

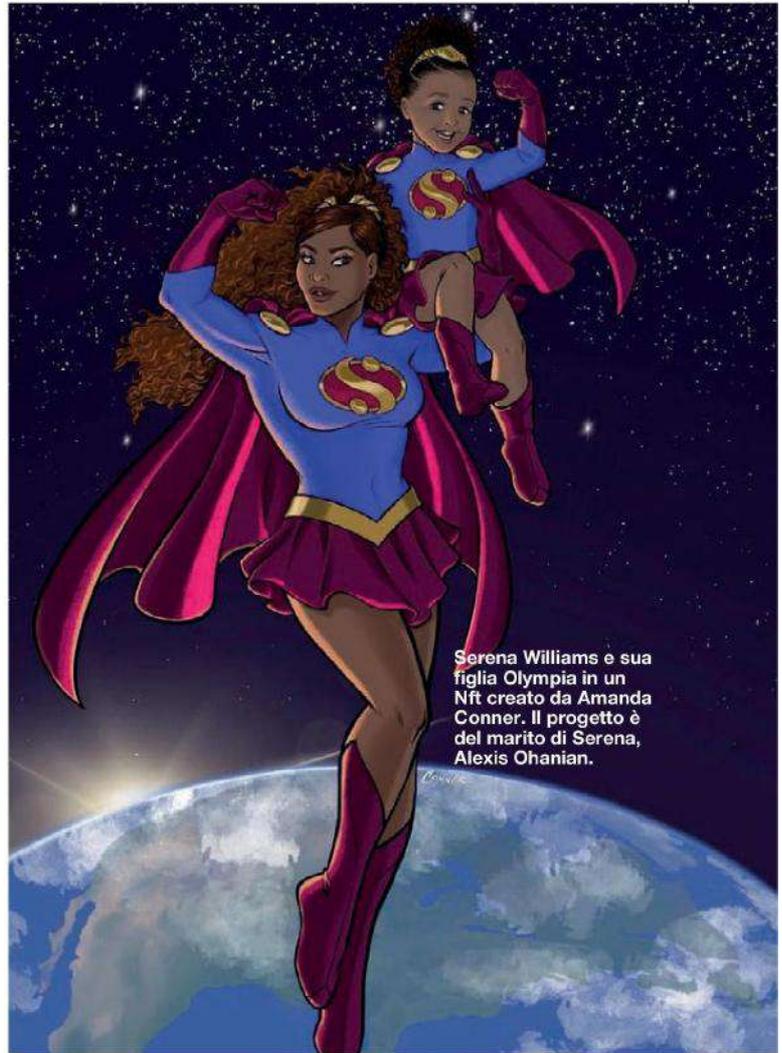


NIELSEN

IL POTERE DEI FAN

Nielsen racconta i trend delle sponsorizzazioni sportive.

Lo sport si sta evolvendo sempre di più verso l'area entertainment alimentando la frammentazione dei diritti ma dando vita anche a nuovi trend. Al centro di tutto ci sono i fan, i consumatori i cui interessi sono molto cambiati negli ultimi due anni, con la pandemia che ha accelerato processi comunque già in essere. Il grande interesse degli stakeholder si rivolge, in maniera sempre più pressante, alle generazioni native digitali che hanno un modo completamente diverso di fruizione dello sport: meno interesse verso l'evento agonistico live, soprattutto se di lunga durata, maggior coinvolgimento con i protagonisti, atleti, squadre e società. Tutto questo, riletto in chiave di sponsorizzazioni secondo Nielsen Sport, ha generato tre trend per il 2022: blockchain, influencer e sport femminile



Serena Williams e sua figlia Olympia in un Nft creato da Amanda Conner. Il progetto è del marito di Serena, Alexis Ohanian.

Blockchain, Nft e metaverso

Stanno arrivando anche in Italia. Finalmente per alcuni, purtroppo secondo altri. Fatto sta che blockchain e asset digitali derivati stanno guidando la crescita delle sponsorizzazioni sportive a livello globale. Tra il 2019 e il 2021, rispetto alle categorie tradizionali, crypto, blockchain e Nft hanno visto un incremento del 1.100% nel numero di nuovi accordi, lasciando indietro settori merceologici come automotive (81%) e assicurazioni (27%) e altri addirittura in decremento come le compagnie aeree (-28%).

La crescita stimata per i prossimi cinque anni si attesta intorno a un

+778%, raggiungendo i 5 miliardi di dollari. Nel nostro Paese, nel medesimo biennio, la crescita è stata del 425% contro il 9% del settore food e i decrementi di automotive (-21%) e assicurazioni (-3%). A muoversi sono anche le leghe, come quella di pallavolo che ha siglato uno 'smart contract' di sponsorizzazione con ChainOn, il marketplace per la compravendita di sponsorizzazioni e diritti media nello sport e nell'intrattenimento attraverso l'utilizzo di algoritmi proprietari, blockchain e intelligenza artificiale.

