

# Domenica in campo

## DALLA PARTE DEI TIFOSI

### CORI DA CASA

### MAXISCHERMI E TV

### LE IDEE ANTI COVID

Tutte le iniziative della società di **Superlega** per fare sentire i supporter al centro del progetto anche senza andare nei palasport

di **Matteo Marchetti**

**Q**

ualcuno parla di fantasia, altri lo definiscono coraggio. Cambiano le definizioni, ma il concetto è lo stesso per tutte le squadre di **Superlega**: nel dopo-Covid il primo comandamento è pensare diversamente. In mezzo a tante incertezze e a modifiche (in Emilia-Romagna, per esempio, la deroga per l'apertura degli impianti è arrivata lunedì) le società hanno studiato piani, poi li hanno salvati nel computer e rifatti per essere pronti a un'eventuale nuova normativa. Foglio e matita in una mano, metro nell'altra per calcolare il distanziamento fra gli spettatori, i dirigenti si sono trasformati in geometri con l'obiettivo di garantire almeno a un gruppo di supporter di assistere dal vivo all'inizio della stagione che domenica prende il via con Supercoppa e Coppa Italia.

#### Sette mesi

Dopo circa 7 mesi si torna in campo, ma da marzo a oggi è

cambiato il mondo, non solo quello sportivo. E completamente differente è anche il modo di pensare, così i club si sono dovuti ingegnare per proporre nuove soluzioni ai tifosi che non potranno far registrare il tutto esaurito nei palasport. Piacenza è fra le più attive: doppia fase di abbonamenti, la prima che consentirà solo di seguire le gare su **Lega Volley Channel**, la seconda qualora si potesse aprire il PalaBanca ai tifosi. «Ma noi vogliamo - spiega il vicepresidente Giuseppe Bongiorno - che la gara diventi uno spettacolo per tutti, anche per chi ci seguirà da casa». La Regione per domenica, all'esordio con Cisterna, ha consentito l'ingresso a circa 800 spettatori. «Per questo abbiamo pensato a un programma particolare: salottino un quarto d'ora prima dell'incontro con ospiti di livello come Andrea Zorzi e interviste a fine partita a tecnici e giocatori». Poi ci si è concentrati sulla coreografia. «Avremo 9 fuochi sul lato lungo del campo per rendere l'ingresso delle squadre spettacolare, poi li utilizzeremo anche per sottolineare i punti migliori. E ai due maxischermi presenti ne aggiungeremo un terzo di 27 metri quadrati in cui trasmetteremo in diretta via Zoom le facce dei

nostri sostenitori che ci seguono da casa». Non è finita: prima della gara con Lupi Biancorossi verranno registrati dei cori, che coinvolgeranno anche gli spettatori sul divano, riproposti all'interno del palasport nei punti più importanti. «Dobbiamo creare un'interazione fra chi non può essere presente e chi gioca. Il nostro obiettivo è emozionare anche chi rimane a casa».

#### Coppa Italia

Dalla Coppa Italia di Piacenza alla Supercoppa di Trento: per la sfida con Civitanova è arrivato il via libera per 1000 spettatori, ma la società si era mossa in anticipo proponendo la Trentinoneluore, una card che al costo di 70 euro offre sconti in esercizi convenzionati, la visione di **Lega Volley Channel**, il diritto di prelazione sui posti all'interno del palasport e uno sconto sull'abbonamento. Dai tifosi è arrivata un'ottima risposta, come conferma il gm Bruno Da Re. «Hanno capito che stiamo lavorando in una situazione di incertezza e hanno aderito alla grande. I protocolli da seguire sono complessi, basti pensare che per domenica potranno entrare solo persone della pro-



Dir. Resp.: Stefano Barigelli

vincia, abbiamo dovuto prevedere 5 accessi, gli spettatori dovranno restare seduti e con la mascherina, non potranno uscire nemmeno per fumare. Le difficoltà ci sono, ma abbiamo fatto di tutto per ridurle al minimo, anche grazie all'ottima collaborazione con la società di basket di A-1, con le autorità e i responsabili sanitari. I nostri tifosi hanno capito l'enorme lavoro che c'è alle spalle e soprattutto un aumento dei costi a carico delle società per rispettare le norme».

## Soldi

Aspetto, quello economico, su cui punta l'indice anche Modena e la presidentessa Catia Pedrini. Il PalaPanini avrà a disposizione un tunnel che disinfecta utilizzando ozono, oneri in più per il club che ha lanciato una campagna abbonamenti al buio, vale a dire senza sapere quante persone potranno entrare. «Siamo riusciti a vendere 2200 tessere; abbiamo chiesto un atto di fede e i nostri tifosi hanno risposto

alla grande. Di più: tutti i vecchi abbonati avevano la possibilità di sfruttare un voucher a rimborso, ma quasi nessuno lo ha utilizzato, fornendo così un contributo maggiore alla società. Non è un segreto che i supporter siano il main sponsor di Modena». Così il club sta pensando al modo migliore per ringraziare gli appassionati, anche se l'operazione non è facile considerato che domenica 20, per l'esordio casalingo con Perugia, l'impianto sarà aperto solo a 1250 spettatori. «Lo trovo assurdo, perché il pubblico del volley ha dimostrato di essere civile e sono sicura che rispetterà le regole: è molto più sicuro entrare in un palasport che viaggiare in autobus o in aereo». Poi lancia un appello: «Io mi auguro che questa situazione duri per non più di 3-4 gare perché poi diverrebbe insostenibile».

## Digitale

In casa Monza si punterà sul digitale, con una serie di propo-

ste innovative che puntano a mettere il tifoso al centro dell'evento, replicando almeno in parte quanto succede in Nba. «Inizialmente abbiamo proposto gli abbonamenti con il 30% di sconto rispetto a quelli della scorsa stagione - spiega il responsabile marketing Gianpaolo Martire - e la promessa di restituire il costo di tutte le gare giocate a porte chiuse. La prelazione è andata bene». Ma le novità più importanti riguardano il prodotto assicurato a chi acquista la tessera annuale. «Tutti avranno a disposizione un'area digitale, una sorta di mini social network in cui seguire contenuti riservati come video esclusivi, fotogallery, tabellini e sondaggi in diretta, oltre a disporre di sconti per il merchandising. Poi ognuno dai propri dispositivi avrà la possibilità di interagire in videoconferenza con Simone Buti che commenta le nostre partite. E chi lo vorrà potrà anche vedere la propria immagine in diretta sul maxischermo, diventando un protagonista della gara».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LA DATA

# 8

### Marzo

E questo l'ultimo giorno in cui si è giocato in Italia una partita ufficiale nel campionato maschile. Poi la Superlega fu sospesa

## DICONO

# “

*Ci vuole interazione fra chi non può essere al palazzo e i ragazzi che andranno in campo*



**Bongiorno**  
Piacenza

# “

*I tifosi avranno la possibilità di vedere la propria immagine in diretta sul maxi schermo*



**Martire**  
Monza



**In fila** Il "Tempio" di Modena, il PalaPanini: con i tifosi in fila per ritirare gli abbonamenti: sono state 2200 le tessere sottoscritte