



BILANCIO PROGRAMMATICO

DI INDIRIZZO DEL CONSIGLIO FEDERALE

2025-2028

**GIUSEPPE
MANFREDI**

Candidato Presidente FIPAV





Con i risultati conseguiti nel quadriennio precedente, ricordando che è iniziato con il post covid, mi verrebbe da dire: cosa posso promettervi, con i compagni di viaggio del nuovo Consiglio?

Se dovessi illustrare tutto quello che siamo riusciti a portare a termine e a raggiungere in termini di risultati dal 2021 ad oggi, non basterebbero dieci cartelle, anche se molti continuerebbero ad emozionarsi.

Però, per quanto sia bello ricordare tutti i bei momenti, noi, ora, dobbiamo redigere una roadmap che ci proietti nei prossimi quattro anni.

Per cui, come dice il carissimo Don Mazzi, “... il nostro oggi non può essere il nostro ieri ...”, pensiero condiviso anche dal nostro CT, medaglia d’oro a Parigi, che ai recenti stati generali ha affermato che al primo raduno della nazionale femminile, vorrà ripartire con l’atteggiamento di chi non ha raggiunto la medaglia d’oro, per poter ambire a conquistarla nuovamente.

L’ottimo momento sportivo e reputazionale della Federazione e delle sue nazionali non deve essere visto come un punto di arrivo, ma come un’occasione da cavalcare per continuare a portare la pallavolo in tutto il territorio nazionale e in luoghi non sportivi, così da ampliare ancora di più la visibilità e le opportunità di comunicazione.

In un momento storico in cui tante sono le alternative allo sport, è necessario che il mondo volley esca dai propri luoghi canonici (impianti, palestre, campi, ...) e si apra al territorio sia a livello di promozione della pallavolo (open day nelle piazze, eventi in luoghi iconici, ...) sia a livello mediatico con l’ideazione di nuovi format comunicativi.

Il sistema volley poggia fortemente sulle società di base che hanno l’onere/onore di avviare tutte le attività di promozione, avviamento e reclutamento e per questo devono rappresentare l’obiettivo principale di qualsiasi politica di sviluppo e promozione.

**IL NOSTRO OGGI
NON PUÒ ESSERE
IL NOSTRO IERI.**



Per permettere una loro continua crescita (anche nei confronti dei cambiamenti sempre più repentini a livello di tecnologia, nuove generazioni, nuove regole) è fondamentale che possano avere un supporto e un aiuto concreto in tutte le attività manageriali e gestionali quotidiane.

Serve dunque che i Comitati Periferici non siano solo i luoghi dove si organizzano i campionati ma siano un vero e proprio luogo di sviluppo di progettualità e sostegno alle società e ai territori di riferimento (anche per la partecipazione a bandi pubblici). L'obiettivo è che possano essere dei veri "sportelli" a disposizione delle società affinché vengano supportate nelle loro attività quotidiane, presentando anche le opportunità di crescita (a livello di progetti, bandi, finanziamenti) a cui le società sportive possono partecipare.

Come già evidenziato, le società sportive rappresentano il primario obiettivo della Federazione, perché grazie al loro lavoro si genera il bacino potenziale anche per il vertice. Oltre a quanto già descritto verso i comitati regionali, sarà importante supportare le società anche economicamente, individuando bandi di finanziamento che permettano di ottenere risorse in cambio di progettualità e iniziative a favore della diffusione della pallavolo.

Per cui continueremo nel mettere al centro del sistema pallavolo, oppure in pole-position alla partenza del processo, a seconda di come vogliate leggere la situazione, le nostre società sportive.

