre soffocate da debiti e con sponsor sull'orlo del fallimento: tra di esse vi era proprio **Atari**, [reduce dal flop commerciale del tie-in di E.T.](#) che, non solo causò il celebre crash dei videogiochi, ma anche il fallimento sia dei **New York Cosmos**, che della **NASL** stessa.



L'unica big che manca al riassunto è **Sony**: pur essendo conosciuta anche per il marketing rivoluzionario e al passo con i tempi, l'azienda giapponese ha solamente sfruttato il marchio **PlayStation** per sponsorizzare l'**Auxerre**, squadra francese che milita attualmente in Ligue 2 e che, dal 1999 al 2006 ha solamente vinto due coppe di Francia. Ben più nota invece, la sponsorizzazione dell'azienda madre sulle maglie della **Juventus** dal 1995 fino al 1998, anni dove la "vecchia signora" vinse due scudetti, due supercoppe italiane, una supercoppa UEFA, una coppa intercontinentale e la Champions League del 1996, vinta contro l'**Ajax**.

Concludiamo con un rapido excursus riguardanti altre compagnie: **Capcom** sulle maglie del **Cerezo Osaka** dal 1994 al 1996, **Konami** su quella dei **Tokyo Verdy** dal 1999 al 2001, la brevissima parentesi natalizia di **Pro Evolution Soccer 2009** con la **Lazio**, il rivale **FIFA** con lo **Swindon Town** dal 2011 al 2014, **Football Manager** sponsor del **Watford** nella stagione 2012-2013, **Ocean Software** che sponsorizza **Jurassic Park** nelle maglie dell'**FC Martigues** nel 1993 e la partnership tra **Eidos** e il **Manchester City** dal 1999 al 2002.



E attualmente? Le uniche presenze videoludiche nel calcio attuale sono limitate solamente a due squadre: una è l'[AFC Wimbledon](#), squadra di League One inglese (il corrispettivo della nostra Lega Pro, per intenderci) che, dal 2002 a oggi viene sponsorizzata da **Football Manager**, venendo pure usata nelle immagini dimostrative del popolare manageriale calcistico di **Sports Interactive**. L'altra squadra ad avere forti legami col settore videoludico sono i **Seattle Sounders** della **Major League Soccer** americana, sponsorizzati da **Microsoft**: nel 2009-2010 con il logo di **Xbox Live** e dall'anno successivo semplicemente dalla console di casa Redmond. I **Sounders** vantano nel loro palmares una vittoria della **MLS** nel 2016 e una U.S. Open Cup nel 2014.

La storia ci insegna che il calcio, ma anche molti altri sport (su tutti il wrestling, e cito due nomi: **Xavier Woods** e **Kenny Omega**, quest'ultimo addirittura [nei panni di Cody in un trailer per Street Fighter V](#)) hanno un legame fortissimo con i videogiochi, e il recente interessamento del CIO per gli **eSport** ha radice ben più profonde del semplice interesse economico.