

Il volley tricolore alla sfida Mondiale

Il presidente federale Carlo Magri: «Il salto di qualità con l'evento che ospiteremo nel 2018»

LA SUPERLEGA

Dal 2017/18 ogni club del campionato nazionale sarà sottoposto a verifiche di sostenibilità economica e affluenza agli impianti

Dario Ricci

■ «Il salto di qualità? Io sento che arriverà con i Mondiali maschili del 2018, che sono certo saranno un successo in campo e fuori»: Carlo Magri, presidente della Federvolley dal 1995 (dopo essere stato alla guida della Pallavolo Parma) indica in modo chiaro la data del break-even sottorete.

Il volley è lo sport più praticato d'Italia tra le donne, il secondo livello assoluto dopo il calcio, con 348 mila atleti in tutto, 4.500 società affiliate, 20 mila allenatori, 6.500 arbitri, 58.700 dirigenti e 18 mila squadre, protagoniste di 170 mila partite l'anno, circa 18 mila a settimana. «L'indotto che generiamo? Provi a pensare alle migliaia di viaggi, cene e notti in albergo», sottolinea Magri. Ma è pur vero che un movimento tanto radicato galleggia oggi tra la velata nostalgia per gli Anni Novanta-inizio Duemila, quelli della Generazione dei Fenomeni di Velasco, Beбето, Montali (che vinse tutto tranne l'oro olimpico) e un futuro che vorrebbero rendere ancor più solida e stabile tanta popolarità.

Da qui l'obiettivo che il presidente federale punta sulla prossima rassegna iridata (la terza dopo i mondiali maschili 2010 e quelli femminili 2014) che fra due anni organizzeremo insieme alla Bulgaria, che ospiterà la prima fase. «Un appuntamento che conferma la fiducia che il mondo del volley internazionale ha nel nostro Paese», aggiunge Magri.

La sensazione è che dopo le difficoltà di qualche stagione fa, so-

prattutto tra le donne, il movimento di vertice abbia rinsaldato le sue fondamenta, e si trovi a un bivio. «Vadetto in franchezza che i tentativi in questo senso non mancano - spiega Massimo Righi, amministratore delegato della Legavolley maschile -, ma in una cultura sportiva calcio-centrica come quella italiana gli altri sport sono destinati a fiammate momentanee, in occasione magari di Mondiali e Olimpiadi, per prendersi quella ribalta che il pallone monopolizza. Si prenda ad esempio il caso della commercializzazione dei diritti tv della Superlega, il nostro campionato: riusciamo a venderli in modo redditizio più sul mercato internazionale, dove siamo considerati il torneo più interessante, che sul fronte interno. E si consideri che siamo l'unico grande sport di squadra che ha la sua massima serie visibile in chiaro (su Rai sport in due diversi slot domenicali, mentre la Champions League maschile è trasmessa da Fox Sports, ndr)».

In questo contesto, i conti sembrano comunque tornare, grazie anche a una strategia mirata che ha portato al blocco delle retrocessioni, all'aumento a 14 delle squadre della massima serie e la trasformazione dei club in franchigie sul modello Nba. Tanto che dal 2017-18 ogni club sarà sottoposto a verifiche di sostenibilità economica e affluenza agli impianti. «L'impiantistica, in particolare a livello di base, rimane un problema da risolvere - sottolinea Magri - e su questo punto il confronto con gli altri Paesi ci penalizza. Ma siamo capaci di investimenti importanti, come la nuova "casa" della Federazione a Roma».

Di fatto, i successi della Nazionale pagano, sia in termini di visibilità, che al botteghino, soprat-

tutto se si sommano al cosiddetto "personaggio", veicolo ideale di valori morali e tecnici. Un esempio su tutti, la Perugia di Ivan Zaytsev, lo schiacciatore-opposto spoletino tornato a casa dopo 10 anni di peregrinazioni tra Italia ed estero, e vero trasciatore degli azzurri che a Rio 2016 hanno conquistato l'argento. Per il club umbro, la media spettatori per le gare interne è salita del 25% (da 2.543 a 3.182) rispetto allo scorso anno, il numero degli abbonati da 1.500 a 2.250, l'incasso medio casalingo da 13.486 a 31.378 euro (+132%). Ma il dato più sorprendente è l'aumento degli spettatori anche per le gare in trasferta (+495, da 2.416 a 3.597): segno che la Perugia trascina dal suo "zar" Zaytsev (e dagli altri azzurri Buti e Birarelli, oltre che dal leggendario Lollo Bernardi in panchina) "tira" anche sui campi avversari. Senza trascurare poi il traffico generato sui social, terreno che il volley ha saputo arare prima e meglio di altri sport.

«Ticketing, merchandising, la capacità di trasformare la partita in un evento-intrattenimento che coinvolga tutta la famiglia: i numeri ci dicono - evidenzia ancora l'ad della Lega Righi - che siamo sulla strada giusta, considerando che a un top club della Superlega per l'annata serve un budget di circa 4,5-5 milioni, mentre per chi lotta per i playoff bastano 1,5-2 milioni». Un quadro di sostenibilità, che Righi prova a proiettare sul medio termine: «Il movimento deve anche interrogarsi su come intendere il concetto di sviluppo. Crescere non vuol dire solo aumentare introiti e ricavi, ma anche incrementare il pubblico, migliorare strutture e regole, sviluppare la cultura e i valori della pallavolo. È quello che proviamo a fare ogni giorno sottorete».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MINI-MONTEPREMI

110

 mila euro

È la cifra dei bonus da ripartire tra le prime quattro classificate



Ivan Zaytsev.
Lo schiacciatore della Nazionale

SPETTATORI RECORD

+132%

L'aumento degli incassi da quando Zaytsev è a Perugia

La fotografia della pallavolo italiana

Dati aggiornati al 30 giugno 2016



348.000

Atleti totali



58.700

Dirigenti



18.000

Squadre



6.500

Arbitri



20.000

Allenatori



170.000

Partite all'anno



20.000

Partite a settimana



4.500

Società Affiliate



1,5-2 mln euro

Budget medio stagionale per un club che lotta per i playoff



4,5-5 mln euro

Budget medio stagionale per un club di prima fascia

