

**VOLLEY**

Un dato a sorpresa: la nazionale vince medaglie e titoli a valanga ma i tesserati della Federazione diminuiscono di colpo del 40 per cento. Per racimolare qualche miliardo 10mila d'iscrizione, prima era gratuita. Ora solo «atleti attivi», ma l'immagine di uno sport giovane va in crisi

# Indietro a tutta forza

«Cinquecentomila i praticanti del volley? Macché, se arriveremo alla metà sarà già un grande successo». I dirigenti della periferia della pallavolo si trovano a fare i conti con la drastica diminuzione dei tesserati che si aggira sul 30-40%. «Un'azione pericolosa; dovevamo farla proprio adesso? La riduzione non fa bene a nessuno e non c'è alcun movimento trainante se non la nazionale di Julio Velasco».

**LORENZO BRIANI**

ROMA. I tesserati del volley? Un'incognita. Di sicuro c'è una cosa sola: la famosa soglia dei 500.000 non è stata superata, anzi. Con le nuove direttive federali, il numero dei tesserati attivi della pallavolo diminuirà del 30-40%. La Fipav, infatti, da quest'anno ha introdotto il «tesseramento a pagamento». Una formula esplicita per avere il numero preciso dei praticanti accompagnati da introiti per diversi miliardi. Fino alla passata stagione, la caratteristica essenziale della Federvolley era la gratuità in tema di cartellini. Le società assorbivano nella quota associativa dell'affiliazione, unica per tutte le categorie, il costo delle tessere, qualunque fosse il numero dei propri atleti. Una caratteristica che in realtà trovava una sua scelta politica ben definita: si voleva che nella società sportiva convivessero gli atleti della prima squadra insieme a quelli delle serie inferiori, rappresentanti essenziali di quella massa di praticanti che ha fatto della



pallavolo un gioco fra i più diffusi. La Fipav ha introdotto un elemento nuovo: il pagamento di una quota individuale (10.000 lire) allineandosi alle normative di altre federazioni, scegliendo (consapevolmente?) di invertire la propria linea politica, quasi fosse stanca di gestire i grandi numeri e ritenere esaurita la fase promozionale. Così, se da una parte le diecimila lire ad atleta porteranno nelle casse federali due o tre miliardi, dall'altra ci sarà un secco ridimensionamento del numero dei tesserati. Una scelta che ci sembra quanto meno fuori tempo. In un momento in cui il presidente del Coni, Arrigo Gattai, lamenta una diminuzione generale dei praticanti, in parte motivata dal decremento della popolazione giovanile, ma molto dalla tendenza delle Federazioni a gestire soltanto atleti ampiamente selezionati per conseguire grandi risultati e alti stipendi, dalla crisi diffusa degli

A destra Luca Cantagalli in ricezione: la Sisley ha deluso le aspettative. È agli ultimi posti nelle classifiche di pubblico e incassi. In basso, a centro pagina un'azione di Gabeca-Maxicono e sotto il presidente federale Nicolò Catalano



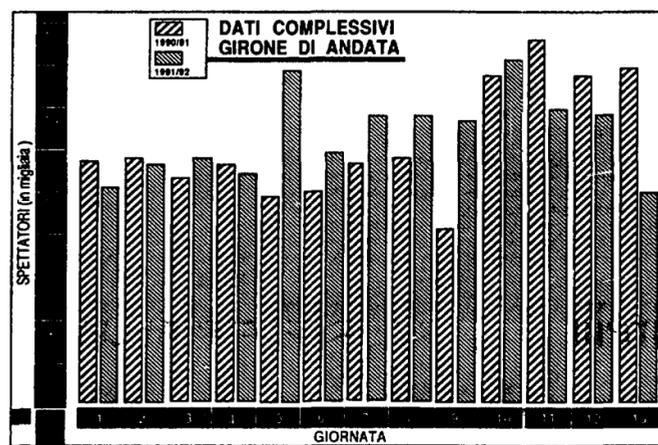
Enti di promozione sportiva, dai contrasti fra il Coni e la scuola, più attenti entrambi a rinfacciarsi compiti e responsabilità che a rinnovare i protocolli d'intesa, la Federvolley avrebbe potuto cogliere il momento felice di una nazionale vincente («unico punto trainante») per consolidare lo «zoccolo duro» dei praticanti onde garantirsi un futuro anche quando altre nazionali saliranno sul podio. «Come al solito ci facciamo notare per le mosse sbagliate e non per quelle azzeccate», tuonano alcuni dirigenti regionali e provinciali. «La Federazione ha allungato di 30 giorni il termine dei tesseramenti, una mossa per cercare di "limitare i danni"? Di sicuro c'è solamente un diffuso malcontento per la diminuzione dei tesserati che si aggira sul 25-30% e in alcuni casi raggiunge anche il 45%. Non era meglio aspettare due anni per una operazione



