



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

**CORSO DI LAUREA IN  
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

**LA PALLAVOLO NELLA COMUNICAZIONE MEDIATICA:  
DAL PASSATO ALLA CONTEMPORANEITÀ**

**Tesi di laurea in  
Storia delle Comunicazioni di Massa**

**Relatore**

**Prof. Matteo Pasetti**

**Presentata da**

**Laura Garau**

---

**Secondo Appello**

**Anno Accademico 2022-2023**

## INDICE

Introduzione.....	5
Capitolo 1 – Cenni storici sulla pallavolo .....	7
1.1 L’invenzione .....	7
1.2 L’arrivo e l’evoluzione del volley in Italia.....	8
1.2.1 La pallavolo nel ventennio fascista.....	8
1.3 La pallavolo dal dopoguerra agli anni ‘90 .....	9
1.3.1 Il periodo post-bellico .....	9
1.3.2 La crescita negli anni ‘60 e ‘70.....	10
1.3.3 Dopo il 1990: gli anni della rivoluzione .....	11
1.4 Gli ultimi vent’anni: la svolta .....	13
Capitolo 2 – Il rapporto tra la pallavolo e i media.....	15
2.1 La pallavolo nei giornali.....	16
2.1.1 Le notizie nella carta stampata durante il XX secolo.....	16
2.1.2 Lo spartiacque nel 1990.....	18
2.1.3 Gli anni Duemila.....	19
2.2 Il volley raccontato in tv .....	22
2.2.1 Le prime apparizioni televisive della pallavolo .....	22
2.2.2 I cambiamenti negli ultimi anni .....	24
2.2.3 I programmi dedicati alla pallavolo .....	25
2.3 Il volley alla radio.....	28
2.3.1 Radio nazionali e Radio locali .....	28
2.4 La pallavolo sul web .....	30
2.4.1 I social media .....	31
2.4.2 Gli adattamenti dei media tradizionali .....	32
Capitolo 3 – La comunicazione nel mondo del volley .....	34
3.1 Le istituzioni.....	34
3.1.1 La federazione Internazionale.....	34
3.1.2 La federazione Europea.....	35
3.1.3 La federazione Italiana.....	36
3.1.4 Il caso degli europei 2023 .....	37
3.2 La lega pallavolo serie A .....	38
Conclusione.....	40
Appendice.....	43
Bibliografia.....	48

## INTRODUZIONE

Lo sport ha svolto, da tempo immemore, un ruolo di primo piano nella società, ma, solo a partire dagli ultimi decenni, è diventato un elemento privilegiato della comunicazione. A partire dalla diffusione dei mass media, lo sport agonistico si è trasformato gradualmente in un prodotto spettacolare per il quale c'è una fortissima domanda. Ad essa corrisponde un'offerta che si declina nell'organizzazione di eventi e nella comunicazione degli stessi.

Diventa quindi essenziale il ruolo che i media rivestono nell'offrire una copertura alle manifestazioni sportive più richieste, in modo tale che esse diventino un vero e proprio rito sociale. Tuttavia, è necessario sottolineare come tutti gli sport non siano uguali agli occhi dei mezzi di comunicazione e, proprio la pallavolo, è uno di questi.

La precedente considerazione nasce da diversi anni di esperienza coinvolgente e appassionata che, quasi naturalmente, mi hanno portato a scegliere questo argomento come tema della mia tesi.

Il rapporto tra media e sport può essere considerato un vero e proprio «matrimonio d'interesse» laddove lo sport ha fornito ai mass media uno strumento in grado di suscitare l'interesse dei consumatori, tanto da permettergli di raggiungere un seguito globale; da parte loro i mezzi di comunicazione hanno portato in giro per il mondo cronache, interviste e riprese in diretta delle gare.

Il presente elaborato, infatti, ha inizio con la storia della pallavolo a partire dalla sua nascita, per analizzare successivamente l'evoluzione del rapporto tra essa e i media, dalle origini fino al momento attuale. Un legame che può essere considerato altalenante e caratterizzato da periodi di grande interesse reciproco (individuabili durante gli anni Novanta quando la "Generazione di Fenomeni" raggiungeva risultati a livello internazionale) alternati a momenti di indifferenza durati per anni. A tal fine, verrà analizzato lo spazio che il volley ha avuto e ancora oggi occupa nei diversi mass media: dai giornali al web, passando per la radio e la televisione. Particolare attenzione sarà riservata sia alle competizioni che hanno reso questo sport uno dei più vincenti in Italia, sia ai motivi che hanno portato il volley ad essere spesso ignorato, soprattutto dalla carta stampata.

La pallavolo attualmente risulta essere uno degli sport più praticati in Italia, con l'aumento dei tesserati che è venuto a coincidere con le grandi vittorie a livello continentale e mondiale delle Nazionali Italiane, maschile e femminile.

Questo successo è dovuto da un lato alla natura accessibile e coinvolgente di questo sport, dall'altro all'investimento di risorse nella promozione e nello sviluppo del gioco da parte della Federazione Internazionale. A tal proposito, verranno messe in luce le strategie che la pallavolo come prodotto attua per acquisire visibilità, attraverso l'analisi, nello specifico, del lavoro delle diverse istituzioni.

L'obiettivo finale è quindi quello di spiegare l'evoluzione storica di un rapporto molto importante quale è quello tra uno sport sempre più emergente e i mass media, mettendo l'accento sui punti deboli e quelli di forza di un legame che avrebbe tutte le carte in regola per compiere il grande salto di qualità e far diventare la pallavolo uno degli sport più significativi della nostra epoca.

## CAPITOLO 1

### CENNI STORICI SULLA PALLAVOLO

#### 1.1 L'INVENZIONE

La nascita della pallavolo si può far ricondurre a un luogo e a una data precisi: Holyoke, Massachusetts, 1895. Qui il reverendo William G. Morgan presentò ai suoi colleghi della Young Men's Christian Association<sup>1</sup> (YMCA) una nuova attività, inizialmente chiamata *minonette*<sup>2</sup>, utilizzando solo una rete da tennis e un pallone da calcio. Questa nuova disciplina non stimolò subito l'interesse del pubblico a causa della mancanza del contatto fisico con l'avversario, che nella società dell'Ottocento rappresentava la qualità primaria nelle attività sportive (Serapiglia, 2018, p.24). Nonostante questo primo impedimento la *minonette* si diffuse all'interno delle YMCA anche grazie a una conferenza organizzata a Springfield nel 1896 proprio con lo scopo di far conoscere ai membri dell'associazione questo nuovo gioco.

La riunione ebbe due importanti conseguenze: la prima fu il cambiamento del nome da *minonette*, giudicato troppo femminile, a "Volley Ball" che metteva in risalto l'azione principale della disciplina e che avrebbe potuto catturare più facilmente l'attenzione del pubblico; la seconda fu il cambiamento delle regole che in principio prevedevano un numero illimitato di giocatori con lo scopo di mantenere la palla in movimento sopra la rete. Dopo questa conferenza fu nominato un comitato con l'obiettivo di produrre suggerimenti per la promozione e l'insegnamento del gioco. Questa nuova regolamentazione fu pubblicata nel luglio del 1896 e fu inclusa nell'edizione del 1897 del primo manuale ufficiale della North American YMCA Athletic League. Fu poi rivista nei decenni successivi con importanti innovazioni nel 1912 e nel 1917 e fu proprio grazie ad esse che il Volley Ball fu inserito nei programmi delle forze armate statunitensi in preparazione alla Prima Guerra Mondiale (Sito FIVB, history)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> La YMCA è un'organizzazione cristiana ecumenica che svolge attività culturale, assistenziale, ricreativa, puntando soprattutto sull'educazione alla tolleranza e alla reciproca comprensione (Treccani).

<sup>2</sup> Riferimento a un antico gioco con la palla praticato dalla nobiltà francese, detto '*minon*' (Serapiglia, 2018).

<sup>3</sup> Disponibile al link: [https://www.fivb.com/en/volleyball/thegame\\_glossary/history](https://www.fivb.com/en/volleyball/thegame_glossary/history)

## 1.2 L'ARRIVO E L'EVOLUZIONE DEL VOLLEY IN ITALIA

Si può affermare che il volley arrivò in Italia nel 1918 quando i soldati americani, sbarcati nella nostra penisola durante la Prima guerra Mondiale, fecero conoscere questa nuova disciplina ai soldati italiani perché considerata utile per mantenersi in forma, divertirsi in gruppo e prepararsi alla competizione in altre discipline a carattere maggiormente agonistico. Con l'arrivo dell'esercito statunitense, giunsero in Italia anche alcuni istruttori dell'YMCA che ebbero l'importante ruolo di far conoscere ed insegnare il volley nel nostro paese (Impiglia, 1995, p.4)<sup>4</sup>.

### 1.2.1 La pallavolo nel ventennio fascista

In seguito, con il fascismo lo sport agonistico divenne uno strumento essenziale per addestrare adeguatamente gli italiani alla guerra: le discipline di squadra, infatti, furono preferite da Mussolini per il raggiungimento di tale obiettivo. La pallavolo però rimase sempre in secondo piano e la ragione di questo mancato sviluppo venne sottolineata da Natale Bertocco:

«I giocatori, fissi o quasi ai loro posti, si basavano unicamente sulle loro doti personali per riuscire a piazzare in qualche modo la palla nel campo avversario nella speranza di poter realizzare il punto. La battuta era un'arma fortissima poiché, come capita a tutti i principianti, riusciva difficile rinviare la palla. Il palleggio era rudimentale e i passaggi fra compagni di squadra erano fulgide gemme nell'informe massa di rimandi diretti. Senza parlare per altro della "schiacciata" quasi sconosciuta» (N. Bertocco, 1953, p.454)<sup>5</sup>.

Questo nuovo sport, molto diverso da come lo conosciamo oggi, veniva considerato incapace di preparare allo scontro e alla guerra a causa della mancanza del contatto fisico con l'avversario. Questi fattori, sommati alla scarsa dimensione internazionale della pallavolo (divenne sport olimpico solo nel 1964), la resero, per tutto il periodo fascista, uno sport di dimensione locale che venne classificato come blandamente impegnativo e quindi perfetto per l'Opera Nazionale Dopolavoro<sup>6</sup>, che aveva lo scopo di educare moralmente gli italiani (Serapiglia, 2018, p.45).

