

From propaganda posters in the 1950-1980s to the Beijing 2008 Olympics and beyond, sport has been used in China as a tool for propaganda and soft power, both domestically and internationally. This contribution focuses on football in the era of Xi Jinping's "football dream" in order to discuss how the game is conceived and used by the Chinese leadership as a vehicle for external soft power. It does so by analysing the institutional discourse on the subject and recent cases of investment by Chinese companies in European football.

Vi è generale consenso in letteratura nel ritenere che, dall'epoca di Mao Zedong fino alle Olimpiadi di Pechino del 2008 e oltre, la leadership della Repubblica Popolare Cinese abbia saputo utilizzare lo sport come strumento di propaganda e *soft power* sia verso l'interno, promuovendo sentimenti patriottici e alimentando il consenso nei confronti del Partito comunista e del suo progetto politico, sia verso l'esterno, promuovendo l'immagine di una nazione forte e moderna degna di legittimazione internazionale.¹

Per quanto riguarda l'esercizio del *soft power* interno (*neibu ruan shili* 内部软实力) - concettualmente distinto, nella teorizzazione cinese, dalla sua versione esterna (*waibu ruan shili* 外部软实力)² - i media sono stati tra i veicoli privilegiati per diffondere una narrazione della prestanza atletica e dei successi sportivi del paese quali manifestazioni della grandezza della nazione e motivi di orgoglio patriottico. Ciò vale sia per i media tradizionali, inclusi strumenti di mobilitazione politica quali cinema e manifesti di propaganda in voga tra gli anni Cinquanta e gli anni Ottanta,³ sia per i nuovi media.

In epoca più recente, anche il progetto di riforma e sviluppo del calcio cinese promosso dall'attuale segretario generale del partito Xi Jinping durante il suo primo mandato (2012-2017) è stato utilizzato come strumento di *soft power* interno, al

fine di alimentare sentimenti patriottici e consenso politico.⁴ Obiettivo di questo contributo, che prende in esame il discorso istituzionale sul calcio e alcuni casi di investimento cinese nel calcio europeo, è discutere se e come tale sport sia oggi concepito e utilizzato dalla leadership cinese anche come strumento di *soft power* esterno.

Il discorso istituzionale sulla riforma del calcio

Dal suo arrivo ai vertici del Pcc, Xi Jinping ha collocato anche lo sviluppo del calcio in cima all'agenda politica del paese, promuovendo un piano volto a trasformare la Cina in una potenza globale di questo sport. In diverse occasioni, come all'inaugurazione dei Giochi nazionali del 2017 a Nanjing,⁵ Xi ha collegato discorsivamente tale aspirazione al "sogno cinese" (*Zhongguo meng* 中国梦), espressione da lui stesso coniata che mira alla "grande rinascita della nazione cinese" (*Zhonghua minzu weida fuxing* 中华民族伟大复兴) come potenza globale, non soltanto sul piano economico, militare e politico (*hard power*), ma anche sul piano dell'influenza culturale (*soft power*) e dell'esercizio di un "potere discorsivo" (*huayu quan* 话语权) del paese su scala internazionale.⁶

Il legame diretto tra riforma del calcio e *soft power* (interno ed esterno) affonda le radici nelle teorizzazioni cinesi che vedono nell'industria culturale uno dei centri vitali da cui si irradiano le politiche di *soft power*.⁷ Tale nesso è stato esplicitato da diversi esponenti della classe dirigente e in diversi documenti ufficiali. Nel 2009, per esempio, la signora Liu Yandong, membro del Politburo e capo del Gruppo per la guida della riforma del calcio del Pcc, affermò che elevare il profilo del calcio cinese è fondamentale per trasformare il paese in una potenza globale dello sport e per accrescerne il *soft power* di conseguenza.⁸



In ambito sportivo, la Cina può far sentire la propria voce grazie ai successi ottenuti sul terreno olimpico, ma solo risultati importanti nel calcio, lo sport più popolare e redditizio al mondo, potranno far compiere un salto di qualità all'immagine del paese. I problemi da affrontare, tuttavia, sono imponenti: la più alta divisione del campionato cinese, la Superlega (*Zhongguo zuqiu xiehui chaoji liansai* 中国足球协会超级联赛), è afflitta da endemica corruzione e da un livello di gioco mediocre, mentre la nazionale maschile, che dopo il 2002 non è più riuscita a partecipare ai Mondiali, è relegata ai livelli inferiori del ranking della Fédération Internationale de Football Association (FIFA).⁹