Schematicamente questo il processo che ci porta ai risultati d'eccellenza:

SOCIETÀ SPORTIVA

↳ **RECLUTAMENTO**

↳ **QUALIFICAZIONE**

↳ **CAMPIONATI GIOVANILI / SERIE / FINALI NAZIONALI GIOVANILI**

↳ **QUALIFICAZIONE TERRITORIALE TDR**

↳ **NAZIONALI GIOVANILI**

↳ **CAMPIONATI NAZIONALI**

↳ **SUPERLEGA E SERIE A FEMMINILE**

↳ **NAZIONALI SENIORES**

↳ **RISULTATI D'ECCELLENZA**

↳ **PROMOZIONE COINVOLGENTE SUL TERRITORIO**

↳ **INCREMENTO NEI NUMERI DEI TESSERATI**

↳ **VANTAGGI PER L'ATTIVITÀ E LE STRUTTURE DELLE SOCIETÀ**

↳ **PERCORSO CHE PARTE DALLE SOCIETÀ E QUI RITORNA!**

Questo è quanto siamo riusciti a tracciare negli ultimi 4 anni e che ci ha permesso di centrare molti obiettivi.

Ho detto, tracciare.

Ora è arrivato il momento di consolidare e potenziare.

Sì, perché essere riusciti a mettere a sistema

- atleti
- dirigenti
- tecnici
- ufficiali di Gara
- tutte le società
- le strutture periferiche federali
- gli staff e i dirigenti federali

Creando una visione d'insieme, ci ha permesso d'iniziare un percorso, tra tutte queste componenti, propedeutico ad una crescita costante di ogni settore e, di riflesso, di tutto il sistema pallavolo, funzionale a rendere più fluidi e consapevoli i processi.

Adesso bisogna consolidare questo sistema attraverso investimenti mirati e strutturati soprattutto verso la base societaria da incentrare su:

- crescita dirigenziale
- modernizzazione dei sistemi (soprattutto informatici)
- impiantistica
- promozione sul territorio
- apertura a nuove frontiere fuori dal nostro mondo – più gente ci conoscerà e più grande sarà la nostra federazione
- strategie di comunicazione e di Marketing



Gli stati generali sono stati proprio un momento di consapevolezza: poter riflettere sui tanti numeri evidenziati, prendendone coscienza, apprendere del posizionamento del nostro movimento, anche nei tanti settori della comunicazione, digitale e non, per ognuno di noi deve avere un effetto di propulsione per consolidare e potenziare le posizioni acquisite, per poter ambire a nuovi orizzonti.

Visto il grande successo degli stati generali, l'idea potrebbe essere quella di utilizzare il prossimo quadriennio per dare ancora più voce alla base, organizzando momenti di confronto su base regionale. La volontà è quella di trovare nuove occasioni in tutte le componenti possano sentirsi protagoniste e dare la propria visione e i propri spunti alla continua crescita della Federazione

E per poterlo fare, dobbiamo imparare dai nostri tecnici: dobbiamo affinare la tecnica per applicare nuove tattiche, non solo nel nostro ambiente, ma anche all'esterno dei nostri confini. E qui dobbiamo essere più esigenti con noi stessi per poterci presentare all'esterno con idee sempre innovative.



Tecnica, per noi significa **FORMAZIONE**.

E a tutte le nostre componenti deve essere somministrata con costanza ed efficacia, con l'ambizioso obiettivo di qualificare, con uniformità, la totalità del nostro territorio per poter continuare ad attrarre nuove parti interessate.

Per cui lavoreremo su:

- potenziamento dei settori tecnici federali
- a cascata, maggior qualificazione dei quadri tecnici territoriali, sia per gli allenatori che per gli ufficiali di gara
- per quanto riguarda gli allenatori, l'attenzione maggiore dovrà essere rivolta agli smart coach
- percorsi di formazione mirati per i collaboratori amministrativi dei comitati territoriali e per la gestione di impianti sportivi
- percorsi di formazione mirati per le seguenti figure societarie:

- ✓ segretari
- ✓ direttori sportivi
- ✓ team manager
- ✓ amministrativi
- ✓ gestori di impianti sportivi

La nostra bella Italia, che da molto ricordiamo sia essere lunga e stretta, non può più permettersi di avere territori con competenze non omogenee, anche se la popolazione pallavolistica, per questioni oggettive, non è uniforme nel comparto quantitativo.