---

<sup>4</sup> Impiglia, 1995, cit. in Serapiglia, 2018, p.34

<sup>5</sup> Bertocco, 1953, cit. in Impiglia, 1995, p.4

<sup>6</sup> Associazione istituita per elevare fisicamente e spiritualmente i lavoratori intellettuali e manuali nelle ore libere dal lavoro (Treccani).

## 1.3 LA PALLAVOLO DAL DOPOGUERRA AGLI ANNI '90

### 1.3.1 Il periodo post-bellico

Alla fine della Seconda guerra mondiale la pallavolo rappresentò uno degli sport che ambivano ad entrare a far parte del Comitato olimpico nazionale italiano (CONI) al fine di diventare disciplina agonistica. Il 31 marzo 1946, a Bologna, venne fondata la Federazione Italiana Pallavolo (FIPAV) ma, solo un anno dopo, il 10 agosto 1947, la FIPAV venne accolta tra le federazioni del CONI come membro aderente. Questa decisione da parte del Comitato Olimpico fu determinata dall'importanza che la pallavolo stava assumendo a livello internazionale con la nascita, pochi mesi prima, della Fédération Internationale de Volleyball (FIVB). La giunta del CONI infatti sottolineava:

«Lo sviluppo di questo gioco, che ha caratteristiche intermedie tra il tennis e la pallacanestro, è abbastanza notevole sia in Italia che all'estero. Fino ad oggi è stato considerato, specialmente nell'esercito e nelle scuole, come un utile esercizio di educazione e preparazione fisica. Tuttavia non mancano gli elementi perché esso possa assurgere a maggiori affermazioni e pertanto si ritiene utile ammettere detta Federazione al CONI quale membro aderente, affinché abbia la possibilità di estrinsecare tutte le sue forze (Giunta esecutiva del Coni, 18 luglio 1927)»<sup>7</sup>.

Questo riconoscimento da parte del CONI non permise nessun sostegno strutturale ed economico, concesso solo ai membri effettivi. Solo nel 1957 la pallavolo fu promossa a membro effettivo, dopo che gli era stato negato nel 1952, soprattutto grazie alla crescita del numero di tesserati e di società. Questo ritardo fu causato sia dallo scetticismo nei confronti di questa nuova disciplina che nel periodo fascista era considerata una pratica amatoriale e di dimensione locale, sia perché essa, negli otto anni precedenti, aveva ottenuto scarsi risultati a livello internazionale (Serapiglia, 2018, p.63).

---

<sup>7</sup> Aconi, 18 luglio 1947, cit. in Serapiglia, 2018, p.67

### 1.3.2 La crescita negli anni '60 e '70

Gli anni Sessanta furono fondamentali nella crescita del volley grazie ai cambiamenti strutturali della società italiana ed al miglioramento delle condizioni di vita. La pallavolo iniziò ad essere giocata in strutture apposite ed in questo periodo entrò nelle scuole, diventando pratica quotidiana per ragazze e ragazzi soprattutto al nord, grazie alla maggiore disponibilità di strutture (Tuselli, 2019, p.132). Gianfranco Briani, segretario generale della FIPAV nel 1961, affermava:

«Ci siamo affermati nelle scuole perché sostenevamo il valore del volley come mezzo per il raggiungimento di quegli scopi educativi che la scuola proponeva. La scuola non deve creare campioni, e per le sue caratteristiche la pallavolo è uno sport che si prestava alla pratica di tutti» (Briani, 2014)<sup>8</sup>.

Proprio l'assenza del contatto fisico tra gli avversari che aveva reso la pallavolo poco interessante nel periodo fascista, fu la ragione principale del suo successo in ambito scolastico. Sostiene Franco Anderlini<sup>9</sup>: "La rete che separa i due campi elimina il contatto con l'avversario [...]. A molti la mancanza del contatto fisico può sembrare una limitazione all'aggressiva virilità dell'atleta; noi invece nella rete vediamo i punti positivi della pallavolo in funzione educativa "(Anderlini, 1973, p.10)<sup>10</sup>.

Fino ai primi anni Settanta, il volley continuò a riscuotere un grande successo a livello scolastico, con l'aumento costante dei tesserati della FIPAV grazie anche ad associazioni di promozione come la UISP (Unione Italiana sport per tutti) che diffusero lo sport, e la pallavolo tra questi, in tutto il territorio nazionale. Tale sviluppo permise di ottenere per la prima volta il consenso per l'organizzazione dei Campionati Mondiali del 1978. Questo primo traguardo a livello internazionale fu però seguito dal timore che non fosse un evento abbastanza attrattivo per gli Italiani della fine degli anni '70 che non si erano mai avvicinati alla pallavolo anche a causa degli scarsi risultati ottenuti dalla Nazionale Italiana nei decenni precedenti.

L'inaspettata medaglia di bronzo ai campionati europei del 1948 rimase per un lungo periodo il risultato migliore portato a casa. Fino agli anni Settanta l'unico buon piazzamento fu la medaglia d'oro conquistata alle Universiadi di Torino del 1970,

---

<sup>8</sup> G. Briani in un'intervista a D. Serapiglia rilasciata nel 2014, cit. in Serapiglia, 2018, p.111

<sup>9</sup> Allenatore della US Ferrari Modena dal 1947 al 1952 e successivamente della Panini Modena dal 1966 al 1975.

<sup>10</sup> Anderlini, 1973, cit. in Serapiglia, 2018, p.111

seguita però da una serie di brutte prestazioni sia olimpiche che mondiali. Nonostante questi timori, il mondiale a Roma si rivelò un successo grazie anche alle sorprendenti prestazioni degli azzurri che si aggiudicarono una medaglia d'argento solo dietro all'URSS. Questo trionfo a livello di pubblico nei palazzetti fu agevolato anche dal buon mondiale di calcio giocato dalla nazionale italiana, che fece riavvicinare il nostro paese ai colori azzurri anche degli sport considerati minori.

Quel mondiale mostrò per la prima volta agli Italiani uno sport di squadra fino a quel momento confinato nelle palestre scolastiche. Il palleggiatore di quella nazionale, Francesco Dall'Olio, intervistato dal quotidiano *La Repubblica* nel 2018, affermava: "La cosa più bella accadde dopo quel Mondiale, ci fu un vero boom di iscrizioni nelle scuole di volley e di tesseramenti per la Federazione. Accadde il miracolo: in meno di un mese mettemmo le basi per quel che poi è venuto, la Generazione di Velasco e i trionfi degli anni Novanta" (Cito, *La Repubblica*, 8 settembre 2018)<sup>11</sup>.



Figura 1: Formazione della nazionale italiana ai mondiali 1970

### 1.3.3 Dopo il 1990: gli anni della rivoluzione

Il biennio 1989-1990 fu il periodo di svolta del volley nel nostro paese. Furono gli anni in cui la pallavolo acquisì una notorietà che sarebbe durata per tutti gli anni successivi.

La nuova nazionale guidata da Julio Velasco<sup>12</sup> sarebbe entrata nella storia, tanto da venire soprannominata 'Generazioni di Fenomeni', grazie ai successi che conquistò negli anni Novanta. Il coach argentino riuscì a plasmare l'identità di una squadra che,

---

<sup>11</sup> Disponibile al link: [https://www.repubblica.it/dossier/sport/mondiale-volley-2018/2018/09/08/news/volley\\_dall\\_olio\\_il\\_mondiale\\_del\\_1978\\_ha\\_inspirato\\_intere\\_generazioni\\_-\\_205763670](https://www.repubblica.it/dossier/sport/mondiale-volley-2018/2018/09/08/news/volley_dall_olio_il_mondiale_del_1978_ha_inspirato_intere_generazioni_-_205763670)

<sup>12</sup> Allenatore argentino chiamato a guidare la nazionale italiana dopo aver vinto quattro scudetti con la Panini Modena. Rimase sulla panchina dell'Italia dal 1989 al 1996 vantando numerosi trionfi tra europei, mondiali, world league e l'argento olimpico (Wikipedia).

fino a quel momento, aveva raggiunto risultati spesso mediocri e, nel giro di solo un anno, la portò nel tetto prima d'Europa e poi del mondo. Lorenzo Bernardi, Andrea Zorzi, Andrea Lucchetta, Paolo Tofoli, Andrea Gardini, Luca Cantagalli, Ferdinando de Giorgi divennero nomi conosciuti in tutt'Italia e per la prima volta la pallavolo italiana diede vita a dei giocatori simbolo, a dei volti noti, rimasti tali anche dopo trent'anni. Tutto iniziò nel 1989 quando l'Italia si presentò ai campionati continentali con il nono posto raggiunto alle olimpiadi dell'anno precedente e vinse a sorpresa la competizione battendo in finale i padroni di casa della Svezia. Lo stesso accadde l'anno successivo con i campionati mondiali: l'Italia si presentò da campione d'Europa in carica ma con tutt'altro che i favori del pronostico che erano sulle spalle del sestetto cubano, ritenuto imbattibile.

La nazionale italiana riuscì a sconfiggere in semifinale i padroni di casa del Brasile con una partita finita al tie-break e nella finale si impose con un risultato di 3-1 sulla squadra cubana, laureandosi così Campione del Mondo. Grazie a questo successo il volto del volley in Italia cambiò completamente e andò incontro a una notorietà mai vista prima. I tifosi italiani si avvicinarono alle imprese di questa nazionale di giovani vincenti e li seguirono anche negli anni successivi, quando replicarono il trionfo mondiale nel 1994 e nel 1998 e nel 1996 si aggiudicarono l'argento olimpico (Sito Fipav, 70 anni di storia)<sup>13</sup>.



*Figura 2: La formazione del 1990 sul podio mondiale  
(Credits: Fipav)*

---

<sup>13</sup>Disponibile al link:

<https://www.federvolley.it/storia#:~:text=La%20FIPAV%2C%20Federazione%20italiana%20Pallavolo,a%20fine%20degli%20anni%20settanta>

## 1.4 GLI ULTIMI VENT'ANNI: LA SVOLTA

“La vittoria del mondiale 1990 ha cambiato la vita del movimento della pallavolo italiano perché da lì è partita una storia diversa, potrebbe essere considerato l'anno zero”. Queste le parole di Andrea Gardini, uno dei giocatori più vincenti con la nazionale italiana di pallavolo, intervistato dall'amico e compagno di squadra Andrea Zorzi.