Nascono da qui i “tre desideri” (*san da yuanwang* 三大愿望) per il calcio cinese espressi da Xi Jinping durante una visita ufficiale in Corea del sud nel 2011: qualificarsi ai Mondiali, ospitare i Mondiali e vincere i Mondiali.¹⁰ Documenti come il “Piano generale per lo sviluppo e la riforma del calcio cinese” (*Zhongguo zuqiu gaige fazhan zongti fang'an* 中国足球改革发展总体方案) del 2015¹¹ e il “Piano di sviluppo del calcio cinese nel medio e lungo periodo (2016-2050)” (*Zhongguo zuqiu zhongchangqi fazhan guihua* 中国足球中长期发展规划 2016-2050年) del 2016¹² mostrano la determinazione delle istituzioni nel perseguire il sogno di Xi: un sogno fondato su un intreccio di motivazioni sportive, economiche e politiche.


Per far emergere la Cina nel calcio è necessario innanzi tutto diffonderne la pratica a livello amatoriale, coltivando talenti nazionali. A questo puntano le misure per farne una materia obbligatoria nelle scuole e per costruire decine di migliaia di nuovi campi da gioco. In parallelo, in ambito professionale, l'acquisizione di club internazionali e l'importazione di giocatori e allenatori stranieri, in gran parte europei, ha l'obiettivo

di fornire alla Cina il *know-how* che le manca.¹³

Dal punto di vista economico, la riforma del calcio cinese risponde al bisogno di promuovere nuove industrie su cui appoggiarsi nel contesto economico della “nuova normalità” (*xin changtai* 新常态)¹⁴ e della transizione verso un'economia incentrata su innovazione, cultura e servizi. Come indicato nei “Punti chiave del piano nazionale di riforma e sviluppo culturale durante il XIII Piano quinquennale” (*Zhongguo “shisanwu” shiqi wenhua fazhan gaige guihua gangyao* 国家 “十三五”时期文化发展改革规划纲要) del 2017, l'industria culturale deve essere uno dei pilastri dello sviluppo del paese. Un incoraggiamento per aziende e squadre cinesi a investire energicamente nel calcio, sia dentro che fuori dal paese.¹⁵

A livello politico, il citato “Piano generale” del 2015 si concentra soprattutto sull'aspetto del *soft power* interno. La sezione 8 del documento afferma che la nazionale cinese deve “rafforzare l'orgoglio nazionale” (*zengqiang guojia rongyu gan* 增强国家荣誉感) “stimolando l'entusiasmo negli adolescenti” (*jifa qingshaonian reqing* 激发青少年热情). Anche il “Piano di sviluppo del calcio cinese nel medio e lungo periodo (2016-2050)” riconosce l'utilità di questo sport per l'esercizio del *soft power* interno, perché sviluppare il calcio potrà “elevare la coesione e il senso di orgoglio della nazione cinese” (*tisheng Zhonghua minzu de ningjuli he zibao gan* 提升中华民族的凝聚力和自豪感) e “delineare il progetto della grande rinascita della nazione cinese” (*huijiu minzu weida fuxing de lantu* 绘就民族伟大复兴的蓝图).

Tale Piano contiene però anche riferimenti alle ricadute sul *soft power* esterno. Nella sezione dedicata agli obiettivi di medio termine (2021-2030), il documento invita a lavorare per far sì che l'impatto del calcio cinese nel mondo cresca fino a raggiungere quello delle squadre più forti,



per permettere alla Cina di migliorare ulteriormente la sua “immagine di potenza sportiva” (*tiyu daguo xingxiang* 体育大国形象) a livello internazionale.

Il soft power del calcio cinese in Europa

Il panorama delle acquisizioni cinesi nel calcio europeo è ampio e fluido, ma appare importante rilevare come, dopo l'imponente campagna di acquisti degli anni tra il 2015 e il 2017, si stia ora registrando in Europa un movimento contrario, diretta conseguenza di specifiche misure governative. Il calo del sostegno istituzionale nei confronti del fenomeno è iniziato con l'approvazione, da parte della Lega calcio cinese nell'estate del 2017, di un regolamento volto a scoraggiare l'importazione di giocatori dai campionati europei e asiatici, con il doppio obiettivo di frenare la fuga di capitali all'estero e di favorire la crescita di talenti locali.¹⁶