L'intero percorso necessita di dirigenti formati ad affrontare le nuove sfide. Considerando quanto sta cambiando il mondo è opportuno però, fin da subito, iniziare ad appoggiarsi a figure dirigenziali giovani che possano iniziare ad avvicinarsi alla gestione dei propri Comitati e della Federazione, così da apprendere in itinere le varie competenze necessarie. Potrebbero essere dunque individuate alcune figure under 35 da parte degli stessi comitati ed avviare uno specifico percorso formativo che possa anche vivere di alcune esperienze sul campo

Il volley si trova di fronte ad una continua crescita di tesserati che si scontra ad una mancanza di impianti perché ormai datati e vetusti o proprio assenti. Considerando anche le nuove norme legali che offrono diverse opportunità, sarà fondamentale sviluppare un percorso di ammodernamento delle strutture esistenti, di riqualificazione urbana e di costruzione di nuovi spazi sportivi (anche outdoor) che permettano una continua diffusione del volley.

L'idea è anche quella di costruire percorsi con gli enti pubblici affinché gli impianti sportivi siano inseriti all'interno dei PUG e vengano previste delle situazioni di mobilità sostenibile che permettano un facile arrivo alle palestre anche con mezzi pubblici

Per poter arrivare a momenti di confronto costruttivi, dobbiamo parlare con lo stesso linguaggio e questo lo possiamo fare solamente se ci allineiamo nelle competenze che ci vengono richieste e che, come Federazione, richiediamo che abbiano anche tutti i nostri tesserati.

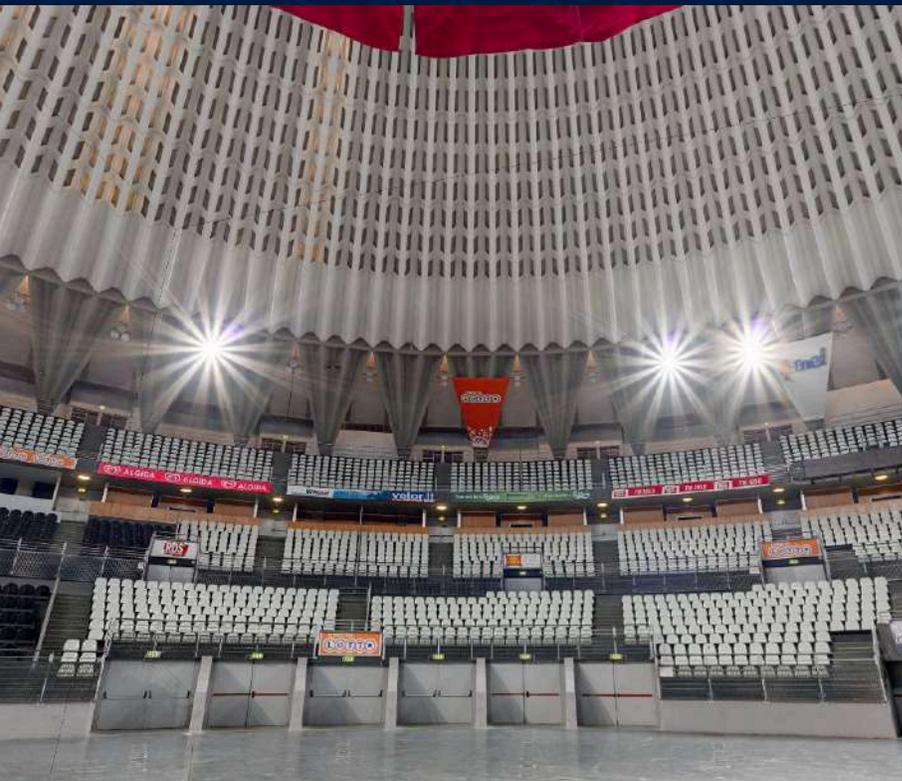


Stiamo parlando di omogeneità, di uniformità, di unico linguaggio.

Per poter arrivare a quest'obiettivo, dovremo essere supportati da strumenti che ci permettano di attuare questo processo evolutivo.