La piattaforma www.chainon.it, online dallo scorso mese di marzo, è una vera e propria 'vetrina' ad accesso riservato in cui gli investitori

(le aziende) e i venditori (club, federazioni, atleti, intermediari) hanno a disposizione un crescente database di opportunità di sponsorizzazione con investitori e venditori che possono incontrarsi virtualmente, scambiarsi informazioni, negoziare e concludere contratti digitali di sponsorizzazione. In virtù di questo smart contract, ChainOn è diventata official innovation partner della Lega Pallavolo. L'accordo prevede l'accesso gratuito sino alla fine di quest'anno al marketplace www.chainon.it per la Lega e per i 53 club che la compongono (Superlega, Serie A2 e Serie A3).

Dopo la pallavolo, è stata la volta del primo club di Serie A a sbarcare su ChainOn, l'Empoli Football

Data: 02.08.2022 Pag.: 104,105,106
 Size: 1324 cm2 AVE: € 15888.00
 Tiratura:
 Diffusione: 20000
 Lettori:



Club, che ha iniziato a proporre le sue partnership attraverso il digital marketplace con le commissioni sulle compravendite che sono il 97% in meno di quelle medie praticate dal mercato (3% anziché 15%). Una rivoluzione per il mondo delle sponsorizzazioni attraverso la disintermediazione, la digitalizzazione dei processi e gli smart contract, lo strumento blockchain che permette di sottoscrivere contratti con la validità di quelli tradizionali ma negoziabili in ore e non in settimane o mesi, con funzio-

sponsorship e dei diritti media”.

“È una sorta di mutuo interesse”, dichiara **Gianluca Mazzardi, market leader Italy Nielsen**, “da un lato le blockchain hanno necessità di diventare più popolari, di rendere più confident lo strumento e lo sport rappresenta il veicolo più adatto. Dall’altro, lo sport ha bisogno di nuove risorse e nuove opportunità per attrarre le nuove generazioni. Si sta generando un fenomeno simile



più iconici della sua carriera. “È un progetto che mi entusiasma e che spero faccia felici i tanti tifosi milanesi e non che mi seguono da tanti anni. Un modo per ripercorrere la mia carriera e fissare dei momenti unici di sport in una sorta di piccolo museo digitale”, ha detto Pellegatti. I primi Nft sono disponibili già dallo scorso mese di aprile nella piattaforma Rarible all’indirizzo <https://rarible.com/celebrate/>.

Matteo Berrettini ha un engagement rate ben quattro volte più alto rispetto alla media degli influencer in qualsiasi altro settore. A destra, incontro della Serie A femminile di pallavolo: ChainOn è diventata official innovation partner della Lega Pallavolo (foto Ansa, Santi/lvf).



ni attive per definire e liquidare corrispettivi variabili legati ai risultati di comunicazione (come l’audience tv o il numero di follower sui social media) e la possibilità di raggiungere accordi anche per brevi periodi, come una singola partita.

Una killer application, quindi, per liquidizzare le sponsorship invendute in Serie A il cui valore, nella scorsa stagione, ha superato i 40 milioni di euro. “L’Empoli ha intuito immediatamente la portata rivoluzionaria di ChainOn, comprendendo che la blockchain non è soltanto Nft e criptovalute, ma un deciso cambio di passo verso la digitalizzazione dei processi prima di tutto sponsorizzati”, ha affermato **Giovanni Palazzi, founder e ceo di ChainOn**.

E ha aggiunto: “Vogliamo accompagnare l’Empoli e le società che decideranno di aderire al marketplace in questa futuristica ma necessaria rivoluzione del mondo delle

a quando sono entrate sul mercato sportivo le aziende del betting”. Due i prodotti di maggiore interesse, finora: Nft e Fan token con i primi che manifestano ancora un forte fattore speculativo, mentre i secondi hanno una grande capacità di associazione con i club. L’interesse di acquisto dei fan verso questo nuovo mercato è significativo: l’intenzione di spesa annuale nei prossimi 12 mesi è di 316 euro per i Fan token, che sale a 407 euro per gli under 29, e di 343 euro per gli Nft, che arriva a 434 euro per gli under 29. In entrambi i casi, la prima motivazione all’acquisto è il potenziale di crescita promettente dell’investimento.