L'inizio del nuovo millennio vide l'introduzione di nuove regole a livello internazionale: la FIVB presentò il ruolo di 'libero', un giocatore specializzato nella ricezione e nella difesa e venne istituito il 'rally point system'<sup>14</sup>, tutt'ora in vigore, che rese il gioco molto più veloce.

Le olimpiadi di Sidney 2000 furono le prime del dopo Velasco e videro una nazionale italiana composta nella quasi totalità da volti nuovi. Pur arrivando con questi grandi cambiamenti, l'Italia partì da favorita grazie all'eredità lasciata dalla 'generazione di fenomeni' che venne in quegli anni eletta come la squadra più forte del XX secolo. La nazionale, guidata da Andrea Anastasi<sup>15</sup>, si piazzò al terzo posto, battuta in semifinale dalla Jugoslavia che avrebbe vinto l'oro olimpico. Gli anni successivi furono caratterizzati da uno strapotere da parte del Brasile che fu capace di vincere tre titoli mondiali consecutivi: 2002, 2006, 2010.

Per la nazionale italiana i risultati continuarono ad arrivare con le vittorie del campionato europeo nel 2003 e nel 2005 e con l'argento olimpico ad Atene 2004, dove la nazionale italiana venne fermata ancora una volta dalla conquista dell'oro a cinque cerchi, l'unico che manca nel palmarès della FIPAV. Il periodo successivo però fu caratterizzato da alti e bassi con buoni risultati a livello olimpico, bronzo a Londra 2012 e argento a Rio 2016, ma nessun trionfo a livello europeo o mondiale.

Dopo la *débacl*e di Tokyo 2020, la nazionale venne affidata a Ferdinando de Giorgi, componente di quella 'generazione di fenomeni' degli anni '90, che iniziò un nuovo percorso con una formazione quasi completamente nuova e composta da giovani esordienti. Dopo neanche un mese di lavoro, a sorpresa di tutti, questa nazionale vinse

---

<sup>14</sup> Denominazione del nuovo sistema di attribuzione del punteggio nel volley, entrato in vigore nel 2000. Allo scopo di abbreviare la durata delle partite e favorire l'immediatezza di acquisizione del singolo punto, si è eliminato il 'cambio palla', assegnando a ogni azione un punto (Treccani).

<sup>15</sup> Pallavolista italiano che collezionò 141 presenze con la nazionale italiana raggiungendo importanti traguardi. Ha allenato la nazionale italiana dal 1999 al 2002 e ancora dal 2007 al 2010, vincendo un campionato europeo (1999) e due World league (1999-2000) (Treccani).

gli europei 2021 e neanche un anno dopo si laureò campione del mondo battendo la Polonia, detentrici in carica del titolo e padrona di casa. Le parole del coach De Giorgi dopo la vittoria segnano una linea continua tra quella nazionale degli anni '90 che fece sognare l'Italia e questa nuova giovane squadra capace di vincere europei e mondiali in meno di un anno:

«È un risultato storico, non si vinceva un Mondiale da 24 anni e io ero in quella squadra... è stato veramente incredibile. Questi ragazzi mi hanno fatto vivere delle emozioni straordinarie, è stato come un passaggio generazionale da allenatore a giocatori, un lungo abbraccio con la maglia azzurra. Questi ragazzi si sono spesi in un progetto di crescita, sono giovani talentuosi e sono un motivo di fiducia e di speranza per il nostro paese, perché generano valore» (Ferdinando de Giorgi, 12 settembre 2022)<sup>16</sup>.



*Figura 3: La formazione della nazionale italiana campione del mondo 2022  
(Credits: Fipav)*

---

<sup>16</sup> Disponibile al link: <https://www.volleynews.it/i-campioni-del-mondo-ricevuti-al-quirinale-mattarella-una-seata-non-dimenticabile/>

## CAPITOLO 2

### IL RAPPORTO TRA LA PALLAVOLO E I MEDIA

Il valore dello sport è universale e lo è sempre stato, fin dagli albori. Ancora oggi gli eventi sportivi più importanti vedono la partecipazione di milioni di persone in tutto il mondo, cosa che raramente avviene per altri accadimenti. Questo succede in quanto lo sport può vantare qualità uniche che hanno un impatto comunicativo incomparabile:

- Il linguaggio: le immagini e la spettacolarità dei gesti atletici, sommate alle regole del gioco comuni nel mondo, rendono l'evento sportivo un fenomeno mediatico che ha un fascino unico.
- La suggestione dell'impresa: comprende una serie di componenti quali la notorietà dell'atleta e la disciplina sportiva in cui gareggia; il percorso per arrivare a un determinato risultato etc. Tutti elementi che, se presi singolarmente, aumentano l'impatto mediatico dell'evento sportivo.
- La personalizzazione del campione: è solo assistendo ad una gara che lo spettatore può raggiungere un livello di coinvolgimento che porta quasi all'immedesimazione con l'atleta e ad un'identificazione a livello emotivo.
- La brevità dell'evento: qualsiasi evento sportivo ha una durata che non supera le tre ore, un tempo limitato che consente allo spettatore di sapere esattamente quando inizia e finisce.

Questi aspetti hanno reso la rappresentazione dello sport uno degli avvenimenti più importanti per i media, dai giornali alla televisione, dalla radio ai social network. Il rapporto è biunivoco: i media usano lo sport per coinvolgere gli spettatori e lo sport a sua volta usa i media per raggiungere un seguito a livello globale (Arceri, 2012, p.120). E la pallavolo come si inserisce in tutto questo? Il rapporto tra i media e il volley è sempre stato caratterizzato da alti e bassi: i primi identificabili negli anni 90' con le vittorie della 'generazione dei fenomeni' e il conseguente profondo interesse mediatico; i secondi rilevabili soprattutto nel primo decennio del XXI secolo quando la Nazionale Italiana ha faticato a raggiungere risultati a livello internazionale.

## 2.1 LA PALLAVOLO NEI GIORNALI

L'Italia è uno dei paesi europei con il più alto numero di giornali sportivi: *la Gazzetta dello Sport*, *Il Corriere dello Sport* e *Tuttosport*. Questi quotidiani risultano essere anche tra i più letti in Italia, solo dopo il *Corriere della Sera* e *La Repubblica* (secondo i dati FIEG di maggio 2023), dimostrando l'interesse della popolazione verso il mondo dello sport. Questi dati però non sono applicabili alla pallavolo che, sulla carta stampata, fin dagli albori, ha sempre avuto un ruolo minore.

### 2.1.1 Le notizie nella carta stampata durante il XX secolo

La testata sportiva più antica è *La Gazzetta dello Sport*, fondata nel 1896 come bisettimanale e divenuta poi quotidiano nel 1913 (Perissinotto, 2012, p.54). Il primo articolo sulla pallavolo nella *Gazzetta dello Sport* risale al luglio del 1945; in esso veniva data notizia di un torneo vinto a Bologna dalla squadra locale. Nei decenni successivi però il volley venne raramente citato nei giornali sportivi anche a causa degli scarsi risultati della nazionale italiana.

I rapporti tra la stampa sportiva e la FIPAV, infatti, non furono dei migliori fino agli anni 70' e le cause si possono trovare da entrambe le parti: i giornali spesso si disinteressavano di tutti gli sport che non fossero calcio e ciclismo; la FIPAV, a sua volta, ritardava la messa in opera di pubbliche relazioni. l'istituzione di uffici stampa e non si impegnava a far nascere un dialogo con i giornalisti (Serapiglia, 2018, p.122). Carlo Gobbi<sup>17</sup> in un articolo datato maggio 1977 accusava il presidente della FIPAV Giannozzi di aver avuto scarsa cura dei rapporti con la stampa:

«L'antico concetto di Giancarlo Giannozzi, presidente dai tanti meriti, ma anche ostinatamente retrivo a certe aperture ben lo ricordiamo, diceva pressappoco: «Noi non abbiamo bisogno della stampa, è la stampa che deve venire a cercarci». Concetto qualunquistico, errato nella sostanza, forse meno nella forma, ma lontanissimo dalla realtà attuale, dalla vita quotidiana dei giornali, che debbono suddividere il loro spazio sempre scarso per lo sport, tra il calcio, che fa sempre la parte del leone e gli altri sport, quelli meglio conosciuti dal grande pubblico, quelli che presentano meglio i loro

---

<sup>17</sup> Carlo Gobbi è stato un giornalista della *Gazzetta dello Sport*.

avvenimenti, quelli che sanno di fare e di offrire spettacolo, quelli che godono di migliori relazione con chi in un giornale, detiene il potere» (Gobbi, 1977, in«Pallavolo»)<sup>18</sup>.

Con il presidente FIPAV successivo, Pietro Floriano Florio, l'immagine della pallavolo nel nostro paese cambiò radicalmente grazie all'interesse che il presidente diede al dialogo con i media. Con il mondiale del 1978, che regalò all'Italia la prima medaglia d'argento iridata, i giornali diedero un ampio spazio alla pallavolo e ne celebrarono la buona prestazione. Il giornalista Bartolomeo Baldi acclamava il successo “di seguito giornalistico, di pubblico” ottenuto superando “il muro dei preconcetti, dell'indifferenza e dell'anonimato” che era stato eretto fino a quel momento attorno alla pallavolo (Baldi, 1978, in «Pallavolo»)<sup>19</sup>. Questo interesse a livello giornalistico nei confronti del mondiale si ebbe non solo grazie alle buone prestazioni degli Azzurri ma anche grazie all'acquisto da parte della FIPAV di spazi sui giornali, come *La Gazzetta dello Sport*, per far conoscere l'evento che si sarebbe svolto tra le mura amiche. Sulla *Gazzetta* a ridosso dell'inizio della competizione venne pubblicato anche un vademecum per spiegare ai lettori tutte le regole della pallavolo e far quindi conoscere il volley a chi non l'aveva mai praticato. Grazie a tutto l'interesse che la rassegna ottenne, questo mondiale rappresentò a livello mediatico l'inizio di una nuova era (Serapiglia, 2018, p.136).



