Sport&Business

TUTTI I NUMERI DELLO SPORT
#VOLLEY #CHAMPIONS #SERIEA1

SUPER BOTTEGHINO
1 milione
L'incasso 2016/17di Modena tra biglietti e abbonamenti

Osmany Juantorena. Lo schiacciatore di Civitanova

DIRITTI TV CHAMPIONS
1,5 milioni
Quanto Sportsman Media versa per i due tornei

Doppio successo del volley italiano: 800mila spettatori e finali Champions

Nei tornei nazionali è record di pubblico Da oggi Final Four europee a Treviso e Roma

Benedetto Giardina

Una passione onerosa, soprattutto quando si parla di Europa, ripagata però da una risposta di pubblico che conferma il momento positivo della pallavolo italiana. Sull'onda emozionale dell'argento olimpico di Rio, l'Italia ha concentrato i propri sforzi sul volley come da tempo non si vedeva, ospitando in concomitanza le Final Four di Champions League femminile e maschile.

Champions femminile

Si parte oggi con le donne, al PalaVerde di Villorba, dove l'Imoco Conegliano esordisce nell'élite europea: la Dinamo Mosca e le turche VakifBank ed Eczacibasi (entrambe di Istanbul) sono gli ostacoli da superare per la vittoria di una Champions League il cui valore rimane ancora legato al prestigio che a immediati ritorni economici.

Da questo punto di vista, in quanto società organizzatrice del torneo finale, Conegliano si è posta l'obiettivo di rientrare delle spese sostenute che partono da una base di 150mila euro come fee per aggiudicarsi le Final Four (cifra aumentata in sede di trattativa con la CEV) e che proseguono con tutto il lavoro di produzione televisiva. Anche se la Lega Volley Femminile e Sportitalia (tv delle finali) hanno sgravato gran parte dei costi relativi alla trasmissione dell'evento. La previsione sugli incassi tra pubblico e sponsor, però, è tale da rendere complicato il pareggio tra entrate e uscite. Si arriva a poco più di 200mila euro in caso di tutto esaurito per le quattro partite di questo weekend, a cui poi aggiungere i soldi del premio per il piazzamento finale: 50mila euro per la vincitrice, 30mila euro per la finalista perdente, 20mila euro per la terza e 10mila euro per la quarta classificata.

Champions maschile

Stesse cifre previste per il torneo maschile che si terrà la prossima settimana al PalaLottomatica di Roma, organizzato dalla SirSafety Perugia (che ha versato un fee base di 250mila euro). Perugia contenderà il titolo ai connazionali della Lube Civitanova, ai russi dello Zenti Kazan (grandi favoriti) e ai tedeschi del Berlin Recycling Volleys. Sul fronte premi, le differenze tra le due categorie sono minime: la Champions League femminile prevede un riconoscimento economico fisso per le partecipanti alla fase a gironi (5mila euro), ai playoffs 12 (6mila euro) e ai playoffs 6 (8mila euro), mentre il torneo maschile inserisce anche dei premi per la vittoria di ogni singola partita oltre al premio qualificazione. Una cifra potenzialmente maggiore, dovuta a una ripartizione diversa dei ricavi tv: The Sportsman Media Holding paga alla CEV un totale di 15 milioni per i due tornei, circa 900mila per quello maschile. Solo una quota minima con i premi viene destinata alle squadre. Per il resto, i club devono sobbarcarsi l'onere della produzione tv (circa 20mila euro a partita), rendendo di fatto nullo il guadagno della partecipazione alla massima competizione europea.

