

VOLLEY » LO SCUDETTO DI CONEGLIANO

Imoco, un trionfo del territorio

La proprietà, i 150 sponsor, le sinergie: un modello che ha imparato a collezionare trofei

di Federico Cipolla

» CONEGLIANO

Due scudetti, una Coppa Italia, una Supercoppa, un secondo posto in Champions League in sei anni. Il miracolo Imoco Volley ha molti nomi. Non solo quelli delle giocatrici, di coach Daniele Santarelli, dei presidenti Piero Garbellotto e Pietro Maschio; ma anche quelli dei 150 sponsor, 190 se si aggiungono i fornitori di materiale vario; un esercito che in sei anni è andato ingrossandosi, da chi ci ha creduto fin dalla prima ora, dopo il fallimento della Spes, a chi si è aggregato a un progetto già solido e vincente, e domenica si è messo al petto lo scudetto. È questo il nuovo modello di creare squadre vincenti. Un modello, che nella capitale delle microimprese in microzone industriali, ha saputo fare squadra per un'impresa sportiva. È l'unico modello che oggi a Treviso funziona, dopo l'addio della famiglia Benetton ai palazzetti.

Quanto costa vincere. Nel volley femminile ci sono alcuni fattori che facilitano: costruire una squadra vincente costa, ma molto meno che in altri sport e il volley è il primo sport al femminile, in continua crescita; sia per praticanti che per visibilità. E allora con una spesa accettabile, si possono raggiungere grandi risultati. Il budget Imoco è di quasi tre milioni all'anno, circa la metà arriva dalle sponsorizzazioni, gli altri da Imoco Group-Milleuno, della coppia Maurizio Maschio (papà del copresidente Pietro) Enrico Polo e dal mondo del Prosecco Doc.

La rete e lo sponsor di maglia. La chiave è il territorio. O per meno all'inizio è stato così. Nel 2012 quando Maschio e Garbellotto hanno prima provato a salvare la Spes per poi acquisirne il titolo erano appena 30 gli sponsor, ora sono 150. È stato utilizzato il sistema di relazioni creato in decenni di lavoro, convincendo amici, colleghi. E appunto oltre ai due grandi gruppi, il mondo del vino è sceso in campo. Basta scorrere la lista degli sponsor: il Consorzio del Prosecco Doc e affiancato da altre 16 cantine. Si può entrare nel mondo Imoco con 500 euro o con migliaia di euro. E poi c'è il fattore coinvolgimento: il volley consente gli sponsor di maglia per la singola giocatrice. E allora ecco che un imprenditore può intervenire per sostenere lo stipendio proprio della sua preferita, e vedere il suo marchio nella maglia. Di seguito sono arrivati anche gli sponsor nazionali, che hanno chiesto di entrare nella famiglia Imoco. Quest'anno Dhl e Crai, due anni fa Sammontana.

Gli speed date degli affari. Ma sia chiaro non si tratta solo di buttare denaro in una passione, a Conegliano le cose funzionano anche perché si è proposto qualcosa di più agli sponsor. Ciò che c'è di più importante per degli imprenditori è fare affari. La lounge del Palaverde è diventata centro di scambi, accordi, conoscenze. E quest'anno gli incontri tra sponsor sono stati istituzionalizzati con tre speed date. Tutti i sostenitori sono stati invitati a Treviso, so-