Figura 4: Prima pagina della Gazzetta dello Sport del 26 settembre 1978 (Credits: Gazzetta dello Sport)

<sup>18</sup>Gobbi, 1977, cit. in Serapiglia, 2018, p. 123

<sup>19</sup> Baldi, 1978, cit. in Serapiglia, 2018, p. 135

## 2.1.2 Lo spartiacque nel 1990

La vittoria dell'europeo nel 1989 e del mondiale nel 1990 cambiò profondamente il rapporto tra volley e media. Questi ultimi iniziarono a interessarsi ad uno sport che era arrivato ai vertici mondiali e per il quale tutta l'Italia iniziava a provare una forte riconoscenza.

Tutte le discipline sportive e la pallavolo non è un'eccezione, puntano su determinati elementi per riuscire a penetrare nella passione della gente: la realizzazione di successi sportivi che portano il pubblico ad interessarsi agli eventi; la produzione di talenti in grado di catturare l'attenzione dei tifosi (Arceri, 2012, p.272).

La nazionale italiana di pallavolo negli anni 90' riuscì per la prima volta a distinguersi in entrambi i punti grazie al susseguirsi di grandi successi che i giocatori ottennero in campo e che permise loro di diventare per la prima volta dei veri e propri divi. Primo fra tutti Andrea Lucchetta, capitano della nazionale fino al 1990, che dopo la vittoria del mondiale fu cercato spesso dai media grazie alla sua simpatia che era riuscita a bucare lo schermo. I giornali, sia sportivi che no, iniziarono a interessarsi al volley e a dedicargli quotidianamente degli articoli, come racconta Adelio Pistelli, per anni redattore del Corriere dello Sport, in un'intervista rilasciata nel 2009:

«L'Italia di quegli anni ha veramente cambiato il modo di guardare alla pallavolo nelle redazioni giornalistiche. Era scontato che si stravolgersero pagine e pagine già costruite per amplificare la sorpresa del volley. È grazie alla lunga collana di vittorie della nazionale che la pallavolo ha alzato spesso la voce. Ha costretto giornali nazionali a seguire il fenomeno volley» (Pistelli, 2009)<sup>20</sup>



Figura 5: Spazio dedicato alla pallavolo all'interno del Corriere della Sera il 29 ottobre 1990

<sup>20</sup> A. Pistelli in un'intervista rilasciata a S. Serafini nel 2009

Nel 1990 nacque anche 'Pallavolo Supervalley' una rivista mensile specializzata che racconta la pallavolo italiana ed internazionale. Un magazine storico che da 25 anni si occupa del volley raccontando i protagonisti con approfondimenti e rubriche sia sulla nazionale che sui club (Supervalley.eu).

### 2.1.3 Gli anni Duemila

Gli anni Novanta furono quindi un periodo essenziale per elevare la pallavolo italiana e toglierle l'etichetta di sport sconosciuto ai più. Con l'inizio del nuovo millennio però il rapporto tra pallavolo e media, più specificatamente i giornali, non fece quel balzo in avanti che tutti si aspettavano. Con l'invecchiare dei protagonisti del 1990, cominciarono a mancare quei volti noti che erano entrati per un decennio nelle case degli italiani e iniziò quindi un lento declino di immagine (Serapiglia, 2018, p.184). A questo si aggiunse il fatto che il volley si trovava e si trova tutt'oggi a dover cercare spazio in una società in cui la popolarità del calcio domina incontrastata e non viene intaccata né dagli scandali, né dalle delusioni agonistiche della Nazionale. Negli ultimi anni questo predominio del calcio si è addirittura enfatizzato, andando ancor più a intaccare gli spazi dedicati agli altri sport. Gian Luca Pasini, giornalista della *Gazzetta dello Sport*, rispondendo alla domanda che chiedeva in che percentuale la *Gazzetta* si occupasse di pallavolo, afferma:

«Lo spazio varia di giornata in giornata, è difficile dare un dato numerico effettivo. Durante l'anno dedichiamo al campionato una pagina la domenica e, in seguito, tre o quattro pagine complessive nel corso della settimana. È evidente che il rapporto cambia in occasione di un grande evento con la Nazionale; per il campionato del Mondo o per quello Europeo lo spazio riservato potrebbe essere di almeno una pagina al giorno, se non di più. A tutto ciò si aggiunge un canale dedicato sul sito con aggiornamenti quotidiani, un blog, i video» (Pasini, 2014)<sup>21</sup>.

Quello dello spazio dedicato agli sport minori nei giornali, rimane un argomento attualissimo e Luca Muzzioli, direttore di Volleyball.it (la prima testata online che si è occupata di pallavolo), mette l'accento su come la carta stampata ogni anno che passa

---

<sup>21</sup> G. Pasini in un'intervista rilasciata a C. Belcastro nel 2014

cerchi sempre più ciò che attira l'attenzione andando a dare sempre meno importanza ai risultati delle partite o del campionato:

«I giornali sono sempre alla ricerca di qualcosa che faccia notizia, quindi o eventi (una finale continentale o mondiale, una nazionale che magari va bene in quel momento perché è alimentata anche dalla tv generaliste) oppure i personaggi più conosciuti con cui la pallavolo si identifica. È quindi più facile trovare o una pagina dedicata ad un'intervista o notizie che riguardano i giocatori più conosciuti, piuttosto che un articolo sulla partita. Questo perché dal punto di vista dei lettori chi vuole sapere il risultato di una partita o una situazione di un campionato va a leggersi la notizia online anche in tempo reale. Di conseguenza i quotidiani sono alla ricerca di nuove forme di comunicazione e negli sport minori stanno abbandonando quello che può essere il racconto della quotidianità per cercare ciò che fa vendere più copie»<sup>22</sup>.

Infatti, andando ad analizzare gli spazi dedicati al volley nei giornali sportivi si può notare come solo durante le Olimpiadi la pallavolo abbia una copertura sufficiente. Prendendo come oggetto di analisi la vittoria del mondiale 2022 da parte della Nazionale Italiana di Pallavolo, salta all'occhio un non adeguato spazio in prima pagina dedicato all'impresa dei ragazzi di De Giorgi se lo si compara alle notizie calcistiche del giorno che occupano gran parte della pagina.



Figura 6: Prima pagina Gazzetta dello Sport del 12 settembre 2022 (Credits: Gazzetta dello Sport)



Figura 7: Prima pagina Corriere dello Sport del 12 settembre 2022 (Credits: Corriere dello Sport)

<sup>22</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag. 43

Sulla *Gazzetta* le pagine interne dedicate alla vittoria del titolo mondiale sono tre, da pagina 48 a 50 sulle 55 totali del giornale, dopo le notizie dei campionati di Serie A, B e C di calcio. Più o meno stesso spazio dedicato nelle pagine del *Corriere dello Sport*, che si macchia anche di un errore grossolano mettendo in prima pagina una foto non del mondiale appena vinto bensì dell'Europeo dell'anno precedente, dove erano inoltre presenti dei giocatori non convocati nella rassegna iridata. Il perché di questa assenza di meritocrazia è da trovare soprattutto nella divisione in aree tematiche dei giornali in cui tutti gli sport che non siano calcio sono relegati alla sezione "altri sport" con un maggior occhio di riguardo per la formula 1 e il tennis. Questa divisione ha come conseguenza la carenza di figure professionali esperte in quegli sport considerati minori, che porta quindi a una mancanza di organico per poter scrivere un numero cospicuo di articoli. Relegando in un'unica sezione tutti gli sport, pochi giornalisti si trovano a scrivere articoli di discipline di cui magari non hanno una profonda conoscenza e di conseguenza si inciampa in errori come quello del *Corriere dello Sport* citato in precedenza.

I costi sono la causa principale di questo fenomeno e negli ultimi anni si è visto come lo spazio riservato agli sport minori aumenti solo quando la federazione o la Lega fa degli investimenti pubblicitari: «È brutto da dire ma è così – spiega Luca Muzzioli - Da un punto di vista giornalistico forse non è deontologicamente corretto, ma qui non si parla di giornalisti bensì di editori e questa deontologia loro non ce l'hanno e guardano solo ai bilanci»<sup>23</sup>.

Senza lasciare indietro la battaglia per un adeguato spazio nei giornali cartacei, diventa quindi necessario trovare forme diverse di comunicazione per dare risalto agli 'sport minori' e la televisione prima e Internet successivamente hanno dato un grande aiuto su questo fronte.

---

<sup>23</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

## 2.2 IL VOLLEY RACCONTATO IN TV

Per trovare la prima trasmissione televisiva riguardante lo sport bisogna risalire alle Olimpiadi di Roma, nel 1960, durante le quali i pochi possessori di una televisione poterono apprezzare per la prima volta le qualità di atleti fino ad allora sconosciuti, grazie alla diretta televisiva monocolore della Rai (Germano, 2012, p.151).

La televisione con l'andare degli anni ha profondamente influenzato le manifestazioni sportive che si sono dovute adeguare alle esigenze televisive per non essere estromesse dai palinsesti; lo sport televisivo, infatti, deve avere, in primo luogo, una propria spettacolarità, con azioni e gesti atletici eccezionali, capaci di poter mantenere lo spettatore attaccato allo schermo. In secondo luogo, il canale televisivo è sempre alla ricerca di un "successo mediatico" che, per gli eventi sportivi, è dato soprattutto dal ritmo della gara che non deve risultare mai lento agli occhi di chi guarda. Inoltre, l'emittente deve tener conto dei gusti diversi del pubblico e nel caso in cui si verifichi la presenza di più discipline nello stesso momento (come avviene nel caso delle Olimpiadi) viene data la priorità allo sport più seguito e più spettacolare, capace di attirare l'attenzione anche di chi non è un tifoso (Perissinotto, 2012, p.90).

Come si è inserita quindi la pallavolo in questi cambiamenti televisivi? Nel 1984, il nuovo presidente della FIVB Ruben Acosta attuò una serie di mosse con lo scopo di rendere il volley un prodotto più appetibile per il pubblico dell'etere. Infatti, proprio per adeguarsi alla programmazione televisiva, Acosta introdusse dal 1997 il 'rally point system' per rendere le partite più veloci e di conseguenza porre fine alla gara in tempi ragionevoli e adeguati al palinsesto.