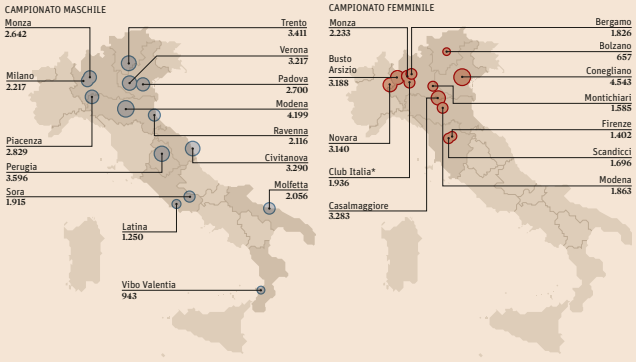
Il pubblico in Italia

Questioni economiche che non scoraggiano i club italiani, ripagati da un aumento dei ricavi nei palazzetti. Il pubblico rimane, insieme alle sponsorizzazioni, il principale volano per il movimento. La regular season 2016/17 ha visto 777.272 presenti sugli spalti nei due campionati di massima serie: 473.040 nella A1 maschile, con una media di 2599 spettatori a partita, e 304.232 in quella femminile, per una media di 2.305 spettatori. In entrambi i casi i numeri sono in ascesa: tutti i club maschili hanno registrato un aumento di presenze, fatta salva la leggera flessione di Latina (-5%), che si consola però con un +38% negli incassi. Una voce che vede l'Azimut Modena dominare con i suoi 561.285 euro di introiti, grazie ai 4.199 spettatori di media a partita. Nel femminile, invece, la media spettatori è aumentata del 9,7%, con Conegliano prima in graduatoria avendo registrato una media di 4.543 presenti sugli spalti. I ricavi tv, invece, sono monopolizzati dalle leghe. Nel caso della pallavolo maschile, alla lega arriva circa un milione dalla Rai (più altri 700mila euro dall'estero). Cifra che si riduce a poco meno di mezzo milione al netto dei costi di produzione, ma questa somma non viene ridistribuita ai club.

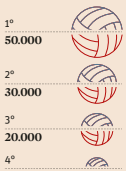
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Le statistiche economiche

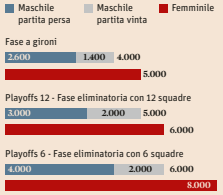
CAMPIONATO ITALIANO DI VOLLEY SERIE A1
Media presenze spettatori



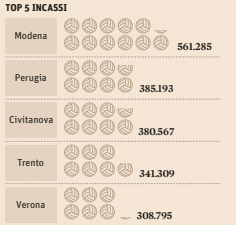
PREMI CHAMPIONS LEAGUE
Maschile e femminile.
In euro



PREMI PARTITA
Cifre per squadra, in euro



TOP 5 INCASSI



(*) dato non ufficiale, calcolato attraverso i tabellini (10 su 12 rilasciati dalla lega)

Fonte: elaborazione Sole 24 Ore su dati delle Leghe

INTERVISTA | Catia Pedrini | Presidente Azimut Modena

«Per il pieno rilancio servono impianti e un fisco ad hoc»

Il volley in Italia si esalta a Modena. Il PalaPanini è l'unico palazzetto nella A1 maschile ad aver superato i quattromila spettatori di media nel corso dell'ultima regular season, permettendo alla Azimut di chiudere la stagione con un incasso record da 561.285 euro. Cifre che segnano il primato nella pallavolo italiana, ma che rappresentano l'emblema del progetto di rilancio di un nome storico per lo sport del nostro paese.

Una strada segnata da Catia Pedrini, che nel 2013 ha avviato la ristrutturazione di una società giunta alle soglie del fallimento riportandola ai vertici, in Italia e in Europa.

Come nasce il piano di rilancio del Modena Volley?

Il progetto Modena Volley nasce da una serie di considerazioni: la necessità di restituire qualcosa al territorio, la presenza della pallavolo nel Dna di ogni modenese e l'importanza di Modena nel mondo del volley. Un passato che andava recuperato e riportato agli antichi fasti. L'obiettivo iniziale è sempre stato quello di trasformare la società sportiva in un'azienda e da qui è iniziata la sfida.

I dati relativi al botteghino segnano un solco tra Modena e il resto d'Italia.

Il volley è dentro ogni modenese, ma la sorpresa è stata vedere la passione per la nostra squadra anche fuori dall'Italia. Quando abbiamo rilevato la società ho deciso di non regalare più nulla a nessuno, per non privare di valore lo spettacolo della pallavolo. Il pubblico è il main sponsor di questa squadra, tra botteghino e abbonamenti portiamo a casa circa un milione di euro. La pallavolo non ha le entrate televisive del calcio ed è su questo che deve basarsi.

