

“Il miracolo Yamamay? Investire sul pubblico”

Pubblicato: Mercoledì 30 Gennaio 2008

La splendida partita con cui la Yamamay ha stroncato la capolista Pesaro domenica scorsa ha portato con sé **l'ennesimo record di pubblico** al palasport di Busto Arsizio. Un dato, **4.441 spettatori**, da lasciare a bocca aperta tutto il movimento della pallavolo italiana, maschile o femminile che sia e che rappresenta l'ennesimo successo fuori dal campo per la società del presidente Michele Forte.

Un risultato che strappa un giusto sorriso a **Massimo Aldera, direttore generale della società biancorossa**, l'uomo dalla cui scrivania passano tutte le decisioni e le strategie targate Futura Volley.

✘ «Dico la verità: intorno alla nostra squadra si stanno consolidando **le migliori aspettative possibili tra quelle che abbiamo preventivato** a inizio stagione. Parlo del movimento di spettatori e di attenzione che si è creato, anche se è indubbio che anche sul campo di gioco le cose vanno molto bene. **Sta a noi non fermarci**: dobbiamo guardare avanti, lavorare da ora per aver successo l'anno venturo».

Le vostre proposte a favore degli appassionati sono tante. Ce n'è una in particolare che vi ha dato qualcosa in più?

«Non direi, anzi: credo proprio che la sinergia tra tutte le possibilità che diamo ai tifosi abbia creato un movimento così forte. Da parte nostra ci è parso normale iniziare a coinvolgere gli atleti delle altre società, in modo da convogliare l'attenzione anche di parenti e amici e così via. I tifosi sono stati i nostri grandi testimonial, anche se poi i risultati hanno certamente aiutato a far parlare della Futura Volley. Prendete domenica scorsa, una partita vinta al quinto set: non c'è cosa più emozionante. Ebbene, eventi così ci permettono di fidelizzare sempre più gente, anche per il futuro».

Voi siete al primo anno di A1 ma dimostrate di essere già in primissima fila nel campo della comunicazione. Come mai altri club, anche importanti, su questo aspetto sono molto indietro?

«Penso che il movimento del volley femminile trascuri ancora questi aspetti. Sia chiaro: alcune società stanno lavorando sodo anche in questo senso, ma altre mancano all'appello. Credo che molto sia dovuto dal fatto che in certe piazze si preferisca investire solo sulla parte tecnica. Noi preferiamo il contrario: abbiamo cercato di creare le condizioni per attrarre gli sponsor, non siamo partiti da essi. E strada facendo abbiamo aggiunto marchi importanti come Barclay e Rtl 102.5. Da ora in poi ci sarà la fase due: potenziare la squadra per avere ambizioni sempre maggiori anche sul quadrato di gioco».

Ha accennato agli sponsor: sono soddisfatti di quanto state facendo?

«Bisogna distinguere i due livelli a cui guardano i nostri sostenitori. Per quanto riguarda la parte "locale", ovvero i risultati della squadra e il riscontro sul territorio che copriamo direi proprio che sono molto soddisfatti. Poi bisogna anche guardare al movimento complessivo: in questo senso crediamo che la pallavolo femminile sia ancora sottovalutata. Mi spiego: parliamo di quello che è il più importante sport per le donne, sia per praticanti sia per risultati

ottenuti da nazionale e club. Per questo ritengo che meriterebbe ben più spazio a livello di grandi media, e questa è l'opinione anche di chi investe fior di quattrini. Si può fare meglio».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it