Dall'inizio del 2018 sono stati cinque i club europei da cui i cinesi hanno ritirato la propria partecipazione, tra cui l'AC Milan, dopo un solo anno trascorso nelle mani del poco trasparente Li Yonghong.¹⁷ Ad agosto 2018 erano così scesi a 21 i club del continente a parziale o totale partecipazione cinese.¹⁸ Uno di quelli abbandonati era stato oggetto del primo investimento cinese in una squadra europea di massimo livello: lo spagnolo Club Atlético de Madrid, di cui il gruppo Dalian Wanda aveva acquisito il 20 per cento a gennaio 2015. Molti altri accordi erano stati conclusi nei mesi successivi tra aziende cinesi e club europei: dalle inglesi Wolverhampton e West Brom Albion, acquisite al 100 per cento come Real Oviedo (Spagna) e Football Club Sochaux-Montbéliard (Francia), alle italiane FC Internazionale (di seguito: Inter), acquisita al 70 per cento, e Parma Calcio (60 per cento).¹⁹

Nonostante la frenata agli investi-

menti in Europa, l'interesse cinese per il calcio mondiale non si è spento, dando seguito in altri modi alle ambizioni espresse dalle istituzioni.

Se le vette delle classifiche internazionali sono ancora lontane, la Cina sta scalando con successo gli organismi di *governance* del calcio, attuando una strategia di acquisizione di influenza nei consessi mondiali che contano. Tale strategia non trova menzione esplicita né nei principali documenti programmatici, né nei numerosi studi che, in Cina, si sono occupati della riforma del calcio in anni recenti.²⁰ Diversi avvenimenti, tuttavia, suggeriscono l'esistenza di un piano coerente orientato in questa direzione che si dispiega a livello istituzionale, organizzativo e finanziario.

Sul fronte istituzionale, la Cina sta tessendo la sua tela ai piani più alti. Nel 2017, per esempio, il segretario generale della Federcalcio cinese Zhang Jian è entrato a far parte del Consiglio della FIFA, l'organismo esecutivo della federazione, compiendo un passo significativo verso la realizzazione degli obiettivi cinesi di influenza sullo sport.²¹

In ambito organizzativo, gruppi cinesi si sono resi protagonisti di iniziative di rilievo, come Wanda che, nel 2016, ha lanciato la China Cup, una nuova competizione calcistica sostenuta dalla federazione internazionale. Alibaba, invece, attraverso la sponsorizzazione della Coppa del mondo per club (il “mondiale” delle squadre più forti in ogni continente), sta spingendo la FIFA a considerare la ristrutturazione di questa competizione, importante per la Cina perché squadre cinesi come Evergrande Guangzhou vi hanno in passato ottenuto risultati importanti.²²

È a livello finanziario, però, che emerge forse con la massima chiarezza il legame tra calcio e *soft power* esterno. Gli investimenti cinesi non hanno riguardato soltanto l'acquisto di giocatori e di quote

di club internazionali, ma anche sponsorship, controllo di società di gestione dei diritti televisivi calcistici, e acquisizioni di società di gestione di servizi collegati. Il gruppo Wanda, per esempio, è da tempo partner della FIFA e nel 2018 ha rivestito un ruolo di prim'ordine sponsorizzando i Mondiali di Russia attraverso Sunseeker, azienda del gruppo. Fa capo a Wanda anche Infront Sports & Media, società di gestione di contenuti sportivi da tempo provider per la FIFA. La federazione ha inoltre accolto sponsorizzazioni sostanziose da altri gruppi cinesi come Hisense, Vivo e Mengniu.²³

Il discorso mediatico su calcio e soft power esterno

Nel discorso mediatico cinese simili investimenti, sebbene fatti da privati formalmente slegati dalla politica, vengono spesso presentati come contributi al *soft power* esterno del paese, alimentando così ulteriormente la loro ricaduta in termini di *soft power* interno.

Il caso dell'Inter è emblematico di tale fenomeno. All'indomani della firma di acquisizione del club da parte di Suning il 6 giugno 2016, diversi commentatori cinesi evidenziarono, sulla stampa locale, i benefici commerciali impliciti per il gruppo, come la diffusione del suo marchio in Italia ed Europa.²⁴ La futura fama europea di Suning viene interpretata in tali testi come una risorsa per l'intero sistema-Cina e come un segno del "potere nazionale" (*guoli* 国力) cinese nel mondo, vale a dire come risorsa di *soft power* esterno.