### *2.2.1 Le prime apparizioni televisive della pallavolo*

Prima degli anni '90 le immagini dedicate alla pallavolo in Italia sono state veramente poche. Sono solo otto i filmati dedicati alla pallavolo prodotti dall'Istituto Luce tra il 1929 e il 1942 (Serapiglia, 2018, p.47).

Per trovare la prima apparizione televisiva della Nazionale Italiana bisogna aspettare fino al 1976, quando si qualificò per la prima volta alle Olimpiadi di Montreal (Serapiglia, 2018, p.101). Al di fuori dei Giochi Olimpici, però, lo spazio dedicato alla pallavolo fu sempre sporadico con gli incontri del campionato italiano trasmessi a tarda notte o non interamente.

Solo nel 1978, grazie all'organizzazione dei mondiali in Italia, la FIPAV iniziò a instaurare un rapporto con la Rai. Le partite di quel campionato furono trasmesse su Rai Due: tale evento diede molto risalto alla disciplina e fece conoscere la pallavolo anche a chi accendeva casualmente la televisione e si collegava sul secondo canale nazionale. Questo interesse da parte della Rai proveniva sia dagli investimenti della FIPAV, sia dalla diffusione del volley che contava ormai più di centomila tesserati nel territorio nazionale (Serapiglia, 2018, p.137).

Durante gli anni Ottanta il volley visse il suo momento di maggior sviluppo e grande importanza ebbero le televisioni locali che acquistarono i diritti per tramettere le partite del massimo campionato di pallavolo. Nonostante gli accordi tra la Rai e la federazione, durante i mondiali del 1990 si pensava che questo sport non potesse avere successo in televisione e il giorno prima della finale della Nazionale italiana contro quella cubana la programmazione delle reti Rai non prevedeva ancora la trasmissione della partita. La semifinale e la finale di quel campionato del mondo furono delle gare molto intense e avvincenti, capaci di tenere attaccate allo schermo centinaia di migliaia di persone. La messa in onda di queste partite creò il mito della 'Generazione di Fenomeni', termine coniato dal telecronista Rai Jacopo Volpi e aiutò a far nascere, per la prima volta, delle figure di riferimento per la pallavolo italiana. I protagonisti di quell'impresa diventarono testimonial di pubblicità e campagne di prevenzione e furono chiamati a partecipare a programmi televisivi e conferenze. Il volley italiano stava vivendo la sua epoca d'oro e la televisione fu la causa di questa esplosione e del suo consolidamento negli anni successivi.

La pallavolo, infatti, dal 1991 entrò in pianta stabile nei palinsesti televisivi: Silvio Berlusconi si interessò per anni a questo sport e le sue reti Fininvest (Italia 1 in particolare) mandarono in onda, per un lungo periodo, una partita del campionato italiano la domenica pomeriggio. Proprio quelle reti cominciarono a trasmettere dal 1986 le puntate di "Mila e Shiro - due cuori nella pallavolo" essenziali per i bambini di quegli anni che per la prima volta videro in televisione un cartone animato con protagonisti giocatori di uno sport che non fosse il calcio. Migliaia di ragazzi si avvicinarono alla pallavolo grazie a questo cartone – anche ragazze che sarebbero diventate campionesse del mondo come Eleonora Lo Bianco- soprattutto le bambine, che furono sempre più coinvolte nella pratica sportiva (Serapiglia, 2017). Grazie a questi cambiamenti mediatici, la crescita del movimento fu enorme e per la prima volta

la pallavolo entrò a far parte della produzione mediatica destinata all'intrattenimento di massa.

### 2.2.2 I cambiamenti negli ultimi anni

Il successo mediatico della 'generazione di fenomeni' continuò fino alla fine degli anni '90 con la finale olimpica ad Atlanta 1996 che venne seguita da 6.520.000 spettatori, con uno share del 47,90% (Ingrati, 1999. p.72)<sup>24</sup>. Fu un picco che la pallavolo per anni faticò a replicare e già dalla vittoria del mondiale del 1998 l'interesse cominciò a scemare soprattutto a causa dei diritti tv (venduti a Stream e non alla Rai) che impedirono a gran parte degli appassionati di seguire il terzo oro mondiale consecutivo e provocarono non poche polemiche.



Figura 8: Pagina interna del Corriere della Sera del 29 novembre 1998 con riquadro dedicato alla polemica per la mancata diretta (Credits: Corriere della Sera)

Inoltre, una serie di fattori fece calare l'interesse raggiunto negli anni precedenti: il ritiro dai campi da gioco dei più importanti divi della generazione di fenomeni, Andrea Lucchetta e Andrea Zorzi fra tutti; gli scarsi risultati che la nazionale italiana raggiunse a livello internazionale; i diritti televisivi delle partite del campionato che nei primi anni duemila furono comprati da Sky e furono quindi fruibili solo a pagamento.

La Rai continuò comunque ad interessarsi al volley e dal 2010 cominciò a detenere i diritti del massimo campionato di serie A con la trasmissione di due partite ogni fine settimana, ottenendo buoni risultati a livello di ascolti. La rete pubblica continuò a seguire anche le competizioni della Nazionale Italiana che, dopo un decennio di scarsi

<sup>24</sup> Ingrati, 1999, cit. in Serapiglia, 2018, p. 183

risultati, riuscì a ridestare l'interesse da parte del pubblico durante le Olimpiadi di Rio 2016: la semifinale olimpica finita 3-2 per l'Italia contro gli Stati Uniti fu descritta come una delle partite più intense degli ultimi anni e fu seguita da 3,5 milioni di spettatori su Rai 2, con uno share del 29,11% (La Repubblica, 20 agosto 2016). La finale mondiale vinta nel settembre 2022 fu trasmessa per la prima volta dopo anni su Rai 1 e raggiunse uno share del 22.5% con 3,752,000 telespettatori. Nonostante il numero di spettatori nettamente minore rispetto alle partite degli anni Novanta, i dati evidenziano come il successo televisivo degli eventi di pallavolo si manifesti soprattutto quando le partite vengono trasmesse sui primi canali nazionali dove raggiungono il grande pubblico.

«Gli ascolti sono sempre molto elevati – spiega Luca Muzzioli - Vent'anni fa c'erano solo Rai1, Rai2, Rai Tre, Canale 5, Italia uno, Rete quattro e forse Montecarlo e a livello di share tutto era concentrato lì. Ad esempio, l'europeo del 2005 aveva totalizzato 7/8 milioni di telespettatori; adesso è un dato impossibile da raggiungere ma non perché la pallavolo interessi di meno bensì perché contemporaneamente ci sono sia cento canali differenti, sia piattaforme streaming e le persone hanno molta più scelta sul cosa guardare»<sup>25</sup>.

Nel corso degli anni la pallavolo si è quindi ritagliata uno spazio importante sulle reti Rai, anche se al momento mancano programmi di approfondimento che consentano agli spettatori occasionali di conoscere meglio uno sport che da anni è ai vertici mondiali (Menduni, 2006, p.71).

### *2.2.3 I programmi dedicati alla pallavolo*

Il giornalista più importante che si è occupato di pallavolo, creando delle trasmissioni ad essa dedicate, è senza dubbio Lorenzo Dallari. Dallari approdò a Telepiù<sup>26</sup> nei primi anni Novanta e diede vita a tre trasmissioni di approfondimento dedicate specificatamente alla pallavolo: Volleymania, Diretta Volley e Monday Night. Volleymania divenne una trasmissione di grande successo, sempre con la conduzione

---

<sup>25</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

<sup>26</sup> Telepiù S.p.A. (inizialmente S.r.l.) è stata un'azienda italiana attiva nel settore televisivo dal 1990 al 2003. In 13 anni d'attività ha offerto, per il mercato italiano, una serie di piattaforme televisive a pagamento per la televisione analogica terrestre e digitale satellitare (Wikipedia).

di Dallari e con il passaggio a Sky Sport 2 andò in diretta fino ai primi anni duemila. Si dovrà attendere fino al 2016 per rivedere in televisione una trasmissione dedicata alla pallavolo. Infatti, dopo l'argento olimpico a Rio 2016 il telecronista Rai Maurizio Colantoni divenne conduttore di «Oltre la Rete», che andò in onda fino alla stagione 2018-2019 e si occupò di approfondimenti, interviste e analisi del campionato di Superlega (TuttoSport, 12 settembre 2016)<sup>27</sup>.

«Per il calcio è più semplice fare trasmissioni di approfondimento – afferma Luca Muzzioli - perché hai un corrispondente da ogni campo di serie A e serie B e si riesce ad avere una produzione di interviste quasi quotidiana. Nella pallavolo ti devi interfacciare agli addetti stampa di ogni squadra perché non c'è un inviato Rai o Sky in tutte le piazze e quando devi chiedere agli addetti stampa diventa complicato e richiederebbe molto lavoro avere del materiale. Non ci sono le risorse e le forze per sostenerlo e quando è stato provato la qualità non è stata eccezionale»<sup>28</sup>.

La Rai negli anni ha continuato ad essere in prima linea per la trasmissione degli eventi pallavolistici dedicando, durante le competizioni della Nazionale italiana o le partite più importanti del campionato (finali Playoff, finali Coppa Italia), un “salottino” con interviste approfondite a bordo campo prima e dopo la gara. Grande interesse anche da parte di Sky Sport che detiene i diritti, insieme alla Rai, del campionato femminile di serie A e della Volley Nations League <sup>29</sup>.

Nell'ultimo periodo rubriche di approfondimento vengono svolte dalla «Domenica Sportiva» da sempre a forte traino calcistico ma che nell'ultimo anno, grazie a un rinnovamento dei conduttori, si occupa anche di altri sport, tra cui il volley (emblematico il caso della vittoria del mondiale 2022 con le premiazioni in diretta in contemporanea sia su Rai 1 che su Rai 2, grazie al collegamento della Domenica Sportiva).