**Falconara meglio di Milano**

|                                     | P.g.           |
|-------------------------------------|----------------|
| 1) MAXICONO PARMA                   | 21.651 6       |
| 2) CHARRO PADOVA                    | 17.032 8       |
| 3) MESSAGGERO VOLLEY RAVENNA        | 14.112 6       |
| 4) CARIMONTE MODENA                 | 13.031 7       |
| 5) SIDIS TOMBOLINI DRINKS FALCONARA | 12.636 8       |
| 6) GABECA ECOPLANT MONTICHIARI      | 12.020 7       |
| 7) OLIO VENTURI SPOLETO             | 11.695 7       |
| 8) BRESCIA PALLAVOLO                | 11.135 6       |
| 9) MEDIOLANUM MILANO                | 10.890 6       |
| 10) ALPITOUR CUNEO                  | 10.644 6       |
| 11) SISLEY TREVISO                  | 10.353 5       |
| 12) INGRAM CITTÀ DI CASTELLO        | 9.727 6        |
| 13) TERME ACIREALE SCAINI CT        | 7.913 6        |
| 14) GABBIANO MANTOVA                | 6.864 7        |
| <b>TOTALE</b>                       | <b>169.703</b> |

P.g. = Partite giocate in casa



del genere? Questo nuovo tipo di tesseramento è stato suggerito direttamente dal Coni o la Federazione aveva un impellente bisogno di liquidi? Quindi le lamentele continuano. «È normale, ed era preventivabile, che la Fipav concedesse una proroga ai termini del tesseramento. Tutto questo perché ci si aspettava che i tesserati attivi fossero molti di più. Siamo riusciti a sfruttare al meglio l'onda lunga del successo della nazionale di Velasco ai

## Il campionato va a gonfie vele. In aumento il pubblico e gli incassi. Maxicono regina e Sisley in caduta libera

Incassi in vertiginoso aumento (+ 20%), trend positivo anche per le presenze del pubblico pagante. Il campionato di pallavolo dà i numeri. Moltissime gare interne i campioni d'Italia del Messaggero hanno incassato oltre 200 milioni di lire mentre la Maxicono si è piazzata al primo posto nella classifica delle presenze al Palasport. Deludono due «big»: Sisley e Mediolanum hanno incassato meno dell'Ingram.

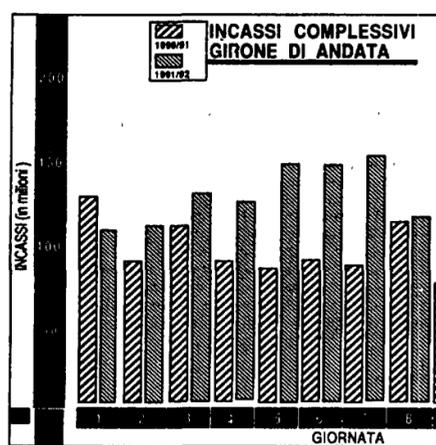
## Il presidente replica alle critiche «Sono solo vigliaccate»

Il presidente della Federvolley, Nicolò Catalano, risponde alle pesanti critiche che la periferia muove contro le nuove norme del tesseramento. «Era impossibile andare avanti così, dovevamo fare qualcosa e credo che le decisioni del Consiglio federale siano azzeccate. Scopriremo il vero numero dei praticanti attivi, e non mi sembra una cosa di poco conto».

ROMA. Il presidente della Federazione pallavolo, Nicolò Catalano, risponde alle critiche mosse dalla periferia contro il nuovo metodo di tesseramento per gli atleti nella stagione '91-'92.