In modo analogo, l'acquisizione dell'Inter, conclusa dal gruppo cinese in totale autonomia, viene presentata come uno strumento di potere discorsivo nazionale nel calcio mondiale: per il periodico sportivo *Titan Zhoubao* (体坛周报), per esempio, una squadra a guida cinese può chiedere di "organizzare [le partite] nel *prime time* [cinese], per soddisfare l'au-

dience cinese" (*anpai zai zhoumo huangjin shiduan, manzu Zhongguo guanzhong* 安排在周末黄金时段, 满足中国观众), una novità che per l'autore costituisce un'espressione del *soft power* nazionale.²⁵

Da un lato, casi come quello dell'Inter mostrano come in Cina il discorso istituzionale sul calcio trovi eco nel discorso mediatico, rendendo evidente l'esistenza di un obiettivo politico alla base delle operazioni nel settore. Dall'altro lato, offrono una utile chiave di lettura che consente di collegare iniziative simili agli obiettivi di *soft power* esterno annunciati nel discorso istituzionale sul tema.

Bibliografia

- Bellinazzo, Marco, *I veri padroni del calcio*, Milano, Feltrinelli, 2017.
- Brady, Anne-Marie, "The Beijing Olympics as a campaign of mass distraction", *The China Quarterly* 197 (2009), pp. 1-24.
- Brownell, Susan, *Training the Body for China*, Chicago, University of Chicago Press, 1995.
- Chadwick, Simon, "Is China on a collision course with football governing body?", in J. Sullivan (ed.), *China's Football Dream*, China Soccer Observatory, University of Nottingham, 2018, pp. 49-52.
- Liu, Qing 刘庆 – Wang, Litao 王利涛, "Jin nian guo nei ruan shili liang lilun yanjiu zongshu 近年国内软实力理论研究报告综述", *Jiangnan Shehui Xueyuan Xuebao* 江南社会学院学报, 6, 2 (2007), pp.14-23.
- Lupano, Emma, "Il Sogno cinese del pallone. Da 购买力 a 国力 nel caso Inter-Suning", in C. Bulfoni, Z. Jin, E. Lupano, B. Mottura (a cura di), *Wenxin. Scritti in onore di Alessandra Cristina Lavagnino*, Milano, FrancoAngeli, 2017, pp. 562-576.
- Tan, Tien-Chin – Huang, Hsien-Che – Bairner, Alan – Chen, Yu-Wen, "Xi Jinping World Cup Dreams: From a Major

Sports Country to a World Sports Power”, *The International Journal of History of Sport*, 33 (2016), pp. 1449-1465.

Zhou, Guiyin 周桂银 – Yan, Xue 严雷, “Cong ruan sheli lilun kan Meiguo baquan diwei de bianhua 从软实力理论看美国霸权地位的变化”, *Jiefangjun Guoji Guanxi Xueyuan Xuebao* 解放军国际关系学院学报, 1 (2005).

Note

¹ Anne-Marie Brady, “The Beijing Olympics as a campaign of mass distraction”, *The China Quarterly* 197 (2009), pp. 1-24; Susan Brownell, *Training the Body for China* (Chicago, University of Chicago Press, 1995).

² Zhou Guiyin 周桂银, Yan Xue 严雷, “Cong ruan shili lilun kan Meiguo baquan diwei de bianhua 从软实力理论看美国霸权地位的变化”, *Jiefangjun Guoji Guanxi Xueyuan Xuebao* 解放军国际关系学院学报, 1 (2005); Liu Qing 刘庆, Wang Litao 王利涛, “Jin nian guo nei ruan shili liang lilun yanjiu zongshu 近年国内软力量理论研究综述”, *Jiangnan Shehui Xueyuan Xuebao* 江南社会学院学报, 6, 2 (2007), pp. 14-23.

³ Emma Lupano, “Gli slogan sullo sport nei manifesti di propaganda in Cina. Il caso della mostra From Mao to Now”, in C. Bulfoni, E. Lupano, B. Mottura (a cura di), *Sguardi sulla Cina* (Milano, LED, 2017), pp. 51-70.

⁴ Emma Lupano, “Acquisition of consensus and display of national power: Chinese soccer narratives”, In J. A. Mangan, P. Horton (eds.), *Soft power, Soccer, Supremacy: The Chinese Dream* (Oxford, Peter Lang, in corso di stampa).