Nel breve periodo (2/3 anni), dovremo essere in grado di dotarci di un nostro sistema informatico unitario che permetta a tutte le strutture federali, centro e comitati, a tutte le società, a tutti gli allenatori e ufficiali di gara di gestire le medesime informazioni.

Parallelamente a queste attività di qualificazione sulle risorse che dovranno gestire il nostro mondo e alla riorganizzazione potenziata degli strumenti con cui poter monitorarne l'andamento, due saranno i filoni cardine dove si concentreranno maggiormente gli investimenti.



Il primo riguarda l'impiantistica sportiva.

Durante gli stati generali è stato evidenziato il costante incremento dei tesserati, soprattutto nei settori giovanili, categoria che rappresenta la linfa per il nostro movimento; e per farle dare i frutti sperati ha bisogno di maturare in spazi idonei.

E qui notiamo che con processo inverso, gli impianti disponibili iniziano a non soddisfare in modo sufficiente la domanda di pallavolo.

Nel corso del 2025 dobbiamo avviare una serie di iniziative di partenariato pubblico/privato, nell'ottica dell'arricchimento del panorama impiantistico sportivo, finalizzato alla pallavolo di base, sul nostro territorio.

Nel concreto si tratta di un progetto, tra l'altro condiviso con Sport e Salute, da realizzarsi all'interno di spazi messi a disposizione in aree urbanizzate, possibilmente antistanti le scuole o addirittura al loro interno, da parte degli enti locali competenti, che saranno individuati sull'intero territorio nazionale, sulla base della disponibilità dichiarata dagli stessi Enti Locali, alla realizzazione del progetto e, comunque, in contesti dove è necessario incrementare la disponibilità per il movimento pallavolistico di base. Questo impegnativo progetto si rende possibile anche per il rapporto privilegiato che la Federazione e le proprie affiliate - grazie alla specifica progettualità portata avanti nel corso degli anni - hanno con il mondo della scuola. Il programma dovrà essere supportato da un parallelo processo di condivisione e sensibilizzazione da effettuare su tutto il territorio nazionale con i partner istituzionali a ciò deputati (**ANCI, UPI**).

La progettazione standardizzata degli impianti di cui sopra creerà importanti sinergie e potere d'acquisto con i fornitori, garantendo, inoltre, un importante risparmio per la loro realizzazione.



Si tratterebbe nel pratico di strutture con impianto gioco e blocco spogliatoi, con misure omologabili per la disputa anche di dei campionati nazionali. Una prima fase prevede un investimento complessivo di euro 10.000.000,00, per la realizzazione di circa 30 strutture che potranno aumentare sia per eventuali economie connesse alla sopracitata sinergia che s'intende attuare con i possibili fornitori, nonché con l'eventuale supporto economico da parte di enti pubblici e di aziende private.

Per quanto concerne la cantierizzazione e la successiva realizzazione, auspichiamo che il primo blocco di strutture possa essere operativo già per la stagione agonistica 2026/2027, mentre il periodo di ammortamento dell'investimento è valutabile tra i 15 e 18 anni, con conseguente impatto economico annuale per la FIPAV di 660/700 mila euro.

La gestione sarà affidata tramite i comitati Regionali/territoriali della **FIPAV** alle società di pallavolo del territorio coordinata a livello centrale.



Il secondo riguarda la promozione sportiva che non dobbiamo intendere solo con l'attività dell'S3.

Il primo luogo di avviamento allo sport rimane sempre la scuola ecco perché appare fondamentale un dialogo sempre più forte con le istituzioni scolastiche, sia per l'utilizzo della pallavolo come disciplina in orario curricolare, sia per l'utilizzo delle palestre al termine delle lezioni. Inoltre appare fondamentale un dialogo con i docenti per individuare congiuntamente un percorso che possa contrastare il fenomeno del drop out sportivo.

Certo, invadere le piazze più caratteristiche della nostra bella Italia con il popolo dei più piccoli, è affascinante ed emozionante.

Però anche in questo caso dovremo alzare l'asticella.