Il biennio 2021-2022 è stato un periodo straordinario per la pallavolo italiana con i risultati ottenuti sia a livello seniores che juniores. I numerosi successi hanno portato sia la Rai che Sky a produrre due documentari dedicati esclusivamente alle vittorie delle Nazionali. Il primo docufilm prodotto dalla Rai è intitolato “Un anno straordinario” e racconta le vittorie del campionato europeo e del mondo da parte della nazionale

---

<sup>27</sup> Disponibile al link: [https://m.tuttosport.com/amp/news/pallavolo/2016/09/13-15302798/sulle\\_reti\\_rai\\_nasce\\_l\\_appuntamento\\_con\\_oltre\\_la\\_rete](https://m.tuttosport.com/amp/news/pallavolo/2016/09/13-15302798/sulle_reti_rai_nasce_l_appuntamento_con_oltre_la_rete)

<sup>28</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

<sup>29</sup> La Volleyball Nations League è una competizione pallavolistica per squadre nazionali organizzata dalla FIVB e si svolge con cadenza annuale.

maschile e l'oro europeo e il bronzo mondiale della nazionale femminile. Nel documentario, condotto da Jacopo Volpi, i protagonisti e protagoniste dell'impresa raccontano retroscena, sensazioni ed emozioni di quelle vittorie. Il secondo docufilm "Ragazzi d'Oro" è targato Sky e si occupa più nello specifico della vittoria del Campionato del Mondo con gli interventi del CT Ferdinando de Giorgi che racconta passo per passo le tappe di quel percorso (Comunicato Federvolley, 15 dicembre 2022)<sup>30</sup>. Un interesse così assiduo nei confronti della pallavolo non si registrava da anni, prova di come ogni sport abbia bisogno di successi e di grandi protagonisti per riaccendere l'attenzione sia del pubblico che dei media.

---

<sup>30</sup>Disponibile al link: <https://www.federvolley.it/news/un-anno-straordinario-e-ragazzi-d-oro-due-docufilm-sulle-nazionali-azzurre-onda-sulle-reti-rai#:~:text=Il%20primo%20dal%20titolo%20%E2%80%9CUn,fin%20al%20primo%20posto%20nella>

## 2.3 IL VOLLEY ALLA RADIO

La radio cominciò il racconto del fenomeno sportivo qualche anno prima rispetto alla televisione. In Italia risale al 19 giugno 1927 la prima trasmissione radiofonica che si occupò di sport: il commento del Gran Premio di galoppo a San Siro (Germano, 2012, p.150). Gli eventi sportivi furono il banco di prova per la trasmissione in diretta radiofonica in Italia e contribuirono ad “accrescere la passione sportiva fino a condizionarne il tempo libero; la domenica divenne il giorno consacrato a questo tipo di ascolto radiofonico” (Monteleone, 1999, p.85)<sup>31</sup>. Seppur con ritardo, anche la pallavolo entrò a far parte delle trasmissioni radio con una dovuta distinzione di interesse tra le emittenti a livello nazionale e quelle a livello locale.

### 2.3.1 Radio nazionali e radio locali

Si è visto come sia i giornali che la televisione abbiano incrementato il loro interesse verso la pallavolo grazie ai successi internazionali degli anni Novanta. Anche la radio seguì questa strada e nel 1992 Andrea Lucchetta, uomo simbolo del mondiale 1990, venne chiamato da radio 105 a condurre una trasmissione in diretta dedicata alla pallavolo<sup>32</sup>. Già dal 1991 Radio Uno diede vita a “Pallavolando” una trasmissione dedicata interamente al volley che andò in onda fino al 2013 raccontando le partite più importanti dei campionati di Serie A. Dal 2013 lo spazio dedicato alla pallavolo passò alla trasmissione “Palasport” che va tutt’ora in onda all’interno di Domenica Sport durante il periodo invernale (Wikipedia)<sup>33</sup>. L’ultima emittente radiofonica che si occupa ancora di volley è “Latte miele”, radio ufficiale della Lega Pallavolo Serie A, che all’interno del programma “Set&Note” prevede due collegamenti dai campi di Superlega con costanti aggiornamenti (Sito LatteMiele)<sup>34</sup>. La voce è quella di Marco Caronna che durante la settimana conduce anche “Fuoribanda” rubrica di approfondimento con interviste ai protagonisti, notizie e curiosità sulle partite giocate nel weekend precedente.

---

<sup>31</sup> Monteleone, 1999, cit. in Germano, 2012, p. 151

<sup>32</sup> Disponibile al link: <https://www.orrorea33giri.com/andrea-lucchetta-go-lucky-go-1992/>

<sup>33</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/Pallavolando>

<sup>34</sup> Disponibile al link: <https://www.lattemiele.com/programmi/setnote/>

L'impronta del volley nelle radio a livello locale cambia profondamente grazie soprattutto al radicamento nel territorio delle squadre di Superlega. La pallavolo rimane uno sport provinciale e questo si può notare anche dalle squadre che militano nel massimo campionato, le quali non sono metropoli bensì i piccoli capoluoghi di provincia come Perugia, Trento, Modena, Cisterna etc. Questo permette una grande collaborazione con le radio locali che spesso sono partner dei club e consentono ai tifosi di seguire la loro squadra anche quando gioca in trasferta e la partita non è trasmessa in tv. Tra le numerose radio associate alle squadre si possono citare Radio Arancia che segue la squadra di Civitanova e Radio Dolomiti, partner di Trentino Volley, che si sono rese protagoniste soprattutto grazie agli appuntamenti settimanali con i giocatori della squadra di casa come ospiti (Comunicato Trentino Volley, 30 settembre 2022) (Comunicato Lube Volley, 22 settembre 2016)<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Disponibile al link:<https://www.lubevolley.it/news/2016-09-22-radio-arancia-arancia-television-tv-centro-marche-ecco-i-nuovi-media-partner/#:~:text=Radio%20Arancia%2C%20Arancia%20Television%2C%20Tv,Lube%20Volley%20%2D%20Official%20Web%20Site>

## 2.4 LA PALLAVOLO SUL WEB

La nascita di Internet ha cambiato profondamente il mondo della comunicazione. Il web ha integrato in un unico mezzo tutti i media tradizionali, che si sono dovuti adattare a questi cambiamenti. Il ruolo del giornalista è quindi mutato: gli attori spesso si rivolgono in prima persona al proprio pubblico attraverso il web, saltando la mediazione del giornalista che fino alla nascita di Internet era essenziale. L'esplosione di questo fenomeno ha ovviamente toccato anche il rapporto tra media e sport, mettendo in risalto degli elementi completamente nuovi.

La pallavolo è stata una delle prime discipline a utilizzare il Web e a sfruttarne le potenzialità. Il primo caso di informazione online dedicata al volley è il portale "Volleyball.it", online dal 14 giugno 2000, a cui si sono affiancati col tempo nuovi siti dedicati alla pallavolo (VolleyNews.it, IVolleyMagazine, etc.). Essi sono diventati un punto di riferimento non solo per gli appassionati ma anche per le istituzioni: in pochi click è possibile avere a disposizione le ultime notizie sul mondo del volley nazionale e internazionale, risultati e riassunti delle partite giocate, notizie di volleymercato e tanto altro.

Anche la Federazione internazionale ha utilizzato il web per espandersi e da qualche anno ha dato vita a Volleyball World TV, un servizio streaming digitale accessibile in tutto il mondo che permette la visione di numerose competizioni.

«Volleyball World ha cambiato il mondo della pallavolo e lo sta ancora facendo – afferma Luca Muzzioli - È una piattaforma eccezionale per lo streaming perché hanno una grande offerta e una buona qualità. Devono però ancora crescere a livello di prodotto, affinando il discorso giornalistico perché chi commenta spesso non è all'altezza e la produzione pre e post-partita è un po' carente, quando invece avrebbero le potenzialità per fare servizi di alto livello. Sarà un passaggio che dovranno fare se vogliono continuare ad ottenere utenti»<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

Dalla stagione 2021-2022 anche la Lega Pallavolo Serie A ha annunciato una partnership con Volleyball World che ha acquistato i diritti televisivi del campionato di Superlega e ha consentito la visione delle partite in tutto il mondo con telecronache in lingua inglese (Comunicato Legavolley, 21 luglio 2021)<sup>37</sup>.

#### 2.4.1 I social media

I social network hanno contribuito a creare un legame tra sport e comunicazione, soprattutto grazie al contatto diretto che gli atleti, le società e le federazioni sportive possono avere con i tifosi. Ad oggi è atipico non trovare un giocatore sui social e anche le istituzioni sportive hanno dovuto fare i conti con questa nuova realtà creando a loro volta profili ufficiali per i club di Superlega e per le federazioni. Fino a qualche anno fa il social media più utilizzato nel mondo della pallavolo era senza dubbio Facebook, soppiantato negli ultimi anni da Instagram. Quest'ultimo con l'aggiornamento delle "stories"<sup>38</sup> ha permesso ancora di più di coinvolgere i tifosi con contenuti inediti e simultanei alla visione. È stato quindi un cambiamento epocale anche per le squadre e le federazioni che trovano nei social media un mezzo essenziale per veicolare i propri messaggi.

“A livello di fan ma anche di comunicazione fatte dagli atleti e dalle atlete Instagram è il canale che viene più utilizzato – spiega Luca Muzzioli- e se un giocatore pubblica un messaggio di qualsiasi tipo lo veicola prima di tutto su Instagram. Twitter rimane però la migliore piattaforma per trovare informazioni giornalistiche”<sup>39</sup>.

L'istituzione pallavolistica più seguita sui social è Volleyball World che nel 2022 ha avuto una crescita del 35% nel numero di followers, la più alta tra tutte le Federazioni sportive al mondo e che la posiziona al terzo posto assoluto come numero di followers dietro solo alle Federazioni internazionali di calcio e basket (FIVB, comunicato VolleyNews, 27 gennaio 2023 <sup>40</sup>).

---

<sup>37</sup>Disponibile al link: <https://www.legavolley.it/2021/volleyball-world-lancia-la-partnership-con-lega-pallavolo-seria-a/>

<sup>38</sup> Le Storie Instagram, o Instagram Stories, sono contenuti temporanei (video, foto o testi) che restano visibili per 24 ore dalla pubblicazione sul proprio profilo Instagram.