Grazie alla collaborazione con il brand @celebrate_nft, la prima collezione di Nft dedicata a momenti celebrativi del mondo dello sport, il **giornalista sportivo Carlo Pellegatti** ha presentato la sua collezione di ‘Audio e video esultanze’ sia contemporanee che storiche, immortalando così i momenti

A livello internazionale, altri esempi sono il Paris-Saint Germain che ha concesso a ogni possessore di almeno un Fan token della squadra il diritto di prendere una serie di decisioni legate al club, come scegliere il messaggio presente sulla fascia del capitano, selezionare il design del nuovo tetto dello stadio Parco dei Principi o mettersi nei panni di un giornalista e intervistare i propri beniamini. O quello dell’Australian Open che ha lanciato 6.776 Nft (AO Art Ball) permettendo ai fan di acquistare una porzione virtuale (19x19 cm) della superficie dei campi da tennis dove si tiene il torneo del Grande Slam. A ogni porzione è stata assegnata una AO Art Ball Nft generata attraverso un algoritmo, che ne assicura l’unicità. Ogni AO Art Ball è connessa a uno specifico momento realtime di una partita e i possessori della porzione di terreno sulla quale ricadono 11 championship point del torneo hanno ricevuto la pallina da tennis vincente della partita in una →



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 02.08.2022 Pag.: 104,105,106
 Size: 1324 cm2 AVE: € 15888.00
 Tiratura:
 Diffusione: 20000
 Lettori:



Adriano Galliani (a destra), amministratore delegato dell'Ac Monza, con Carlo Barlocco, executive director di Motorola, mentre annunciano la partnership triennale di Motorola con il Monza.

→ custodia artigianale. L'iniziativa è stata ospitata sul metaverso degli Australian Open, Decentraland.

Che il metaverso, un vero e proprio mondo virtuale senza limiti, rappresenti il futuro prossimo, lo dimostra anche l'Alassio GameChain City, organizzato da Sport Digital House insieme al Comune di Alassio, con la cittadina ligure che dal 7 al 9 ottobre si trasformerà in un grande metaverso urbano dove conoscere le nuove tendenze del gaming, della blockchain, degli Nft, degli esport, del metaverso e delle crypto. "Quando abbiamo iniziato a lavorare sull'idea di benessere ad Alassio", ha affermato



Luca Caputo, destination manager del Comune, "ho voluto subito trasferire agli operatori il bisogno di allargare ciò che il benessere esprime. Giocare è benessere e quello che

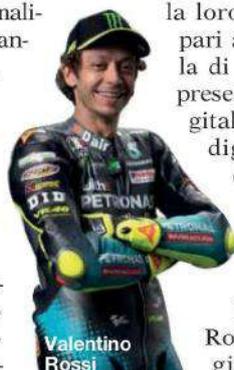
volevo è cercare di rendere la città una playable city, così da scatenare una serie di progettualità, rendere attrattiva la città di Alassio per i turisti ma anche e soprattutto per chi vuole sviluppare business e per far capire che in questo mercato nascono tante professionalità presenti e future di cui poco ancora conosciamo le potenzialità".

Gli influencer: Berrettini meglio della Ferragni

Come detto, i fan sono i maggiori artefici dei cambiamenti in atto e gli atleti sono la categoria che più di chiunque altro riesce a creare lega-

mi diretti di fiducia con i tifosi, più ancora dei team nei casi degli sport di squadra. La media dell'engagement rate (indice che indica le interazioni totali rispetto al numero di follower) degli atleti italiani è pari al 6,65%. Non solo. Un atleta su 20 ha un engagement rate superiore al 10%. E poi c'è la star, il tennista Matteo Berrettini che rappresenta una sintesi unica tra risultati sul campo, sponsor e intrattenimento con i suoi 1,4 milioni di follower su Instagram, con un engagement rate pari a 12,45%, ben quattro volte più alto rispetto alla media degli influencer in qualunque altro settore. "Il termine influencer è desueto, ormai si parla di creator marketing perché questi atleti fanno parte di un processo di cocreazione dei contenuti non prestando più solo il loro volto", spiega

Salvatore De Angelis, head of digital international Nielsen. L'efficacia degli atleti e sport influencer è confermata anche con i branded content. La media dell'engagement rate branded degli atleti italiani è pari a 3,10%, ma la loro performance media è pari a +77% rispetto a quella di altri influencer italiani presenti sulle piattaforme digitali. Gli atleti con fanbase digitali meno ampie incrementano comunque l'efficienza dell'investimento, soprattutto all'interno di nicchie di mercato.



Per esempio, Valentino Rossi è l'atleta con il maggior social media value

medio per content, pari a 90.297 euro (equivalente pubblicitario per un contenuto). "La strategia ideale? Il corretto mix di grandi atleti, che generano awareness, e atleti minori, che aumentano engagement e incrementano gli acquisti, per massimizzare la nicchia, far crescere la fanbase e mantenere la credibilità del testimonial", risponde De Angelis. Activewear e Nutrition le categorie di prodotto maggiormente promosse dagli atleti con oltre 50 brand globali che hanno investito in atleti e sport influencer italiani recentemente, a cominciare da Nike, Adidas, Asics e Diadora.