Robbin De Kruijff culla la coppa dello scudetto

IL RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE



Simone Fregonese ancora scudettato

"Talismano" Fregonese: è al 16° titolo

TREVISO. Il primo scudetto di Elisa Cella, il primo da head coach per Daniele Santarelli e il primo in Italia per Samanta Fabris, il primo pure per Samantha Bricio, per Rapha Folie e il primo (italiano) per Kim Hill. L'esperto di vittorie è un altro. C'è chi tricolore ne ha vinti sedici. Simone Fregonese domenica ha aggiunto un altro titolo alla sua bacheca da responsabile delle comunicazioni. Ha vissuto i successi della Benetton basket

e della Sisley volley entrando nel settore comunicazione di Verde Sport nel 1992, anno del primo scudetto del basket targato Skansi e Kuko c. Poi se n'è portati a casa altri 4 con la Benetton, e tutti e nove i tricolori della Sisley. Finita la storia Benetton, è entrata nello staff dell'Imoco, che si è portata casa due scudetti, e della De' Longhi Treviso Basket; che magari un'altra soddisfazione tra qualche settimana potrebbe dargliela. (f.c.)



L'urlo di vittoria di Miki De Gennaro e Daniele Santarelli



Patrizio Del Tos



Stefano Zanette



Giuseppe Casagrande



Marcello Carraro

no stati divisi per settore di appartenenza, e messi uno di fronte all'altro. Per conoscersi, per creare uno spirito di appartenenza, e per fare affari. Anche perché oggi l'Imoco consente di entrare in contatto con aziende che altrimenti sarebbe difficile conoscere. Un esempio? La Axpo, la più grande distributrice di energia elettrica delle Svizzera. Avrà pur bisogno di arredare gli uffici, di comprare fotocopiatri-

ci e computer, ed ecco che magari proprio tra gli sponsor si può trovare il nuovo partner. **La voce degli sponsor.** Itas è una delle aziende presenti fin dalla prima ora. «Siamo molto amici delle famiglie Polo, Garbellotto e Maschio», spiega l'amministratore delegato Patrizio Del Tos, «e siamo sempre stati vicini allo sport. A Vittorio abbiamo anche l'Itas Santa Giustina. Siamo stati coinvolti già alla fine

del 2011 quando si parlava di salvare la Spes, eravamo praticamente quattro amici al bar. È stata una scommessa, perché non era mica facile crederci dopo quello che era accaduto alla Spes. Speravamo di fare una squadra di successo, ma non ce lo aspettavamo così velocemente. Poi siamo stati anche fortunati, per esempio con il palazzetto. I problemi di Conegliano ci hanno portato al Palaverde». Percor-



CAMPIONE D'ITA

so diverso invece per il Consorzio Prosecco Doc. «I presidenti Maschio e Garbellotto hanno avuto l'idea di coinvolgere il mondo del prosecco», spiega il presidente del Consorzio di Tutela Stefano Zanette. «Noi lo abbiamo visto come un dovere: in questo momento di grande fortuna del Prosecco è giusto restituire al territorio. Non abbiamo pensato al ritorno economico». C'è uno sponsor che però personalmente non si farà mai vedere al Palaverde: «porto sfortuna non ci vado», giura Giuseppe Casagrande, patron di Permac, «non vado a vedere nemmeno la mia squadra di calcio femminile (il Permac Vittorio)». È entrato quest'anno nell'universo Imoco, con una sponsorizzazione da 50 mila euro, che come ad accordi è servita anche per il mercato invernale, portando a Conegliano l'americana Simone Lee. «Conoscevo Maschio

perché ho fatto molti lavori per lui. Finora però non ero mai entrato perché pensavo che fosse irraggiungibile dal punto di vista economico. Invece quando abbiamo parlato concretamente abbiamo chiuso l'accordo subito». La Carraro è uno dei più importanti sponsor dell'Imoco: «Sono stato coinvolto due anni fa da Maurizio Maschio, all'inizio ero un po' scettico», ammette l'amministratore delegato Marcello Carraro «poi ho iniziato a seguire la squadra, Pietro mi ha spiegato alcune cose tecniche e mi sono appassionato. Da un ritorno di immagine importante, anche a livello europeo. Poi mi hanno conquistato il pubblico, e uno sport con un grande seguito televisivo. Abbiamo già firmato l'accordo per i prossimi tre anni». A occhio e croce Conegliano vuole continuare a vincere.