A Modena dal 2013. Catia Pedini

Il pubblico, in termini di budget, quanto pesa in un club come il vostro?

I ricavi principali vengono dal botteghino e dai partner, dagli sponsor. Biglietti e abbonamenti valgono da soli il 25% del nostro budget, in più il nostro pubblico è fondamentale per il consenso e l'attenzione che crea attorno al nostro nome. La brand identity è centrale per il nostro progetto e credo che alla lunga sia una mossa che possa pagare.

Dalle televisioni, invece, quanto arriva?

Zero. I proventi televisivi rimangono interamente nelle casse della Lega. La poca visibilità inoltre è un deterrente per i ricavi tv. Inoltre i club che partecipano alle coppe europee hanno l'onere della produzione, un costo ulteriore.

Dai risultati della nazionale fino all'organizzazione delle due Final Four di Champions League: l'Italia vuole riprendersi la scena nel volley mondiale?

I grandi eventi devono essere la punta di un progetto di rilancio del volley. Sono costosi, sottraggono risorse alla base e se alla fine non rimane nulla da questi eventi si riparte da zero. È come quando si organizzano le Olimpiadi e alla fine rimangono gli impianti inutilizzati. Bisogna imparare a fare delle cose differenti. Lo stesso argento olimpico non ha dato quel che poteva all'intero movimento, credo che il volley meriti ben altro.

A partire dagli impianti, probabilmente.

Quello è un tema che riguarda anche altri sport, ma è determinante. Andrebbero messi nelle condizioni di dare al proprio pubblico ciò che, ad oggi, riescono a dare solo i club di calcio. Servirebbero però altre cose, come valutare una fiscalità differente per chi svolge un'attività che non è a scopo di lucro e con evidenti risvolti sociali.

B. Gi.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

S&B NEWS

CALCIO/1

In Champions sarà sfida Monaco-Juve

La Juventus sfiderà il sorprendente Monaco nella semifinale di Champions . È questo l'esito del sorteggio di ieri a Nyon. La Juventus scenderà in campo a Monaco il 3 maggio allo Stade Louis II e il 9 maggio allo Stadium. L'altra semifinale vedrà in campo le due squadre di Madrid, Real e Atletico. Le semifinali di Europa League invece sono Ajax Amsterdam-Lione e Celta Vigo-Manchester United (si giocheranno il 4 e l'11 maggio).

CALCIO/2

Ffp: Inter e Roma promosse dalla Uefa

Inter e Roma sono state sostanzialmente promosse dalla Uefa nell'ottica del fair play finanziario. Anche se restano sottoposte ad alcuni vincoli. Per la Uefa l'Inter ha solo parzialmente soddisfatto gli obiettivi (a partire dall'obbligo principale di un deficit massimo di 30 milioni) e di conseguenza le misure sportive previste, come la limitazione dei giocatori utilizzabili in Europa e le limitazioni sui trasferimenti, continueranno ad essere applicate e dovrà raggiungere il pareggi entro il 2017. La Roma. ha rispettato gli obiettivi fissati per la stagione 2016/17 e il regime transattivo sarà applicato anche per la stagione 2017/18.

CALCIO/3

Tavecchio in Lega come commissario

La Figc ha deliberato all'unanimità di affidare al presidente, Carlo Tavecchio, il ruolo di commissario della Lega di serie A. Tavecchio nominerà un jury di esperti per la riforma dello statuto e potrebbe decidere l'applicazione dalla prossima stagione della moviola in campo (la Var).

SNOOKER

Al via la fase finale del tour mondiale

A Sheffield si disputa la finale del World Championship di snooker (l'epilogo è previsto il 1° maggio) targato Betfred sponsor fino al 2019. Lo snooker, specialità di biliardo nata nel Regno Unito e diffusa su scala mondiale, nel 2016 è stato seguito da 300 milioni di telespettatori. Nel Regno Unito la copertura tv è della BBC che versa 3,25 milioni di sterline all'anno. Eurosport ha siglato invece un contratto decennale da cinque milioni di sterline all'anno.