La crescita degli sport femminili

Ad aprire la porta degli investimenti nello sport femminile sono stati i grandi eventi, soprattutto nel calcio e nel rugby: +146% le sponsorizzazioni nell'ultimo anno con una crescita dell'interesse testimoniato anche sui canali social. In Italia +65% la crescita media della follower base dei profili dedicati ai team femminili di calcio su Instagram nell'ultimo biennio. I broadcaster stanno seguendo con particolare attenzione questo trend con una copertura televisiva sempre maggiore: +715 per il ciclismo, +457% per la pallavolo, +1.841% per il rugby. Maggiore copertura convertita rapidamente in una crescita di interesse in termini



di audience: +10% per la pallavolo, +78% per il ciclismo e +394% per il rugby. I brand stanno quindi cambiando le loro strategie di marketing con l'estensione di partnership esistenti (Mastercard e Fc Internazionale e Banco

Bpm e Ac Milan) o con l'ingresso di nuovi brand internazionali (Vivo e Lega Pallavolo Serie A femminile). "Temi come l'empowerment femminile, la diversity oltre che in alcuni casi, come in Inghilterra, un'iniziale strategia con diritti televisivi free stanno favorendo lo sport femminile come leva fondamentale delle sponsorizzazioni sportive", conclude



Samantha Lamberti, managing director Southern Europe di Nielsen Sports.

Tiziana Pikler

Rassegna del 25/08/2022

NAZIONALE ITALIANA PALLAVOLO

25/08/22	Corriere della Sera	41 Intervista a Ferdinando De Giorgi - «I miei ragazzi per il Mondiale Via i telefonini e scoprono l'anima»	<i>Catucci Pierfrancesco</i>	1
25/08/22	Gazzetta dello Sport	38 Intervista a Simone Giannelli - Carica dei capitano L'urlo di Giannelli «Per il Mondiale serve cattività Tiramola fuori»	<i>Benedetti Valeria</i>	3
25/08/22	Repubblica	37 Intervista a Simone Giannelli - Giannelli "L'Italia del volley al Mondiale per salire di livello"	<i>Chiusano Mattia</i>	6

L'INTERVISTA FEFÈ DE GIORGI

«I miei ragazzi per il Mondiale
Via i telefonini e scoprono l'anima»

**Al volley serve
un ricambio
generazionale,
ma ci vuole tempo
Mi sono ispirato
anche a Mancini**

di **Pierfrancesco Catucci**

C'è un filo sottile che lega Argentina e Slovenia e sul quale corrono un mare di emozioni. Fefè De Giorgi lo riallaccia vent'anni dopo sabato sera a Lubiana, all'esordio da c.t. della Nazionale di volley in un Mondiale. Lui, che da giocatore ha vinto tutti e tre quelli conquistati dall'Italia (nel 1990 e nel 1994 con Velasco e nel 1998 con Bebeto) e che, nella rassegna iridata nel 2002 in Argentina, a 41 anni e mezzo, ha giocato l'ultima partita di una lunga carriera.

De Giorgi, è emozionato?

«Un po' sì, ma è il bello dello sport. Senza queste emozioni sarebbe tutto piatto e non mi ci ritroverei. Poi, però, quando inizierà la partita, bisognerà gestirle senza sprecare energie nervose».

È una cosa che ha detto anche ai suoi ragazzi?

«Per quasi tutti è il primo Mondiale. Ma ci arriviamo dopo un percorso lungo un anno e cominciamo con l'Europeo di settembre. Alla fine, però, la pallavolo è uno sport con sei giocatori in campo, un pallone e una rete. Bisogna solo fare quello che si è preparato, indipendentemente dalla competizione».

Facile a dirsi, ma non sarebbe stato utile uno con l'esperienza di Zaytsev?

«Escludere Ivan è stata una scelta difficile, così come escludere Piccinelli qualche giorno fa è qualcun altro, ma il mio ruolo mi impone di fare scelte. Non sono bocciature definitive, sono solo valutazioni figlie del momento e

funzionali a raggiungere un obiettivo di squadra».

E l'obiettivo qual è?

«Vogliamo stabilizzarci a un livello alto e crearci le opportunità per giocare per le medaglie in qualsiasi competizione. Avevamo bisogno di un ricambio generazionale e volevamo avviare un progetto di crescita con un gruppo nuovo. Abbiamo subito dimostrato di avere qualità importanti con la vittoria dell'Europeo. E anche la Nations League è stata l'occasione per dare campo a tanti ragazzi che in campionato non avevano giocato tanto. Come ha fatto Mancini con Zaniolo e qualcun altro».

A proposito di Mancini, dopo l'Europeo disse di essersi ispirato a lui...

«Perché avevamo vinto entrambi (*ride, ndr*), poi, però... Scherzi a parte, bisogna conoscere a fondo le situazioni per esprimere giudizi. Ho grande stima per Roberto e sono certo farà un grande lavoro. Stiamo percorrendo entrambi la strada del rinnovamento ed è un percorso difficile e ricco di insidie: ci vuole determinazione e coraggio, doti che non gli mancano».

Anche Velasco, nel 1989, fu chiamato a un rinnovamento e lei fu tra i protagonisti.