<sup>39</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

<sup>40</sup>Disponibile al link: <https://www.volleynews.it/social-network-volleyball-world-batte-il-record-di-crescita/>

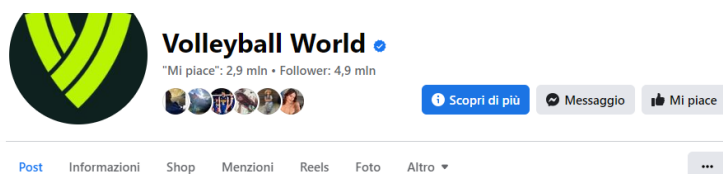


Figura 9: Profilo Facebook di Volleyball World che conta 4,9 milioni di followers al 21 agosto 2023 (Credits: Volleyball World)



Figura 10: Profilo Instagram di Volleyball World che conta 2,3 milioni di followers al 21 agosto 2023 (Credits: Volleyball World)

La pallavolo, dunque, è molto presente sul web anche grazie a blog dedicati, che permettono agli appassionati di partecipare a discussioni e condividere foto e video. I social media hanno però un ruolo di primo piano: Twitter da anni è diventato il social dove sia tifosi che addetti ai lavori commentano le partite in tempo reale attraverso hashtag specifici delle varie competizioni; su Instagram invece si possono trovare sia profili che si occupano di approfondimenti sulle partite, sia profili ufficiali di network come Eurosport che da anni dà sui suoi canali la stessa attenzione a tutti gli sport, con post dedicati soprattutto alle squadre nazionali.

#### 2.4.2 Gli adattamenti dei media tradizionali

I media tradizionali si sono velocemente adattati ai cambiamenti che il web ha portato nel modo di acquisire informazioni. La carta stampata, per prima, ha subito una costante diminuzione delle copie vendute, da quando le notizie sono veicolate istantaneamente sul web. Il giornalista della *Gazzetta dello Sport* Gian Luca Pasini spiega che il calo delle copie “si è riusciti a fronteggiarlo compensando con le vendite di copie digitali” (Pasini, 2014)<sup>41</sup>, nelle quali il volley riesce ad avere più risalto. I giornali sportivi cartacei si sono in fretta adeguati a questi cambiamenti offrendo un tipo di informazione diversa da quella che si può trovare sul web: “Dare il risultato di una partita piuttosto che la cronaca e il resoconto del match non è più sufficiente, dal momento che l’informazione di base è fornita da molteplici canali, diffusisi a seguito dello sviluppo e del progresso tecnologico. Bisogna quindi affermare che indubbiamente in questi anni, la concorrenza è molto aumentata anche parlando in

<sup>41</sup> G. Pasini in un’intervista rilasciata a C. Belcastro nel 2014

termini di velocità nel dare e nel far circolare l'informazione"<sup>42</sup> spiega ancora Pasini. Dal 2017 proprio Gian Luca Pasini, affiancato da altri colleghi, ha dato vita a "V come Volley" un'iniziativa editoriale che ogni venerdì dedica ai campionati maschili e femminili di volley un inserto di otto pagine all'interno della *Gazzetta*; un progetto che cerca di dare risalto alla pallavolo all'interno del giornale, grazie alla notorietà raggiunta dalla disciplina dopo l'argento olimpico a Rio 2016 e che si può considerare vincente dal momento che dopo sei stagioni va ancora in stampa (*La Gazzetta dello Sport*, 9 febbraio 2017)<sup>43</sup>.

Anche la televisione e la radio hanno attuato dei cambiamenti e hanno offerto i propri contenuti in streaming: la Rai ad esempio nel 2007 lancia Rai.tv un sito che permette sia di vedere in differita i suoi programmi, sia di seguire trasmissioni ed eventi sportivi in diretta. Dal 2016 Rai.tv diventa Raiplay ampliando la propria offerta e dando la possibilità di accedere ai contenuti anche via app. La nascita di questo sito streaming ha cambiato anche la trasmissione degli eventi sportivi: quando più partite sono giocate in contemporanea, su Raiplay vengono attivati dei canali per permettere la visione quando non è possibile trasmetterli in chiaro per esigenze di palinsesto (Wikipedia)<sup>44</sup>.

Tutti questi cambiamenti hanno permesso di raggiungere un numero di spettatori maggiore rispetto al passato e hanno consentito di seguire gli eventi sportivi senza dover essere necessariamente di fronte a una televisione. Anche la radio ha trasferito la sua offerta sul web, consentendo l'ascolto tramite i propri siti internet dedicati: dal 2017 la Rai, ad esempio, ha dato vita a RaiPlay Sound dove è possibile ascoltare i 12 canali radio della Rai sia in diretta che in differita.

In conclusione, il web e i media tradizionali si sono influenzati e integrati reciprocamente soprattutto nella sfera della produzione e dell'accesso ai contenuti e hanno permesso ai canali tradizionali di ampliare la propria offerta dando la possibilità di seguire eventi e programmi tv anche dal proprio smartphone.

---

<sup>42</sup> *Ibidem*

<sup>43</sup> Disponibile al link: <https://www.gazzetta.it/Volley/09-02-2017/da-domani-tutti-venerdi-gazzetta-v-come-volley-180751950045.shtml>

<sup>44</sup> Disponibile al link: <https://it.wikipedia.org/wiki/RaiPlay#:~:text=Storia%20di%20RaiPlay-.Anni%202010,%C3%A8%20disponibile%20per%20Smart%20TV>

## CAPITOLO 3

### LA COMUNICAZIONE NEL MONDO DEL VOLLEY

L'importanza dello sport, sia dal punto di vista spettacolare che commerciale, lo ha reso un elemento privilegiato per il mondo della comunicazione. È diventato, dunque, essenziale per le diverse federazioni assicurarsi il sostegno dei media, che permettono di raggiungere non solo i propri tifosi ma anche il bacino degli indifferenti (Arceri, 2011, p.295). Il mondo della pallavolo, nello specifico, utilizza per comunicare tutti i canali disponibili, dai media tradizionali ai siti web dedicati.

#### 3.1 LE ISTITUZIONI

##### *3.1.1 La federazione internazionale*

Nel corso degli anni, la federazione internazionale, quella europea e quella italiana hanno cercato di migliorare prima quantitativamente e poi qualitativamente il loro prodotto. Si è detto come la pallavolo sia stata uno dei primi sport ad adattare il proprio gioco alle esigenze della televisione. La FIVB si è resa protagonista di diverse iniziative per rendere il volley uno spettacolo, creando nuove competizioni internazionali che conducono le diverse squadre a giocare in ogni angolo della terra. Questo ha portato a un incremento nella pubblicizzazione di queste manifestazioni al fine di ottenere risorse e attirare il pubblico nei palazzetti. Pertanto, la FIVB ha dato vita ad un eccezionale modo di comunicare con i tifosi, grazie a una costante presenza su tutti i social.

La natura coinvolgente e la promozione attenta delle iniziative da parte della federazione hanno permesso a questo sport di raggiungere livelli di popolarità senza precedenti. I talenti eccezionali dei migliori giocatori e il dominio di nazioni leader nel gioco hanno ulteriormente contribuito a far crescere l'interesse e l'apprezzamento della pallavolo a livello mondiale. Nonostante ciò, la FIVB, e Volleyball World con essa, hanno ancora margine di crescita soprattutto a livello giornalistico dove si sono spesso rese protagoniste di errori di comunicazione sui propri canali social:

«Secondo me da parte loro c'è la presunzione nel pensare che loro siano la FIVB e che tutto debba essere fatto per rivolgersi ai fan – spiega Luca

Muzzioli - La comunicazione anche via social deve essere comunque realizzata da chi è esperto sia in comunicazione che in giornalismo perché la federazione spesso si interessa solo ai giocatori più conosciuti che fanno click e fanno vendere abbonamenti, ma spesso non sono personaggi azzeccati in certe situazioni. Sono cose che fatte in questo ambiente e a questo livello non dovrebbero verificarsi»<sup>45</sup>.

### 3.1.2 La federazione europea

La Cev, Confédération Européenne de Volleyball, riprende molti dei metodi utilizzati dalla federazione internazionale, occupandosi più nello specifico dei campionati europei a livello nazionale e la Champions League a livello di squadre di club. La Cev, pubblica contenuti originali soprattutto su Youtube dove è possibile trovare interviste ai giocatori e analisi delle fasi salienti dei tornei da parte di esperti. Peculiarità della federazione europea è senza dubbio Eurovolley Tv, una piattaforma online che dal 2018 permette la visione delle competizioni continentali in tutto il globo, raggiungendo utenti a cui era preclusa la visione per motivi geografici (Cev, comunicato Volleynews, 20 novembre 2018)<sup>46</sup>. Le parole del presidente della Cev Aleksandar Boricic mettono in luce un impegno costante da parte della federazione nell'ambito comunicativo:

«Puntiamo costantemente all'innovazione e ci stiamo adoperando per modernizzare la pallavolo e offrire ai fan la migliore esperienza di pallavolo possibile. Il lancio di questa piattaforma OTT è solo il riflesso della nostra visione strategica e della determinazione nell'aprire nuovi orizzonti e avvicinare la pallavolo al maggior numero possibile di persone, con particolare attenzione alle nuove generazioni» (Boricic, 2018)<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

<sup>46</sup> Disponibile al link: <https://www.volleynews.it/nasce-eurovolley-tv-la-cev-lancia-la-nuova-piattaforma/>

<sup>47</sup> *Ibidem*

### 3.1.3 La federazione italiana

La federazione nazionale italiana prevede nel suo statuto la “promozione, il potenziamento, l’organizzazione e la disciplina dello sport della pallavolo” attraverso attività per “promuovere ed organizzare l’edizione di scritti, giornali, riviste periodiche e la gestione della trasmissione radiofonica, televisiva e telematica di programmi, rubriche, informazioni ed ogni altra comunicazione” (Statuto Fipav, pubblicato il 10 marzo 2023)<sup>48</sup>.

La Fipav, infatti, oltre ai tradizionali metodi di comunicazione quali sito web, newsletter e comunicati stampa, negli ultimi anni si è espansa anche nei social. Con un ritardo rispetto alle altre federazioni, anche la Fipav ha fatto soprattutto di Twitter e Instagram i canali privilegiati per la condivisione di notizie e di contenuti inediti quali foto e video durante le settimane di allenamento della Nazionale Italiana.