Dovremo creare momenti mirati e più frequenti che permettano di partecipare a tutti i tesserati di questo arco d'età delle varie società; queste emozioni, che possono dare lo spunto finale per decidere di rimanere nel nostro sport, devono essere un diritto da riservare a tutti.

Notiamo che, anche se questi momenti di “festa” sono molto frequentati, i numeri sono ben lontani dai riscontri dei tesserati in queste fasce d’età. Il drop-out, anche se fisiologico, al termine del primo anno di tesseramento rimane alto: per cui non dobbiamo crogiolarci sugli allori solo perché i numeri aumentano. I grandi numeri di tesserati potrebbero essere l’occasione per avviare una ricerca tra ragazze e ragazzi sul tema del drop out per comprendere difficoltà e pesi che gravano sulle atlete e sugli atleti, così da provare ad avviare percorsi di miglioramento dell’attività. La ricerca potrebbe anche essere l’occasione per iniziare a chiedere ai tesserati cosa secondo loro potrebbe essere migliorato e quali sono le loro aspettative per il futuro del volley.

Facciamoci invece questa domanda: e se iniziassimo a perderne meno, di che numeri staremmo parlando? Dobbiamo dotarci

- di strumenti di monitoraggio
- di regole d’ingaggio con le società, il più delle volte con gli allenatori delle società
- di politiche di coinvolgimento e/o partecipazione a rotazione degli atleti obbligatoria, anche con incentivi, se è il caso.



E in questo caso, mettere in rete tutte le commissioni territoriali / regionali che seguono questo settore, sarà fondamentale per mettere a sistema le soluzioni più adeguate, funzionali ad una permanenza più prolungata dei piccoli nella nostra disciplina e allo stesso tempo per aggregare nuovi adepti.

Abbiamo detto non solo S3.

Non molti avranno approfondito il documento sull’analisi dell’impatto mediatico, in termini di visibilità, (tradotto promozione del volley) che hanno avuto gli europei organizzati nel 2023 nella nostra nazione.

L’idea, ardita e innovativa, di non fare un campo centrale, ma di portare la maglia azzurra, sia al femminile che al maschile, in più città, è stata fantastica.

La domanda di pallavolo che si è registrata nei mesi successivi è stata veramente imponente e questi sono segnali che non vanno messi in una libreria.

Pertanto, con tutti gli eventi che ci sono a calendario delle nazionali, siano essi riferiti a competizioni o ad amichevoli, l’obiettivo deve rimanere quello di toccare anche nuove piazze, per coinvolgere sempre di più nuove persone interessate alla pallavolo.

E quando parliamo di questi, non ci riferiamo solo a nuovi atleti, ma anche a nuovi sostenitori, che non necessariamente dovranno sottoscrivere accordi con la federazione: chiunque sostiene le nostre società, indirettamente sostiene tutto il movimento.

Abbiamo detto non solo S3.

Sempre con gli Europei, in ogni tappa si sono tenuti momenti di approfondimento e di formazione, sia tecnica che dirigenziale, di alto livello.

Questi incontri devono darci la consapevolezza che il nostro è un ottimo prodotto, che dev'essere continuamente valorizzato e che può essere esportato in ogni dove.

La pallavolo è lo sport che ha nel proprio DNA per definizione il gioco di squadra, i famosi 3 tocchi ... tanto cari alle risorse umane di molteplici multinazionali che gettonano i nostri coach per illustrarne l'applicazione e le ricadute possibili nei processi dei team, siano essi sportivi che professionali.

Creiamo dei format che portino le nostre società a lavorare in rete nel proprio territorio, che permettano loro di presentare l'essenza del nostro sport, oltre che ai propri sostenitori, soprattutto ai genitori dei propri atleti, cioè coloro che ora sembrano essere i loro peggior nemici, che invece potrebbero diventare i loro migliori alleati, in quanto rappresentano il naturale anello di congiunzione, tra famiglia e associazione sportiva, per la maturazione dei propri figli, anche per il tramite dell'attività sportiva.

Abbiamo detto non solo S3.

Sempre con gli Europei, in diverse tappe sono stati organizzati dei momenti di cultura sportiva, dei talk, dove si è parlato di pallavolo con campioni locali del passato assieme a giornalisti del nostro settore.