«Non credo regga il parallelismo con gli anni Novanta. All'epoca la rifondazione fu più complessa perché Velasco portò idee e metodi nuovi. In campo, però, c'erano giocatori che conoscevano già l'alto livello. Il mio auspicio è riuscire a ricreare condizioni simili e replicare l'atteggiamento, il lavoro e l'orgoglio di

quella squadra. A mio vantaggio, la possibilità di lavorare con un gruppo di ragazzi molto giovani. Qualcuno di loro non gioca neanche titolare in Superlega».

E questo non è un limite?

«Magari riusciremo a dimostrare in Nazionale di valere una maglia da titolare nel club. Detto questo, credo che ai giovani debba essere data l'opportunità di giocare le proprie chance. Il posto in campo non deve essere gratis, ma che almeno abbiano le stesse possibilità di tutti gli altri».

Dopo la vittoria dell'Europeo ci si aspetta grandi cose da questa Nazionale, nonostante le brutte sconfitte contro Francia e Polonia nelle ultime due partite di Nations League...

«Sono due delle favorite in questo Mondiale, assieme agli Usa, e noi non le abbiamo affrontate come avremmo dovuto. Quelle sconfitte, però, sono servite per farci aprire gli occhi sul punto a cui siamo arrivati e su cosa ci manca per lottare alla pari con le squadre più forti. E il Mondiale è il miglior banco di prova possibile. Tecnicamente è la manifestazione più complicata che ci sia perché, a differenza dell'Olimpiade — che, però, si porta dietro un'altra epica — ci sono tutte le più forti».

Lei è noto per la capacità di stemperare le tensioni con una battuta. È così anche in questo gruppo così giovane?

«Il sorriso è il cemento di un gruppo e con questi ragazzi, qualche volta, devo trattenermi. Sono molto giovani e hanno dentro questo spirito.



Superficie 62 %

Spero non lo perdano mai».

Un po' come quella Nazionale di cui fece parte anche lei...

«All'epoca non c'erano i social e ogni tanto immagino come avremmo vissuto quei momenti se ci fossero stati. Cambiano i tempi, ma i veri momenti di goliardia sono nel pullman, a cena, nello spogliatoio. E lì, lontano dai cellulari e da tutto il resto, che emerge l'anima della squadra».

Ma c'è qualcuno con lo spirito di De Giorgi nello spogliatoio?

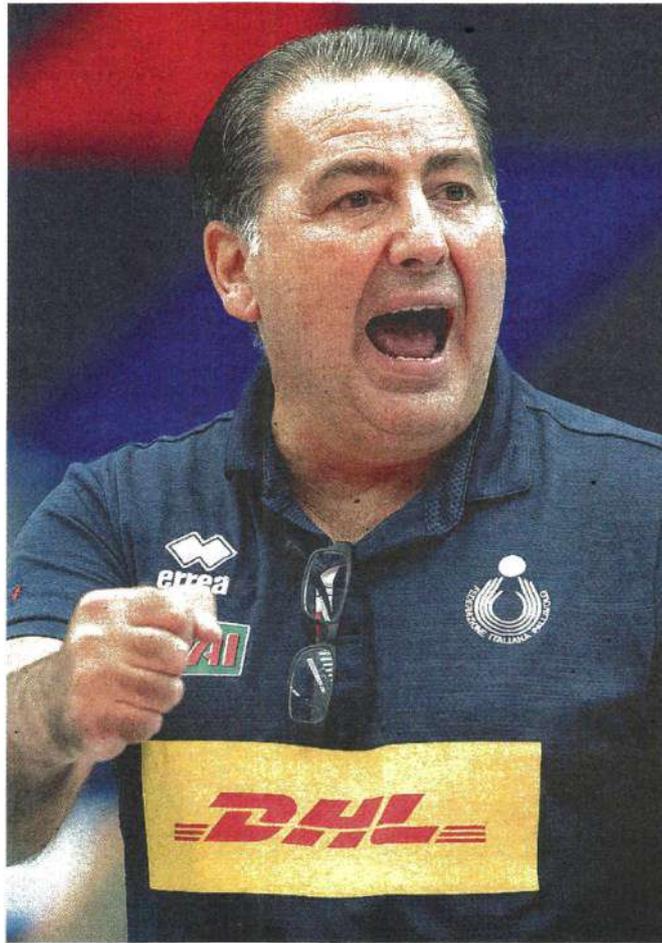
«Non saprei. Preferisco essere unico».

E un Lucchetta c'è?

«Grazie a Dio non ce l'abbiamo. Sarebbe troppo anche per me: lui è unico e impossibile da replicare».

