VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Gli uomini senza maglia

Damiano Franzetti · Monday, October 5th, 2026

(d. f.) Con questo articolo ricomincia ***"Alla Balaustra"****, la rubrica ideata e scritta da* ***Marco Giannatiempo,*** *curata dalla redazione sportiva di V2 Media/ VareseNews e dedicata* ***alla cultura e alle storie dell'hockey*** *su ghiaccio. In questa puntata vi raccontiamo una curiosità al di fuori dell'hockey giocato: la stagione più strana legata al mondo delle figurine. Le mitiche "Upper Deck". I 32 racconti delle prime due stagioni e il box con le puntate trasformate in podcast sono disponibili in fondo all'articolo.*

Autunno 1994. **Nella sala riunioni della Upper Deck** a Carlsbad, California, il caffè nero scorre a fiumi mentre **grafici e creativi fissano la lavagna** sulla quale è esposto un **problema** che nessun *trading card designer* aveva mai dovuto affrontare prima: c'è da comporre un mazzo di **180 carte** da mandare in stampa, **per un campionato NHL in sciopero**. In realtà le foto ci sono, ma non possono essere utilizzate, i legali presenti in quella sala confermano: **niente maglia ufficiale, niente logo** sulle carte. Il team del marketing scuote la testa, la situazione è devastante. **Mezzo milione circa di carte** da diffondere in tutto il Paese, **senza lo straccio di un diritto**. Siamo nella fase più acuta del più devastante **sciopero** della storia della NHL.

Per capire come si sia arrivati fin lì bisogna tornare al 1991, quando il **sindacato dei giocatori** (la NHLPA) e la **dirigenza della Lega entrano in rotta** di collisione. La questione è tecnica ed è **legata ai diritti d'immagine** degli atleti, dietro al quale c'è un business tutt'altro che marginale: quello delle trading card, che solo negli Stati Uniti cuba **centinaia di milioni** di dollari l'anno. Si arriva all'aprile del 1992 senza trovare un accordo, condizione che innesca il primo sciopero, dieci giorni di stop, alla fine del quale i **giocatori ottengono quasi tutto** quello che chiedono sulle royalties, e la protesta si placa.

Ma non è finita, passano due stagioni e **nel 1994 lo scontro si riaccende**, stavolta senza sconti: **la Lega blocca tutto, i proprietari serrano le porte**, e la stagione 1994-95 rischia di non partire. Alla fine si giocherà, ma **solo 48 partite** invece delle canoniche 84, e non prima del gennaio 1995. Nel pieno di questo lockout, **Upper Deck deve comunque lanciare la sua nuova linea premium,** pensata insieme al sindacato: si chiama ***Be A Player***. Il problema è tanto banale quanto insormontabile: senza un accordo firmato tra Lega e produttore, **Upper Deck non ha alcun diritto di stampare le foto** dei giocatori mentre indossano la maglia della propria squadra.

Torniamo alla lavagna, alle tazze di caffè che si svuotano, quando uno dei presenti si alza e dice la sua: **mandare tre fotografi,** tra cui Walter Iooss Jr., firma storica di Sports Illustrated a **ritrarre le stelle della NHL fuori dal ghiaccio**. In borghese, scatti **"lifestyle",** ambientazioni quotidiane:

carte che assomigliano più a un servizio di moda insomma, che a una card sportiva. È di fatto **l'unica strada percorribile:** se non puoi mostrare l'uniforme, mostri l'uomo. Il set, 180 carte, per la stessa ragione non porta nemmeno i loghi delle squadre.

Il **marketing interno è scettico**, quasi rassegnato: maglia e logo sono elementi iconici troppo importanti per essere aggirati, quella roba non venderà mai visto che nessuno comprerebbe una card anonima; l'unica certezza è che milioni di copie in produzione marciranno nei loro magazzini. **Ma qualcosa va fatto**, e al termine di quella riunione, si decide che in ogni bustina viene inserita **una card con autografo certificato**, timido tentativo di dare valore a qualcosa che di valore non ne ha. Di fatto è la prima volta nella storia del collezionismo sportivo che un **autografo autentico viene garantito** in ogni singola confezione, di qualunque set.

I numeri, per dare la misura della scommessa, sono da capogiro: **oltre 400 milioni di carte stampate, imbustate e spedite** capillarmente in tutto il Paese con uno sforzo logistico enorme a livello economico e **costi di marketing spropositati** per un prodotto che, sulla carta (è il caso di dirlo), ha tutte le caratteristiche per trasformarsi in un fallimento. E infatti **l'accoglienza è tiepida,** per usare un eufemismo. Sono carte oggettivamente **brutte:** un collage di scatti con abbigliamenti e scenari che c'entrano poco con l'hockey. Anonime, fuori contesto. Ma **c'è quel dettaglio, l'autografo** certificato, che **scatena i collezionisti** di tutto il mondo.

Nel giro di pochissimo **le bustine spariscono dagli scaffali** americani, scatenando una vera e propria caccia febbrile a quelle carte così strane, e vista l'impossibilità contrattuale di stamparne altre nascono veri e propri **mercati paralleli,** con scambi e aste che toccano cifre improbabili. Oggi, trent'anni dopo, la subset **"Iooss Portraits",** quella con Gretzky in borghese, è **tra le più ricercate di sempre** da un collezionismo che ha imparato ad amare proprio ciò che allora sembrava un difetto.
Di fatto quindi, nell'unico anno in cui **la NHL ha provato a cancellare se stessa** – niente maglie, niente loghi, niente hockey vero per mesi – quel che è rimasto autentico, è stata l'idea di fotografare **i giocatori in borghese, e la loro firma** sulla card.

ALLA BALAUSTRA – Leggi le **puntate** precedenti

IL PODCAST – "Dalla Balaustra" è anche un **podcast** trasmesso su Radio Materia e disponibile sulle principali piattaforme di ascolto. Nel box sottostante trovate tutte le puntate pubblicate fino a ora.

This entry was posted on Monday, October 5th, 2026 at 4:00 pm and is filed under Sport
You can follow any responses to this entry through the Comments (RSS) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.