⁵ Lin Kongshi 林孔仕, “Xi Jinping: Tiyu qianguo meng yu Zhongguo meng xixi xiangguan 习近平: 体育强国梦与中国梦息息相关”, *Zhongwen Wang* 中文网 (28/08/2017).

⁶ Tien-Chin Tan, Hsien-Che Huang, Alan Bairner, Yu-Wen Chen, “Xi Jinping World Cup Dreams: From a Major Sports Country to a World Sports Power”, *The International Journal of History of Sport*, 33 (2016), pp. 1449-1465.

⁷ Natalia Riva, “La Cultura come risorsa di soft

power e industria pilastro dell’economia cinese”, *Mondo cinese*, 161 (2017), pp. 23-38.

⁸ Jonathan Sullivan, “Xi’s Soccer Dream: Defining characteristics, unintended consequences”, *China Policy Institute: Analysis* (2017).

⁹ Marco Bellinazzo, *I veri padroni del calcio* (Milano, Feltrinelli, 2017). La squadra femminile è invece competitiva a livello mondiale: <http://www.fifa.com/fifa-world-ranking/associations/association=chn/women/index.html>

¹⁰ “Xi Jinping dui Zhongguo zuqiu san da yuanwang 习近平对中国足球三大愿望”, *Xinkuainbao* 新快报 (06/07/2011).

¹¹ Disponibile su http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/16/content_9537.htm

¹² Disponibile su: <http://www.sport.gov.cn/n316/n336/c718723/content.html>

¹³ Simon Chadwick, “Xi Jinping’s vision for Chinese football”, *China Policy Institute: Analysis* (2016).

¹⁴ China.org, “Full transcript: Premier Li Keqiang meets the press” (17/03/2015), disponibile su http://www.china.org.cn/chinese/2015-03/17/content_35078505_3.htm

¹⁵ Tao Duanfang 陶短房, “Zhongguo qiye de Ouzhou ‘maimaimai’ 中国企业的欧洲 ‘买买买’”, *Caijing wang* 财经网 (23/6/2016).

¹⁶ Emma Lupano, “Sognando i Mondiali: il discorso ufficiale sulla riforma del calcio”, *Mondo cinese*, 161 (2017), pp. 39-49.

¹⁷ Alessandra Spalletta, “Ecco i retroscena della manovra ‘per rovinare il Milan’”, *Agi* (10/01/2018).

¹⁸ Nicholas Gineprini, “La smobilitazione degli investimenti cinesi nel calcio europeo”, *Calcio8cina* (07/08/2018).

¹⁹ “10 Chinese companies snap up top overseas sports teams”, *China Daily* (01/08/2016).

²⁰ Una mia recente ricerca di articoli accademici in cinese dedicati al tema del calcio sul database CNKI (19/08/2018) ha dato conto di 2100 e 3581 articoli pubblicati nei primi otto mesi del 2018 e nel 2017. I titoli rivelano grande attenzione per lo sviluppo del calcio amatoriale in Cina e gli aspetti tecnici del gioco.

← ————— →

²¹ Simon Chadwick, “China’s FIFA sponsorship and off-field football goals”, *Policy Forum* (2017).

²² Xinhuanet, “2019 FIFA Club World Cup has ‘big chance’ to be held in China, Infantino has told Jack Ma”, *Xinhuanet* (16/07/2018).

²³ Simon Chadwick, “Is China on a collision course with football governing body?”, *China’s Football Dream*, edited by Jonathan Sullivan, China Soccer Observatory, University of Nottingham (2018), pp. 49-52.

²⁴ Emma Lupano, “Il Sogno cinese del pallone. Da 购买力 a 国力 nel caso Inter-Suning”, in C. Bulfoni, Z. Jin, E. Lupano, B. Mottura (a cura di), *Wenxin. Scritti in onore di Alessandra Cristina Lavagnino* (Milano, FrancoAngeli, 2017), pp. 562-576.

²⁵ Liang Ximing 梁熙明, “Hai jide er shi mengxiang ma? 还记得儿时梦想吗? ”, *Titan Wang* 体坛网 (06/06/2016). Per l’analisi approfondita: Lupano, *Il sogno cinese del pallone*, pp. 562-576.



Kevin Frayer, Ultras del Beijing Guoan FC esultano dopo un goal della loro squadra durante una partita della Chinese Super League a Pechino, 28 giugno 2015, Fortune