E via di risate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vincente

Ferdinando De Giorgi (60 anni), è il c.t. della Nazionale maschile di volley dall'estate 2021. Al primo torneo ha vinto il campionato Europeo (Epa)

Il Mondiale

Le partite dell'Italia
Sabato 27
ore 21.15
Italia-Canada

Lunedì 29
ore 21.15
Italia-Turchia

Mercoledì 31
ore 21.15
Italia-Cina

La formula

Le squadre sono suddivise in 6 gironi da 4 tra Slovenia e Polonia (l'Italia gioca a Lubiana). Accedono agli ottavi di finale le prime due di ciascun gruppo e le 4 migliori terze. Semifinali e finali (10 e 11 settembre) si giocheranno a Katowice, in Polonia

In tv

Tutte le gare dell'Italia saranno trasmesse su Rai 2 e Sky Sport

Carica del capitano

L'urlo di Giannelli «Per il Mondiale serve cattività Tiriamola fuori»

L'Italia regina d'Europa al via sabato
«Non ci sarà spazio per gli errori»

IL NUMERO

3

I Mondiali vinti dall'Italia

La Nazionale maschile ha vinto tre ori mondiali consecutivi dal 1990 al 1998. Prima c'era stato l'argento conquistato nel 1978

*L'oro europeo non ci farà dominare qui, lo sappiamo
Sono 15 giorni in cui devi essere al massimo*

Simone Giannelli Capitano dell'Italia

di **Valeria Benedetti**

Stavolta niente aerei e viaggi intercontinentali con fuso orario da smaltire. Dopo sei ore di pullman l'Italia sbarca a Lubiana sorridente e pronta ad affrontare il Mondiale. La lunga estate calda dei campioni d'Europa è giunta al termine e da sabato si fa sul serio a partire dal Canada. È stata anche la prima estate piena vissuta da capitano per Simone Giannelli che lo scorso anno ha fatto da trait d'union tra il vecchio gruppo e i giovani rampanti, trovandosi catapultato nel giro di pochissime settimane dalla delusione olimpica che ha chiuso la storia in Nazionale di tanti giocatori al nuovo corso targato De Giorgi con marcia trionfale sul tetto d'Europa. Ma la cosa più difficile di vincere è confermar-

si, come ben sa chi pratica sport ad alto livello, e l'oro continentale arrivato meno di un anno fa porta in dote aspettative ma non garanzie sul campo. Lo sa bene il palleggiatore di Perugia che cerca di mettere in prospettiva i mesi appena passati. «Sono contento del percorso fatto, nel lavoro a Cavalese abbiamo spinto tanto e in questo periodo cominciano a vedersi i risultati anche nelle amichevoli».

► **Contento anche se il primo obiettivo dell'estate, il podio nella Vnl, è sfuggito nonostante l'appoggio del pubblico di casa?**

«Ovviamente il rammarico c'è. La medaglia in Nations League ancora mi manca e la vorrei prendere. Stavolta c'eravamo andati molto più vicino di altre



Superficie 80 %

volte (gli azzurri hanno finito al quarto posto, ndr) ma Francia, Polonia e Stati Uniti sono state più forti. Lo sport a volte è crudele ma è giusto così. Ora speriamo noi di aver colmato il gap con queste squadre».

► **La prima estate completa da capitano in carica per lei come è stata?**

«Mi sono divertito molto. Sono arrivato anche io con un carico di partite in più e con esperienze importanti che ho vissuto. Abbiamo spinto tutti quanti dall'inizio alla fine, abbiamo fatto lavoro di qualità, la coscienza è a posto poi è ovvio che fra allenarsi e giocare c'è parecchia distanza. Bisogna prendere il ritmo, ogni partita sarà una battaglia».

► **Dopo l'oro Europeo le aspettative nei confronti di questo gruppo sono cresciute.**

«Da prima della Vnl già tutti

avevano archiviato l'Europeo. La medaglia non ti aiuta a vincere il Mondiale, così come perdere in Vnl con la Polonia non ti fa automaticamente perdere anche al Mondiale. Le pressioni arrivano più da voi giornalisti. Ci sono squadre forti ma noi continuiamo il nostro percorso di crescita cercando di tenere il nostro livello più alto possibile. D'altronde la Polonia ha vinto due Mondiali ma nulla in mezzo e la Francia nel 2018 non è arrivata nelle prime sei al Mondiale poi ha vinto l'Olimpiade. La verità è che sono 15 giorni in cui devi essere al massimo».

► **Una Nazionale di bravi ragazzi molto uniti fra loro. Quindi cosa serve a questo gruppo per arrivare ancora a una medaglia?**

«Più cattiveria tecnica: vuol dire che nei momenti importanti bisogna essere pronti a fare tut-

to. Niente a che vedere con come stiamo fra di noi fuori dal campo. Abbiamo bisogno di metter giù la palla quando conta. Come in amichevole col Giappone, con gli Stati Uniti un po' meno».

► **La formula prevede subito dopo il primo girone le sfide dirette dagli ottavi. Meno margini di errore.**

«Sì è vero ma è per tutti così. Se becchi subito la squadra forte rischi di andare fuori ma d'altronde è un Mondiale, il livello è alto».

