

LEGA PALLAVOLO SERIE A FEMMINILE

IL PROGRAMMA DI ROBERTO GHIRETTI

In questi giorni diverse società mi hanno chiesto una disponibilità ad aiutare la Lega Pallavolo Serie A Femminile a superare questo momento emergenziale e programmare un nuovo modello per continuare la crescita della Lega.

Sono, certamente, un uomo della riserva, ma un grande appassionato di sport da sempre, e la pallavolo è stata, e continua ad esserlo, gran parte della mia vita. Sono un uomo antico ma non vecchio e la dinamicità è ancora parte integrante del mio modello di essere. E anche la mia esperienza professionale penso possa essere utile per aiutare a far crescere il prodotto volley femminile.

Per questi motivi, non potevo certo dire di no a questa “chiamata alle armi”, con l’obiettivo (per il tempo che servirà e che riterrete necessario) di portare la Lega Pallavolo Serie A Femminile verso un nuovo modello di gestione sostenibile, anche alla luce degli effetti attuali e futuri del COVID-19.

È vero, abbiamo davanti a noi degli scenari foschi, ma, allo stesso tempo, grandi praterie dove costruire un modello nostro e vincente; perché è in questo momento che si possono porre le fondamenta per uno sviluppo futuro. Dobbiamo quindi sapere che il lavoro che la Lega dovrà mettere in pratica sarà complesso e difficile e dovrà declinarsi su due piani paralleli di realizzo e di visione:

- Piano 1: per gestire quest’anno, la grandissima emergenza che stiamo attraversando. Chi non la vede sbaglia la valutazione in maniera netta. La Lega è stretta tra Scilla e Cariddi, tra l’emergenza virus e le programmazioni internazionali. Sarà necessario essere pronti a fare scelte coraggiose; se c’è passato Ulisse possiamo farlo anche noi
- Piano 2: per programmare il futuro prossimo, studiando un nuovo modello che permetta alla Lega di guadagnare spazi competitivi, essere ancora più forte quando sarà possibile tornare una sorta di normalità e individuare nuove risorse per una crescita globale.

Si può fare? Si può lavorare in maniera decisa su questi due fronti?

Probabilmente sì, ma sarà necessario partire subito e parallelamente su entrambi i piani rimboccandosi tutte le maniche, cercando di tenere bene a mente quelle che io ritengo le mie keyword: Ambiziosa umiltà, sobrietà, progresso, trasparenza, dinamismo, condivisione, apertura al mondo, concretezza, legalità.

Sono convinto che insieme si possa davvero fare tanto, e alla fine del primo anno avremo le idee chiare su quale sarà il futuro della Lega. Da parte mia credo che saremo in grado di superare questa tempesta.

LE PRIORITÀ D'AZIONE

Credo che in questo momento ci siano delle priorità che devono essere affrontate nell'immediato:

- **Campionato e gestione dell'emergenza**

Servirà lavorare per la programmazione del prossimo campionato (individuando più ipotesi a seconda dello sviluppo dell'emergenza). Per fare ciò, sarà necessario anche valutare la possibilità di consorzio alcuni servizi (penso banalmente alla sanificazione degli impianti sportivi ma ovviamente non solo) per affrontare l'emergenza in maniera sicura e condividere con CONI, FIPAV e le Pubbliche Amministrazioni a livello nazionale e locale, linee d'azione certe e sostenibili.

- **Programmazione futura**

È necessaria una programmazione a medio lungo termine, una visione organica che consenta di individuare modelli di costo/ricavo sostenibili per tutti i club e tutto il movimento, e una chiara regolarità delle posizioni amministrative. Ovviamente ci sono situazioni economiche diverse tra i club della Lega, ma dovranno essere attivate condizioni che garantiscano la regolarità del campionato ma anche la più ampia partecipazione possibile.

Questa programmazione si potrà raggiungere solo con una condivisione e un coinvolgimento costante dei club, attraverso la realizzazione di molteplici momenti di incontro sia virtuali che fisici (quando sarà possibile), e con il coinvolgimento di figure di pensiero, passione e professionalità che possano mettere la loro esperienza nel campo

dell'economia, della comunicazione, dello sport, a servizio della Lega per l'individuazione di nuove idee e progettualità per una costante crescita del prodotto.