«All'inizio era un problema di assicurazione. La convenzione con la Sportas costa oltre 700 milioni di lire a stagione. Era opportuno fare questi passi. Quindi non era soltanto un problema finanziario. Costi il Consiglio federale ha deciso di far pagare ogni tesseramento. Questo, poi, ci permetterà di avere il numero reale dei "tesserati attivi" della pallavolo. Mi sembra un'azione da lodare, non da criticare».

Intanto i dirigenti della periferia accusano la Fipav di sembrare un movimento vivo, un movimento che bene o male poteva contare di quasi 500.000 tessere. «Questa è una vigliaccata, abbiamo fatto una consultazione dei presidenti regionali, proprio poco tempo fa. Se c'era qualcosa da obiettare bisognava farlo in quella occasione e non dare fiato a critiche che non fanno bene a nessuno. La proroga di trenta giorni per il termine dei tesseramenti l'anno chiesta proprio i comitati periferici. Di certo non l'abbiamo imposta noi. Ci aspettavamo un calo del 25-30% (150.000 tesserati), ma le nuove normative sul tesseramento ci daran-



**A Catania solo gli spiccioli**

|                                     | P.g.                 |
|-------------------------------------|----------------------|
| 1) MESSAGGERO VOLLEY RAVENNA        | 212.272.579 6        |
| 2) CHARRO PADOVA                    | 202.618.539 8        |
| 3) OLIO VENTURI SPOLETO             | 153.546.000 7        |
| 4) SIDIS TOMBOLINI DRINKS FALCONARA | 144.886.466 8        |
| 5) ALPITOUR CUNEO                   | 128.372.000 6        |
| 6) MAXICONO PARMA                   | 123.006.550 6        |
| 7) BRESCIA PALLAVOLO                | 120.012.216 6        |
| 8) INGRAM CITTÀ DI CASTELLO         | 114.592.478 6        |
| 9) GABECA ECOPLANT MONTICHIARI      | 107.442.874 7        |
| 10) CARIMONTE MODENA                | 92.222.800 7         |
| 11) MEDIOLANUM MILANO               | 88.356.196 6         |
| 12) GABBIANO MANTOVA                | 87.800.066 7         |
| 13) SISLEY TREVISO                  | 75.054.707 5         |
| 14) TERME ACIREALE SCAINI CT        | 45.000.000 6         |
| <b>TOTALE</b>                       | <b>1.695.563.471</b> |

P.g. = Partite giocate in casa

Ghiretti general manager non fa il diplomatico: «Meglio così, coi numeri non si bluffa»

## Ma la Lega gode e conta i soldi

Pallavolo, immagine, media e sponsor. Questa è la Lega del volley italiano. Sette miliardi di budget da gestire e i difficili rapporti fra le associate e la Federazione pallavolo. «Dai federali abbiamo sempre avuto molte parole e pochi fatti». Roberto Ghiretti, general manager della Lega mette a punto le linee programmatiche future. I tesserati sono diminuiti a dismisura? «Meglio così...».

ROMA. L'immagine, il modo di proporsi al pubblico, la gestione delle vittorie e delle sconfitte del volley di serie A. Questo rappresenta la Lega, di questo si occupa Roberto Ghiretti, il General manager. Non sarà facile gestire il contraccollo che la drastica diminuzione dei tesserati inevitabilmente intaccherà anche il volley d'alto livello. «È giusto - dice - che si sia fatta luce sul numero effettivo dei tesserati in Italia. La cifra dei giocatori attivi è, comunque sia, molto alta e rappresenta la reale forza del movimento.

Tutte le diverse federazioni, comunque, hanno un sistema di tesseramento piuttosto simile a quello che aveva la pallavolo fino a poco tempo fa: anche chi non partecipa attivamente ai campionati, pur essendo stato tesserato almeno per una stagione, spesso e volentieri figura nei tabulati federali. Il volley, comunque va avanti, come verso una maturità forse mai immaginata finora. I club della massima serie spendono migliaia di milioni a stagione per acquistare quel triangolino tricolore, un pezzetto di fama da spedire nelle voraci fauci degli amati sponsor. Dall'altra parte c'è la Federazione che con le sue movenze elefantine non riesce a stare al passo dell'associazione dei club di serie A. I rapporti fra Lega e Federazione non sono stati mai idilliaci. Le proposte di Ghiretti sulla gestione diretta dei campionati, sulla possibilità di andare a trattare direttamente con Ruben Acosta, presidente della Federazione internazionale, sono sempre state rifiutate a priori. «I rapporti con la Fipav - dice Ghiretti - sono da verificare, da migliorare. Per ora abbiamo sentito molte parole non accompagnate dai fatti. Noi non siamo dei concorrenti e nemmeno vogliamo intralciare i programmi federali. La domanda viene spontanea: da ma la Federazione ci vede come avversari o come uno strumento di sviluppo per l'intero movimento pallavolistico italiano? Ecco, dobbiamo ancora