► **Favoriti?**

«Francia, Stati Uniti e Polonia sono molto forti ma ci sono anche Brasile, Giappone e Argentina. E poi Cuba, tanti giovani forti con l'aiuto di Simon che non è poco. Vincere subito non basterà, dovremo trovare velocemente il ritmo partita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IDENTIKIT



Simone Giannelli

Nato il 9 agosto 1996 a Bolzano dove inizia a giocare a pallavolo. Nel 2010 passa già nelle giovanili di Trento con cui esordisce in A-1 il 12 maggio 2013 durante la finale scudetto.

Con la Nazionale

Ha vinto un argento olimpico nel 2016 e l'oro europeo nel 2021 quando è stato premiato anche come Mvp della manifestazione

LA GUIDA

Il girone di Lubiana Sabato ore 21.15

Italia-Canada (diretta Rai 2 e Sky Sport Arena)

Lunedì ore 21.15

Italia-Turchia (diretta Rai 2 e Sky Sport Arena)

Mercoledì ore 21.15

Italia-Cina (diretta Rai 3 e Sky Sport Arena)

La formula

Le 24 squadre sono divise in 6 gironi. Passano agli ottavi le prime due di ogni girone più le 4 migliori terze

In tv

Le gare dell'Italia vengono trasmesse sui canali Rai e Sky Sport, in streaming su volleyballworld.tv

I PROTAGONISTI

Tutte le stelle giocano da noi in Superlega



Il capitano della nuova Cuba

Robertlandy Simon, 35 anni, il prossimo anno giocherà a Piacenza



Monsieur Magique colpisce ancora

Earvin Ngapeth, 31 anni, oro olimpico con la Francia e bandiera di Modena



Il nuovo volto di Perugia

Kamil Semeniuk, 26, titolare della Polonia campione in carica, schiaccerà per la Sir Safety



Il baby d'oro è il tesoro di Trento

Alessandro Michieletto, 21 anni, protagonista dell'oro europeo lo scorso anno



Cinque Mondiali con l'Argentina

Luciano De Cecco, 34, capitano record con il bronzo olimpico al collo, gioca a Civitanova



**Meno di un anno fa
l'oro europeo**

Giannelli al centro alza la coppa dell'Europeo vinto in Polonia a settembre scorso. Una vittoria a sorpresa per l'Italia che giocava con una squadra molto rinnovata dopo la fine del ciclo olimpico in Giappone senza medaglie

CEV



Grinta da leader Simone Giannelli, 26 anni, capitano dell'Italia dallo scorso Europeo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 4 - L.1744 - T.1744

L'intervista al capitano azzurro alla vigilia del torneo in Polonia e Slovenia

Giannelli "L'Italia del volley al Mondiale per salire di livello"

La generazione Velasco ha cambiato questo movimento. Tra loro e noi paragoni impossibili

Ho fatto tanti sport, dagli sci al tennis, adoro Federer. Ho scelto la pallavolo per lo spogliatoio

di **Mattia Chiusano**

Ha ventisei anni, ma è come se fossero più di trenta. «Una vita intensa? È quello che mi frega... È così da quando avevo 18 anni, la responsabilità non mi spaventa, alla fine la cosa più importante è che il gruppo giochi bene, io devo fare tutto il possibile per aiutare i compagni». Capitano, palleggiatore, argento ventenne ai Giochi di Rio, Mvp e medaglia d'oro agli ultimi Europei, Simone Giannelli è il simbolo della Nazionale di volley giunta a Lubiana in pullman per giocare i Mondiali al via domani. Per l'Italia esordio sabato col Canada, poi Turchia e Cina: alla fine del girone partono subito gli ottavi di finale, semifinali e finali in Polonia il 10 e 11 settembre. Formula rivisitata all'ultimo momento, dopo aver strappato alla Russia l'organizzazione dell'evento.

Giannelli, come sta la Nazionale?

«Siamo carichi, abbiamo voglia di Mondiale, lo stiamo preparando da un po'. Sarà una sfida molto difficile, ma non vediamo l'ora di iniziare».

Dopo l'uscita degli olimpici Kovar, Vettori, Juantorena, Zaytsev, Piano, Colaci, siete un gruppo di giovani.

«Una squadra molto giovane, con margini di miglioramento. Dobbiamo sfruttare le grandi competizioni come questa per essere ancora più coesi e aumentare il nostro livello».

Le favorite sono le 4 finaliste della Nations League a Bologna, Francia, Usa, Polonia e Italia?

«Non credo che l'Italia sia tra le favorite. Non per toglierci la pressione di dosso, ma il livello delle avversarie l'abbiamo visto: e bisogna aggiungere Brasile e Argentina».

A Bologna sono arrivate due sconfitte nette con Francia e Polonia: le avete elaborate?

«Ci sono servite più le sconfitte che le vittorie nella prima fase. Ci hanno fatto capire a che punto eravamo e cosa ci serve contro squadre di livello così alto. Abbiamo giocato set combattuti, altri in cui non siamo riusciti a tenere il passo. È anche una sfida con noi stessi, riproporci al meglio contro quelle squadre».