- **Lega Pallavolo Serie A Femminile**

Sostegno da sempre che la Lega sia delle società e di nessun'altro; il motto che da sempre ho sostenuto è che "la Lega siete voi". Le figure dirigenziali di Lega servono per permettere alle società di migliorare il proprio percorso, accrescere la propria posizione e sviluppare una politica comune per il raggiungimento di obiettivi condivisi tra tutti i club. Per questo credo che sia fondamentale una gestione organizzativa, amministrativa (con una gestione dei costi assolutamente trasparente e sostenibile) e politica condivisa in ogni aspetto con l'Assemblea e con il Consiglio Direttivo, entrambi secondo le loro competenze statutarie.

Sono convinto che senza una condivisione vera delle società sia difficile fare qualunque cosa, ma in maniera analoga che con il lavoro di tutti si possa arrivare a far crescere il volley femminile e di conseguenza i suoi club, partendo da una forte attività di formazione su aspetti trasversali fino ad arrivare a nuove modalità di assistenza e affiancamento.

- **I Club della Lega**

Se come ho scritto le società rappresentano la forza della Lega, sarà necessario operare per una loro continua crescita manageriale. Sarà quindi fondamentale favorire una piena assistenza ai club per lo sviluppo di nuove linee di crescita, per lo studio di ulteriori prodotti, paralleli all'attività agonistica, che possano dare maggiore valore e forza sui rispettivi territori, e per un affiancamento nei rapporti con gli Enti pubblici e le principali istituzioni sportive. Infine potranno essere ideate occasioni di formazione e sviluppo delle competenze di tutte le figure all'interno dei club per acquisire una nuova e piena consapevolezza del proprio ruolo e delle possibili azioni di crescita.

Inoltre sarà fondamentale visitare almeno una volta all'anno ciascuna società della Lega per capire bisogni e necessità e ragionare sulle strategie. In queste occasioni, insieme alle società si potranno anche incontrare le Pubbliche Amministrazioni di riferimento per consolidare i rapporti tra loro e i club e studiare possibili ulteriori sinergie progettuali. Per lavoro, da vent'anni, faccio almeno 90.000 chilometri all'anno, non sono certi dei

viaggi in più che mi spaventano, anzi credo siano occasione di conoscenza e arricchimento.

- **Comunicazione**

La comunicazione rappresenta un canale fondamentale per dare valore al prodotto “volley femminile” e aumentare ancora di più la visibilità della Lega, del campionato e dei suoi eventi, dei suoi club, delle giocatrici ed allenatori e di tutti i suoi personaggi. Per questo motivo sarà necessario muoversi parallelamente su due piani:

- Potenziare i rapporti con le TV (RAI e Mediaset) e con la carta stampata (nazionale e locale), attraverso una forte attività di media relations per ottenere servizi e spazi che mettano in risalto l’attività della Lega e dei suoi club;
- Ragionare sui secondi diritti, valutando se restare unicamente sul web o cercare altre piattaforme OTT o reti televisive diverse;
- Sviluppare sempre più i canali social e digital per renderli maggiormente funzionali ad una continua esposizione e un coinvolgimento attivo del pubblico, degli appassionati, di tutti gli stakeholders del volley e delle atlete di ogni livello, che porti ad un reale engagement efficace e coerente. In questi anni si è fatto tanto, ora, grazie alle tecnologie, è il momento di alzare l’asticella ancora più in alto;
- Arrivare alla definizione di un accordo di ampia portata strategica con La Gazzetta dello Sport che consenta una vera partnership e una forte interazione per la promozione del volley femminile.

Parallelamente servirà operare in maniera forte a livello interno, con una comunicazione chiara, trasparente e continuativa che sia sempre più capace di tenere i club vicini e aggiornati su tutta la linea e su tutte le attività sviluppate, al fine di poter creare anche nuove sinergie.