Non sono stati momenti per "anziani" o per "nostalgici": è stato come sfogliare un'enciclopedia, apprezzando le evoluzioni che ha avuto la nostra disciplina sportiva nel tempo, contestualizzate nel territorio dove si erano organizzati gli eventi.

Momenti che dovrebbero essere replicati in tutte le nostre città, dove la pallavolo è già affermata e dove potrà affermarsi: ogni territorio ha la sua storia da raccontare e gli obiettivi che vorrà raggiungere.

E questi momenti di aggregazione servono anche per avvicinare il vertice alla base: in diverse città, da tempo, questo fenomeno è già radicato, anche se le società maggiori non ambiscono allo scudetto, e i risultati in termini di partecipazione sono sempre strabilianti.

E questi numeri sono molto importanti per chi sostiene economicamente le realtà del nostro movimento: toccarli con mano rappresentano sicuramente uno stimolo per continuare ad accompagnare il percorso delle nostre società.

Il nostro settore comunicazione sarà a disposizione per supportare i comitati periferici e/o le società che lo richiederanno nel programmare queste tipologie di eventi e per mettere in contatto i richiedenti con chi già da tempo ha iniziato questo processo di aggregazione con il veicolo della cultura sportiva.





Aprirsi al mondo esterno significherà aprire un processo di trasformazione della Federazione in un sistema globale con il mondo esterno: così come già fatto con alcune Regioni, sarà fondamentale sviluppare un rapporto sempre più assiduo e forte con le amministrazioni territoriali; sia con i Comuni (grazie al lavoro dei Comitati Regionali) sia con le Regioni (insieme ai Comitati e con la Federazione nazionale) per generare opportunità di ospitare eventi, di creare percorsi di turismo sportivo, di sviluppare nuove forme di rigenerazione urbana e percorsi di avvicinamento nelle scuole e verso i giovani.

Anche il rapporto con gli Enti di promozione sportiva può rappresentare un utile alleato per la promozione della pallavolo durante tutte le età di giovanissime e giovanissimi, grazie al lavoro che viene svolto negli oratori e nei luoghi di aggregazione giovanile. Possono essere utili anche per la sperimentazione di nuove discipline e/o categorie.

Nel prossimo quadriennio sarà importante continuare ad avere intense e proficue relazioni con gli organismi internazionali per ribadire con ancora maggior efficacia la centralità del ruolo dell'Italia a livello continentale e mondiale.

Negli ultimi anni abbiamo intensificato il rapporto sia con la Confederazione Europea sia con la Federazione Internazionale. Entrambe vedono in noi un partner affidabile, propositivo, collaborativo che garantisce standard molto elevati in termini di risultati sportivi, ma anche e soprattutto in termini di audience televisive e di pubblico all'interno degli impianti di gioco. Diventa strategicamente importante continuare dunque su questa strada e il fatto che il Presidente della FIPAV sia stato inserito nel Consiglio della neonata FIVB Volleyball Foundation ne è la testimonianza più eloquente; proprio la Fondazione si pone l'obiettivo di diffondere la pallavolo a livello planetario, sostenendo e finanziando progetti sportivi, utilizzando la portata globale e il potere della nostra disciplina per sostenere le comunità di tutto il mondo attraverso progetti di grande impatto. E' evidente, poi, la necessità di mantenere il nostro ruolo europeo di "Paese Guida" continuando a sostenere la CEV nei progetti di sviluppo che ci hanno visto protagonisti negli ultimi anni: facendo ciò abbiamo contribuito a una sempre più capillare diffusione del volley anche grazie alla condivisione delle nostre metodologie lavorative che rappresentano ormai un modello universalmente riconosciuto.