chiarezza questo punto che ritengo sia essenziale. Quando lo avremo fatto, allora si potrà davvero iniziare una collaborazione attiva. Così la pallavolo potrà davvero fare un salto di qualità enorme. Ognuno ha i suoi compiti. Il progresso, nel bene o nel male, va avanti e noi non abbiamo nessuna intenzione di perdere colpi». Trasparenza, questo è il motto della Lega che quest'anno è chiamata a gestire un budget di oltre settemila milioni di lire. «Il nostro bilancio (nettamente inferiore a quello della Federvolley) - continua Ghiretti - è zeppo di voci riguardanti l'immagine, la promozione e i servizi. Il contratto con il videotel, esiste ormai da un anno. È una banca dati importante, fondamentale per le associate e utile per gli appassionati». La pallavolo, comunque, rispetto al basket è ancora molto lontana. «Prima si parlava di anni luce, ora soltanto di anni,

ROMA. Non violento. Questo è l'elemento che caratterizza il pubblico della pallavolo. Un pubblico sempre più numeroso e, elemento caratterizzante, formato in gran parte da ragazze, piccole fans dei vari Zorzi, Lucchetta e Bernardi. Dopo il boom post-mondiale del '90, alla fine del girone d'andata del campionato '91-'92, i dati offerti dalla Legavolley parlano chiaro: c'è un ulteriore aumento, seppur minimo (4%), delle presenze nei Palasport e un massiccio aumento degli incassi: 20% in più rispetto alla passata stagione. L'incontro con il maggior numero di spettatori paganti è quello del 30 novembre dove al Palasport di Parma sono accorsi ad assistere a Maxicono-Mediolanum 4472 spettatori portando nelle casse della società emiliana poco più di 33 milioni. La metà di quanto ha incassato il Messaggero nell'incontro del 3 novembre contro la Mediolanum dove gli introiti hanno superato i 70 milioni di lire e gli spettatori paganti erano 4431. La giornata che ha fatto registrare il maggiore incasso è la 10ª con un totale di 192.731.435, nonostante l'incasso di Scaini Catania-Alpitour Cuneo non sia stato reso noto per impossibilità ad aprire la posizione Siae. Questi soltanto alcuni dei significativi dati della prima parte della regular season del campionato di pallavolo.

Dopo 13 giornate, gli spettatori sono stati 169.703 per un incasso totale di 1.695.563.471 e la media degli spettatori paganti per incontro è di oltre 1800 presenze per un incasso di 18.632.785 lire. Il dato sugli incassi complessivi, fra A1, A2 e Coppa Italia, è di oltre due miliardi e mezzo per un pubblico valutabile sulle 300.000 unità. In Coppa Italia, spicca un dato negli ottavi di finale A Roma, per l'incontro fra Lazio (serie A2) e i campioni d'Italia del Messaggero di Ravenna, c'erano oltre 6.000 spettatori. Un dato invidiabile anche dai migliori club della massima serie.

L'incremento del pubblico nella stagione '91-'92 è soltanto del 4%, un po' poco per far paura a Kukoc e soci ma, se si vanno a guardare i dati di qualche stagione fa, la pallavolo in soli due anni ha fatto passi da gigante, passando da un'ora ai campionati europei dell'89 e l'iride di Rio de Janeiro. In quella occasione ogni partita avrà, com'è successo nella passata stagione, una cornice di pubblico invidiabile. In quella occasione ogni partita avrà, com'è successo nella passata stagione, una cornice di pubblico invidiabile. In quella occasione ogni partita avrà, com'è successo nella passata stagione, una cornice di pubblico invidiabile. In quella occasione ogni partita avrà, com'è successo nella passata stagione, una cornice di pubblico invidiabile.