- **Marketing**

In maniera analoga alla comunicazione, sarà necessario operare per un continuo sviluppo del marketing, inteso come sviluppo del prodotto “Volley femminile”. È necessario puntare su aspetti che fino ad oggi non sono ancora stati “battuti”; pensiamo ad esempio al legame che esiste tra la pallavolo femminile e la Donna italiana.

Se aggiungiamo alle 250/270 mila tesserate ci sono qualche milione di ex pallavoliste che oggi sono mamme, zie o nonne. Parliamo di un target di persone che hanno un fortissimo potere d'acquisto e su cui possiamo lavorare. Ma pensiamo anche a quanto le nostre atlete possano essere vere testimonial o influencer di prodotti femminili e quanto questo aspetto possa essere ancora più promosso e utilizzato. Le aziende che operano nel mondo femminile sono assoluti punti di forza e ritengo che un rapporto con loro possa essere implementato.

Per ottenere questi risultati e reperire nuove risorse sarà quindi necessario studiare nuove strategie che siano sempre condivise con i club:

- Realizzazione di nuovi prodotti utili ad individuare nuove aree di mercato;
- Differenziazione dei prodotti per rivolgersi a nuovi e selezionati pubblici;
- Allargamento del mercato di riferimento per coinvolgere nuovi stakeholders (in particolar modo categorie legate a target femminili, alimentari, beauty e wellness);
- Ideazione di progetti di comunicazione integrata;
- Studio di progettualità legate alla responsabilità sociale (a mio avviso un'azione davvero fondamentale).

- **Eventi**

Gli eventi rappresentano la vetrina della Lega e dei suoi club e dunque bisogna riuscire a renderli ancora più redditivi in tutti i sensi. Sarà necessario quindi lavorare non solo ad una continua crescita degli eventi, sia a livello promozionale che di introiti, ma anche all'individuazione di nuovi eventi e nuovi prodotti che possano valorizzare l'attività della Lega, sia a livello sportivo che a livello comunicazionale o sociale.

Per tutto questo sarà fondamentale il pieno coinvolgimento delle società, affinché questi eventi e attività siano organizzati davvero a quattro mani con i club, lasciando loro ricadute a livello economico, di legacy, di relazioni sociali e territoriali, ma anche di competenze.

- **Pubblico**

Il pubblico rappresenta una parte fondamentale della vita della Lega e dei club, sia per

quanto riguarda gli incassi, sia per quanto riguarda la reputazione e l'attenzione mediatica che i fan sono capaci di offrire. Per questo motivo, nella costruzione di un prodotto vincente legato al Volley femminile, non può mancare una strategia e delle azioni rivolte ai tifosi, sia alla loro fidelizzazione che all'acquisizione di nuovi target. Oggi forse si dovrà giocare a porte chiuse (ci batteremo nelle sedi istituzionali perché ciò non accada) o con una capienza ridotta alla metà, ma da subito vanno studiate strategie e percorsi che permettano in futuro di avere impianti pieni, aumentando la media spettatori. Pensiamo da subito a iniziative e progetti per coinvolgere gli appassionati e il popolo del volley, al fine di creare entusiasmo, passione ed engagement territoriale. Servirà coinvolgere tutta la base territoriale della pallavolo (composta da atlete e società sportive) creando un modello condiviso di azione, individuando le migliori case histories già realizzate, che permetta di renderla parte integrante dei nostri spettatori. Dobbiamo lavorare ora per creare le condizioni per avere un pubblico straordinario non appena sarà possibile.

- **Rapporti istituzionali**

FIPAV: potenziamento dei rapporti con la Federazione attraverso una dialettica forte ma anche una sintesi sempre condivisa. Sarà necessario arrivare ad una indipendenza vera ma che sia strategica alla realizzazione di percorsi da condividere insieme (soprattutto nei rapporti internazionali). Non sono un "federale" e la mia storia ne è testimone da sempre. Nello specifico credo sarà fondamentale arrivare a definire:

- un programma di supporto per la riduzione dei costi per la stagione 20/21, in particolar modo per le società di A2;
- un'ipotesi di riordino dei campionati alla luce dell'emergenza COVID-19;
- una convenzione che garantisca la massima sinergia assicurativa (e non solo) per l'utilizzo delle atlete in Nazionale che senz'altro tuteli le società e le atlete stesse ma che al contempo valorizzi anche il ruolo dei club.