Siete cambiati rispetto alla vittoria agli Europei di un anno fa?

«Siamo gli stessi, magari le pressioni sono aumentate a livello giornalistico o di tifosi, ma noi siamo sempre i soliti, un gruppo di giovani che continua un percorso di crescita».

La generazione Velasco dei tre titoli mondiali è uno stimolo o un traguardo irraggiungibile?

«È impossibile paragonarsi a loro. Anche se vincessimo tre Mondiali di fila, loro hanno preso la pallavolo e l'hanno portata a livelli di popolarità incredibili, sono stati i primi, hanno creato un movimento pazzesco. Parlo a nome mio, ma credo anche degli altri: siamo tutti grati per quel che è stato fatto, i paragoni non esistono».

Lei è cuore, sangue o cervello di questa Nazionale?

«Io cerco di essere quel che serve alla squadra, certe volte può riuscire altro. Ma sono sempre presente, e il cuore, quello ce lo passiamo a turno».

Viene da Bolzano, terra di campioni, dallo sci al tennis.

«Spaziamo da uno sport all'altro, non solo in quelli invernali, ora abbiamo pure il Südtirol in B. La mia è una terra in cui non stai fermo un attimo, sarà anche il territorio dell'Alto Adige che lo permette, con tante strutture. Sono nato facendo sport, da piccolo ne facevo 4 contemporaneamente: sci, tennis, calcio, nuoto».

Non ne manca uno, la pallavolo?

«Non sono nato pallavolista, tutt'altro. Facevo gigante e slalom,

per salire a Carezza o Obereggen ci volevano 40 minuti. Ho smesso nell'anno in cui stavo per affrontare il superG, a 13-14 anni, l'età in cui sono passato al volley. Oggi non posso più sciare per contratto, ma quando mi ritiro mi divertirò un sacco sugli sci».

Sarebbe potuto diventare un Sinner con anni di anticipo?

«Difficile, però sono nato con la racchetta in mano, ho giocato una vita e mi sono sempre divertito. I miei colpi sono battuta dritta e rovescio a una mano: mi piace Federer. Ho scelto la pallavolo perché mi piaceva lo spogliatoio».

Ha firmato un libro a fumetti.

«Mi piacciono i manga, soprattutto One Piece, e non ho avuto dubbi quando ho avuto l'opportunità di scrivere: non volevo un'autobiografia a 24 anni, durante il Covid volevo trasmettere i valori del volley ai ragazzi che non potevano giocare».

L'hanno avvistata a un concerto di Vasco Rossi.

«A Trento, un concerto pazzesco con 150 mila persone, sei ore sono passate in due secondi. Vasco ti dà la carica giusta, è sempre nelle mie orecchie nello spogliatoio, anche se ormai la house o la trap li mettono i compagni di squadra giovani».

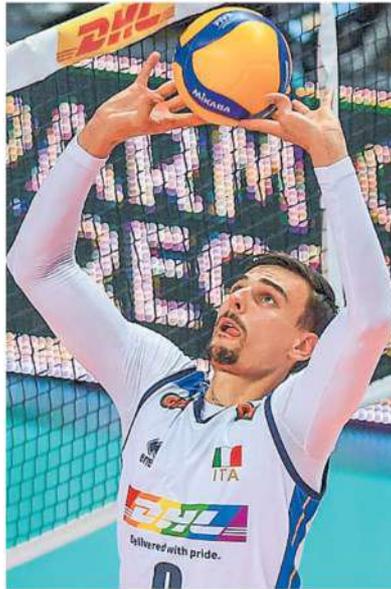
Ma lei non è giovane a 26 anni?

«Sto cominciando a diventare vecchio... ma ho ancora tempo, dopo i Mondiali ci saranno le Olimpiadi, vediamo un po' quel che viene fuori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 39 %



▲ **Argento a Rio 2016, oro europeo**
Simone Giannelli, 26 anni, capitano e palleggiatore della nazionale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 4 - L.1763 - T.1619

Data: 25.08.2022 Pag.: 31
Size: 19 cm2 AVE: € 361.00
Tiratura:
Diffusione: 28000
Lettori:



Da Casalmaggiore al “Mimmo Fusco”

IL PRECAMPIONATO - Mercoledì 21/9: Casalmaggiore-Uyba. **Mercoledì 28/9:** Uyba-Casalmaggiore. **Sabato 1 e domenica 2/10:** torneo di Chiavenna con Scandicci, Novara e Monza. **Sabato 8 e domenica 9/10:** torneo di Viadana con Vallefoglia, Cuneo e Casalmaggiore. **Sabato 15 e domenica 16/10:** torneo di Firenze con Vallefoglia, Scandicci e Firenze. **Mercoledì 19 e giovedì 20/10:** Trofeo Mimmo Fusco (e-work Arena) con Monza, Bergamo e Vicenza.