Marketing e Comunicazione sono due facce della stessa medaglia e questo dovrebbe portare ad una sempre più forte relazione in termini di programmazione e di azioni tra l'area marketing e l'area comunicazione; se non comunichi non fai, se non fai non existi e questo deve portare ad una sistematica e programmata comunicazione di tutto quello che la Federazione realizza e consegue. Quanto realizzato fino ad oggi dalla Federazione va proprio nella direzione di rendere la struttura e le aree marketing e comunicazione sempre più coese e moderne. In una strategia futura tutto deve ruotare sul concetto di contenuti e di comunicazione visiva ed in tal senso la strategia nel prossimo quadriennio punta a:



- **Rendere attiva e funzionante la Media Factory FIPAV che consentirebbe alla Federazione di autoprodurre contenuti e di raccontarsi nel modo più ampio e moderno possibile**
- **Attivare il progetto “Antenne Territoriali”**
- **Migliorare ed investire sui social media e puntare non solo all’aumento del numero di follower ma far crescere i KPI legati all’engagement e alle reaction dei suoi follower;**
- **Migliorare e rafforzare il rapporto con i media tradizionali**

Il percorso e le strategie di marketing intraprese negli ultimi anni sta portando risultati più che buoni sia in termini di “brand reputation” sia in termini di sponsor la Federazione, infatti, può vantare un panel di sponsor consolidato e di assoluto livello che hanno deciso di affiancare FIPAV sia per i valori e per i risultati sportivi sia per i ritorni degli investimenti (ROI) ottenuti. Ci sono ancora margini enormi di crescita e aree su cui migliorare e “alzare l’asticella” e tutta la strategia futura deve ruotare attorno al concetto di prodotto e della sua valorizzazione.

Il prodotto dovrebbe essere valorizzato in termini:

- **quantitativi** ossia differenziare e segmentare le opportunità da offrire al mercato
- **qualitativi** ossia prodotti sempre più innovativi, coinvolgenti e al passo con i tempi

In che direzione lavorare?

- **sul concetto di enlargement** (ampliamento della community degli appassionati):
 - o nuove forme di engagement (in field e sui social)
 - o creando esperienze in cui il fan diventa protagonista dell'Evento (pre; durante e post)
 - o creando l'"Effetto Wow" sfruttando le nuove tecnologie e la comunicazione visiva (ad esempio quello che fa il tennis durante i tornei dell'ATP)
 - o favorendo il coinvolgimento degli atleti con il pubblico;
- **potenziamento degli Eventi** con una programmazione e gestione che dovrebbero aspirare all'eccellenza.





L'Evento non dovrebbe essere soltanto un "fatto tecnico" ma un "contenitore ampio e di grande partecipazione". L'eccellenza dovrebbe riguardare:

- o l'appeal della competizione sportiva: eventi di "secondo livello" non interessano a nessuno; né ai media, né agli sponsor; né al pubblico
- o location
- o look&feel ossia la vestizione del palazzetto
- o engagement con il pubblico, allargamento del target
- o copertura TV e comunicazione

- potenziare il coinvolgimento degli atleti sia nei confronti degli Sponsor sia a favore delle iniziative di comunicazione e di promozione pianificate dalla Federazione;
- potenziare e far crescere la parte legata alle attività giovanili
- potenziare e valorizzare tutta la sfera dell'ESG
- migliorare l'assistenza e il supporto (customer care) verso gli sponsor
- migliorare la rendicontazione nella fase di reporting video, fotografico, numerico e di ritorni degli investimenti anche avvalendosi delle analisi di agenzie specializzate in questo

E' questo un progetto sicuramente innovativo e ambizioso così come è e deve continuare ad essere la nostra federazione. Se continuiamo a crescere è perché nel nostro DNA c'è la consapevolezza di fare sistema. La grande unità di intenti di tutto il nostro mondo non ha limiti per portare ancora più in alto il nostro straordinario movimento: dobbiamo continuare tutti insieme su questo percorso così da poter riscrivere il futuro della Pallavolo. La certezza è che da parte nostra l'impegno, così come in passato, sarà grande.

COMITATO ITALIANO
PARALIMPICO
ITALIAN PARALYMPIC
COMMISSION



**ANCORA QUATTRO ANNI.
UNA NUOVA STORIA
DA SCRIVERE.**

Giuseppe Manfredi