Federazione internazionale ed europea: abbiamo ben chiaro il ruolo di FIVB, CEV e anche il nostro. Ed è un ruolo che rivendichiamo con orgoglio, nello spirito di piena collaborazione ma anche con la volontà di incidere, in un unicum con la FIPAV, su modelli organizzativi, sui calendari e sulla programmazione intesa nella sua pienezza.

Mondo politico: sarà fondamentale aprire un dialogo forte con tutto il mondo delle istituzioni, sia a livello nazionale (Governo, Istituto per il Credito Sportivo, ...), sia a livello locale (Regioni e Comuni), che sia finalizzato anche al reperimento di nuove risorse, a lavorare sul credito d'imposta e alla partecipazione di bandi europei, nazionali e territoriali, per far comprendere il ruolo strategico che la Lega e i suoi club possono avere nel tessuto sociale di un territorio. I rapporti non mancano sicuramente se sapremo lavorare uniti, e certamente non manca la credibilità, mia e vostra.

- **Atlete**

Le atlete dei vostri club rappresentano l'immagine più bella della Lega. Sarà necessario lavorare su tre aspetti:

- piena valorizzazione dell'immagine delle atlete, definendo, negli ambiti dei diritti sia dei club che delle atlete stesse, un percorso reale di valorizzazione che dia valore a loro, ai club e alla Lega;
- formazione di tutte le atlete, sia per prepararle nel post carriera, sia per valorizzare il loro ruolo e la loro immagine di testimonial del volley femminile;
- individuare una strada giuridica che tuteli dal punto di vista professionale sia le atlete che i club. Credo sia un passaggio indispensabile, l'avevo già iniziato a trattare molti anni fa, ma ora non è più derogabile. L'obiettivo è pensare ad un concetto di tertium genus tra la figura del professionista (legge 91) e quella del dilettante, come oggi siamo configurati.

- **Procuratori**

La Lega deve avere una visione chiara e decisa, ma allo stesso tempo lavorare per una dialettica costante anche se fatta non solo di interlocuzioni positive ma anche posizioni chiare e chiarezza dei rispettivi ruoli.

Per questo motivo, credo importante arrivare ad esempio ad una revisione delle modalità di accesso all'albo dei procuratori, deve senz'altro esserci condivisione e dialettica ma pur riservando alla Lega il ruolo centrale e una capacità di sintesi.

Concludendo, credo che nessuno si possa salvare da solo, soprattutto in un momento così difficile. Non sono certo il Papa ma abbraccio questa indicazione e credo che questo

programma sia dettato dall'amore per la pallavolo e dalla certezza che ogni parola è pensata per il bene dei club. Possiamo superare questo momento e con la nostra unità possiamo ottenere una nuova visibilità, un ruolo e un credito ancora più significativo.

Non sono il mago della pioggia, ma credo che tutto quello che ho scritto si possa realizzare e sia raggiungibile, ma solo se sarà presente un impegno massivo e una collaborazione da parte di tutti. È ovvio infatti che un programma non si possa scrivere in pochi giorni, ma dovrà essere pensato e ideato con l'aiuto di tutti. Abbiamo davanti a noi un mese di tempo per farlo e vi assicuro che sono aperto al contributo di tutti coloro che amano questo sport.

Per parte mia sono qua, starò a voi scegliere la strada e mio compito seguirla qualunque essa sia. Sono infine certo che alla fine di questo percorso, chi andrà avanti dovrà avere il compito di ricompattare tutte le società su direttrici comuni, avendo ben presente che solo una "squadra" unita saprà vincere le prossime importanti sfide.

Grazie!

Con la più sincera cordialità

Parma, 7 maggio 2020

A handwritten signature in black ink, reading "Roberto Ghiretti". The signature is written in a cursive, slightly slanted style.

[Roberto Ghiretti]