

Sponsor e botteghino, il volley vale 100 milioni

Oggi si chiude a Torino la rassegna iridata di pallavolo con record di pubblico in tv e nei palasport della Penisola. Intanto tra Superlega maschile, Serie A femminile e Nazionali cresce il giro d'affari del movimento italiano

VOLLEY E CICLISMO

Campionati mondiali

Marco Bellinazzo
Benedetto Giardina

Un altro sold out nel mondiale di pallavolo maschile: l'ultimo, quello che verrà registrato questa sera, per la finale in programma al PalaOlimpico di Torino, sede dell'atto conclusivo del torneo organizzato da Italia e Bulgaria. Una finale che mette in palio un premio da 200mila dollari per la nazionale campione del mondo, con un premio di consolazione da 125mila dollari per la finalista perdente e di 75mila dollari per i terzi classificati, oltre a un totale di 100mila dollari da dividere per gli otto premi individuali.

Al di là del cammino dell'Italia, il cui sogno si è infranto nella Final Six contro la Serbia, questo mondiale è stato un successo di pubblico, con record nella gara d'esordio degli azzurri e impianti pieni al massimo della capienza per le sfide in cui sono scesi in campo i ragazzi guidati da Blengini. La nazionale italiana è stata accolta a Roma, Firenze, Milano e Torino (mentre le altre piazze italiane in cui si è svolto il mondiale sono Bari e Bologna) con una risposta di pubblico da primato (100mila persone). A partire dalla prima partita del girone, giocata al Foro Italico contro il Giappone: 11.170 spettatori con un incasso da 269.471 euro, record in gara secca superato sempre nel corso del mondiale da quello ottenuto per Italia-Serbia. Dati in calo, invece, col passaggio al Mandela Forum di Firenze: incasso da 111.910 euro per la «prima» in Toscana contro il Belgio, dinanzi a circa 7500 spettatori. Cifre pressoché identiche per la sfida contro la Repubblica Dominicana, mentre contro l'Argentina e la Slovenia si sono registrate oltre 8000 presenze sugli spalti. Il

«jackpot», però, lo sbanca Milano. Al Forum di Assago, per le sole tre sfide con gli azzurri in campo, il botteghino ha garantito oltre 735 mila euro. A partire dalla sfida con la Finlandia, con circa 230 mila euro di ricavi e 12.610 spettatori. Si sale a 12.785 per i due match che hanno permesso all'Italia di guadagnare l'accesso alla terza fase: contro la Russia l'incasso è stato di 249.680 euro, contro l'Olanda di 255.676 euro. E la striscia di sold out è proseguita a Torino, al PalaOlimpico, per Italia-Serbia e Italia-Polonia. Un tutto esaurito che va ad aggiungersi a quello delle final four, già garantito da agosto. La sfida con i serbi ha portato ad un incasso di 282.900 euro, il più alto mai raggiunto per una partita di pallavolo, con 11.700 spettatori ad assistere alla partita.

Dati più che confortanti in merito all'appeal che la pallavolo è tornata ad avere in Italia. Una scommessa vinta dagli organizzatori del mondiale che, stando alle stime del 2015 di Carlo Magri, alla guida del Comitato organizzatore, hanno dovuto sostenere costi per circa 20 milioni di euro. E per la parte italiana del torneo (con 52 partite disputate nel nostro paese e 42 in Bulgaria), il Coni ha messo a disposizione della federazione una somma pari a quattro milioni di euro, da aggiungere a quella ricavata dalle sponsorizzazioni del main partner Intesa Sanpaolo e degli altri partner ufficiali regionali.

Il successo del volley azzurro non è un fenomeno estemporaneo. I sold out nei palazzetti e l'audience per le dirette di Rai2 e Raisport (con punte di share oltre il 15%), seguono la scia di un pubblico record che affolla le arene italiane soprattutto nel corso dei play off del campionato nazionale, sia maschile che femminile. Un trend che si sta consolidando negli ultimi anni, anche grazie a scelte drastiche ed anche «impopolari» assunte da Federazione e Leghe per far fronte a una crisi economica che stava diventando endemica, con il rischio di intaccare le

fondamenta del movimento.

Il «fatturato» del volley tricolore - tra la Superlega maschile, la Serie A femminile e la Federazione presieduta da Bruno Cattaneo (che riceve un contributo dal Coni di circa 5 milioni e fra sponsor e tv punta a incassarne altrettanti) - viaggia verso quota 100 milioni. La Superlega si è trasformata dalla stagione 2014/15 secondo un modello Nba (con franchigie dalla solidità economica certificata e assenza di retrocessioni fino alla stagione che sta per iniziare). Il giro d'affari oggi è stimabile in circa 60 milioni, con un'influenza importante del botteghino (grazie a incassi da primato che ad esempio a Modena hanno superato il milione) e degli sponsor, soprattutto quelli che investono in quanto proprietari dei club, da cui derivano tra i 45 e i 50 milioni di entrate. La Superlega ha imposto alle società investimenti sui palasport e una modernizzazione nella gestione: dal sistema delle licenze ai parametri «social» (con il bonus previsto per chi raggiunge gli 80mila contatti su YouTube in stagione), dall'ampliamento della capienza minima a 3mila posti negli impianti al tetto di presenze sugli spalti da mantenere pari all'80 per cento. I club devono conservare un equilibrio nei conti, oltre a versare una quota di iscrizione (150mila euro più una fidejussione da 400mila euro, 75mila euro e fidejussione da 200mila se il club proviene dalla A2). La Commissione Ammissione Campionati è tenuta a verificare ogni anno il rispetto degli impegni economici presi dalla società, con attenzione ai compensi dei tesserati.

Il vero tema in vista di Tokyo 2020 sarà il ricambio generazionale in Nazionale (con il progetto del Club Italia inabissato in A2). Intanto la Nazionale femminile (alimentata da un Club Italia che ha funzionato molto meglio) disputerà ad ottobre il mondiale in Giappone accompagnata dallo sponsor unico della Fipav, DHL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MONDIALI 2018 IN CIFRE

20 milioni

I costi organizzativi

Per il Mondiale Italia e Bulgaria, paesi ospitanti, hanno dovuto sostenere costi per circa 20 milioni di euro. Per la parte italiana del torneo (con 52 partite disputate nel nostro paese e 42 in Bulgaria), il Coni ha messo a disposizione della federazione una somma pari a quattro milioni

3 milioni

L'incasso ai botteghini italiani

Per le partite in Italia sono stati incassati al botteghino circa tre milioni in totale. Per l'esordio al Foro Italico contro il Giappone il pubblico è stato pari a 11.170 spettatori con un incasso da 269.471 euro. Il record delle entrate è stato registrato, però, in occasione di Italia-Serbia. La sfida con i serbi a Torino ha portato a un incasso di 282.900 euro, il più alto mai raggiunto per una partita di pallavolo, con 11.700 spettatori



Il record. Per la partita dei Mondiali di Volley 2018 giocata a Torino dal capitano dell'Italia Ivan Zaytsev (nella foto) e compagni contro la Serbia l'incasso è stato di 282.900 euro

ANSA