Grazie alle vittorie dell’europeo 2021 e del mondiale 2022 la notorietà della pallavolo è notevolmente aumentata, sorprendendo in parte la federazione che si è ritrovata a fare i conti con un’attenzione mediatica senza precedenti soprattutto sul web.

«Fino a dieci anni fa l’ufficio stampa della federazione era una struttura obsoleta che non aveva capacità comunicative neanche per le vie tradizionali e si fermava ad un comunicato stampa sul sito e a una newsletter da mandare ai giornali – spiega Luca Muzzioli - Adesso in struttura hanno più persone che si occupano della comunicazione e sono diventati una struttura incredibile da questo punto di vista. Sono una struttura ufficiale e devono ancora crescere dal punto di vista della comunicazione fatta solo per i web. È anche vero però che chi si occupa dei social deve comunque attenersi alle linee guida della presidenza, quindi non è molto semplice»<sup>49</sup>.

Nell’ultimo anno la Fipav si è però resa protagonista nell’organizzazione di attività per promuovere la pallavolo. Negli ultimi mesi, infatti, la federazione si è concentrata sugli europei di volley maschili e femminili che si svolgeranno tra agosto e settembre 2023 in Italia, dando vita a numerose mosse di marketing per promuovere al meglio questo evento sportivo.

---

<sup>48</sup> Disponibile al link: <https://www.federvolley.it/statuto>

<sup>49</sup> Intervista a Luca Muzzioli pag.43

### 3.1.4 Il caso degli europei 2023

L'Italia è sempre stata una delle nazioni che più spesso ha organizzato eventi di pallavolo, dalla Volley Nations League, agli europei e ai mondiali. Tutto questo è stato possibile grazie all'importanza che il movimento italiano ha a livello planetario e al successo che questi eventi hanno nel nostro paese.

Nel 2023 varie città italiane saranno il palcoscenico per gli europei di pallavolo e la Fipav si è resa protagonista di una importante attività di promozione della massima competizione europea per nazionali. Oltre alla circolazione di autobus brandizzati per le strade delle città protagoniste degli europei, la Fipav ha dato vita all'EurovolleyTour: un itinerario che la coppa dell'europeo 2023 svolgerà all'interno di un van che si sposterà in tutte le regioni che ospiteranno le nazionali e dove sarà possibile fare foto e video con la coppa che, dopo qualche settimana, sarà alzata dalla squadra vincitrice della competizione.

“Un progetto che vuole promuovere la pallavolo, le protagoniste e i protagonisti di questa disciplina che tante soddisfazioni e medaglie sa regalarci ogni anno. Uno sport che trasmette emozioni e valori e che, come dimostra questo tour, sa raccogliere attorno a sé una sana passione popolare” si legge nel comunicato della Fipav (Comunicato Fipav, 20 giugno 2023)<sup>50</sup>.

Il tour è seguito nelle diverse città da ex giocatori della nazionale italiana come Lorenzo Bernardi, Fabio Vullo, Andrea Lucchetta, Massimo Colaci che rispondono alle domande della stampa e si dedicano ai tifosi presenti.

Una serie di iniziative insolite per la pallavolo e che dimostrano come la Fipav stia lavorando per continuare a pubblicizzare uno degli sport di maggior successo in Italia e fargli raggiungere un sempre più alto livello di notorietà.

---

<sup>50</sup>Disponibile al link: <https://www.federvolley.it/news/eurovolley-tour-2023-la-coppa-dei-campionati-europei-arriva-torino>

### 3.2 LA LEGA PALLAVOLO SERIE A

La Lega Pallavolo Serie A nasce a Bologna nel 1987 da 23 società che disputavano i campionati di Serie A1 e A2.

Già dalla sua nascita, la lega aveva come scopo la “promozione e la realizzazione di tutto quanto necessario al consolidamento dell'immagine della Pallavolo maschile di vertice in Italia nei rapporti con gli organi di informazione, con l'industria e con le componenti qualificate dell'intero movimento pallavolistico nazionale ed internazionale” (Statuto Lega Pallavolo Serie A, 2004) <sup>51</sup>.

La Lega, quindi, ha reso il proprio modo di comunicare una priorità fin dalle origini, cercando di rendere il massimo campionato italiano per club il più appetibile possibile. Oltre all'obbligo imposto dalla Lega che prevede per tutte le società un “accordo con un media partner televisivo e radiofonico a carattere locale e/o regionale” (Regolamento Radio-televisivo Lega Pallavolo) per dare sempre più visibilità al campionato, il consorzio ha dato negli ultimi anni grande importanza al mondo del web; Dal 2021 grazie all'accordo con VolleyballWorld già citato in precedenza, il campionato ha raggiunto un pubblico che negli anni precedenti era impensabile di ottenere nonostante i precedenti accordi con televisioni straniere. La partnership ha puntato ad “accelerare lo sviluppo del prodotto SuperLega complessivo, con particolare attenzione alla presentazione delle giornate di gara, all'esperienze per i fan, alle opportunità digitali, alla visibilità degli sponsor e molto altro” si legge nel comunicato (Comunicato Legavolley, 21 luglio 2021)<sup>52</sup>.

È stato un accordo vincente da parte della Lega che ha visto il numero di persone interessate alla Superlega incrementare del 8.8% rispetto agli anni precedenti, con un pubblico di 15 milioni di fan che rappresentano il più alto numero di tifosi mai raggiunto dal campionato negli ultimi 20 anni; I dati saltano all'occhio se comparati a quelli della Serie A di calcio che conta 28 milioni di interessati, un numero che vede quindi la pallavolo in crescita e con un bacino di tifosi sempre più cospicuo (Dati StageUp e Ipsos, 6 ottobre 2022)<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup>Disponibile al link:

<https://web.archive.org/web/20090519212431/http://www.legavolley.it/VediPagina.asp?ContentId=5068>

<sup>52</sup>Lega Volley, *op. cit.*

<sup>53</sup> Disponibile al link: <https://www.trentinovolley.it/en/news/superlega/47386-superlega-is-growing-up-15-419-000-of-people-interested>

Negli anni la Lega Volley si è quindi impegnata per far crescere la notorietà della Superlega attraverso accordi sia con Volleyball World che con la Rai che da anni si impegna a trasmettere le partite più importanti della stagione sulla seconda rete nazionale per dare maggiore visibilità.

Dalla stagione 2020-2021 inoltre la Lega Volley ha dato vita a “After Hours, la Superlega di notte” una trasmissione in streaming su Youtube e Facebook che ogni domenica viene condotta da Andrea Zorzi e Andrea Brogioni e racconta le partite giocate qualche ora grazie all’intervento dei giocatori, degli allenatori e dirigenti. Una trasmissione che è stata molto amata dai tifosi tanto da essere stata rinnovata per stagioni 2021-2022 e 2022-2023 (Volleyball.it, 20 ottobre 2020)<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup>Disponibile al link: <https://www.volleyball.it/2020/10/04/notizie/argomenti/video-3/articolo/lega-pallavolo-after-hours-la-superlega-di-notte-1-puntata.html>

## CONCLUSIONE

Arrivati alla fine di questo lavoro, è necessario trarre le conclusioni sull'importanza che la pallavolo ha avuto ed ha tutt'oggi nei diversi media. Si può dire che il rapporto è nato quando sono arrivati i primi successi delle nazionali italiane e i media hanno iniziato a interessarsi a uno sport che riusciva a raggiungere risultati importanti a livello internazionale.

Analizzando la carta stampata si è visto come, nonostante un iniziale disinteresse, i giornali hanno dato, per un lungo periodo (individuabile negli anni Novanta), notevole importanza alla pallavolo. Interesse che è poi scemato nei primi anni duemila a causa sia della mancanza di successi internazionali, sia di un sempre più grande predominio dell'informazione calcistica. Quest'ultima occupa ancora oggi la maggioranza dello spazio in un qualsiasi giornale sportivo italiano, rendendo le pagine dedicate a tutti gli altri sport quasi inesistenti anche in presenza di successi internazionali come la vittoria del mondiale 2022. Per questo media il responso generale è quindi negativo in quanto la battaglia contro la presenza costante del calcio – anche in assenza di notizie – è persa in partenza sia per fattori economici che per numero di tifosi. Ciò nonostante, la pallavolo riesce a ritagliarsi dei minimi spazi nei giornali sportivi, grazie soprattutto alla presenza di pochi giornalisti specializzati in questo sport. Risulta quindi doveroso continuare a insistere su questo mezzo affinché possa dare quotidianamente risalto alle notizie sportive più importanti anche quando esse non riguardano il calcio.

D'altro canto, la televisione è sicuramente diventata il media più importante nel mondo sportivo, tanto da averlo condizionato e portato a fare dei cambiamenti per adeguarsi alle esigenze del palinsesto. Questo media ha infatti permesso di seguire un evento sportivo anche se non si è presenti al palazzetto come si è verificato durante i mondiali del 1990, quando l'Italia vinse il suo primo titolo iridato e venne seguita da milioni di telespettatori. È stato l'inizio della notorietà per la pallavolo italiana che, grazie alla televisione, ha raggiunto un pubblico fino ad allora inimmaginabile e tutt'oggi, soprattutto grazie alla Rai, milioni di appassionati possono seguire le imprese della nazionale italiana e del massimo campionato per club. La televisione ha permesso alla pallavolo, come alla maggior parte degli sport, di diventare un prodotto da vendere e, con l'inserimento di replay, slow-motion, azioni viste da prospettive differenti, ha reso quasi più emozionante seguire un evento in tv che al palazzetto. Alla pallavolo è dedicata ogni fine settimana la vetrina di RaiSport dove vengono trasmesse due partite

del massimo campionato per club e durante le competizioni della nazionale italiana è spesso assicurata la trasmissione su Rai 2 (oltre a Sky sport) anche se, quando si presentano problemi di palinsesto, il volley viene spostato sul canale 58 senza tener conto dell'importanza delle partite. Inoltre, alla pallavolo mancano da anni programmi di approfondimento che possano consentire ai tifosi di essere sempre più informati e avvicinare anche gli indifferenti a un nuovo sport.

Nonostante l'imposizione delle sue esigenze e dei suoi calendari, la televisione è diventato, quindi, il media che si è interessato più costantemente alla pallavolo soprattutto grazie a una scommessa sempre vincente quale è quella di mandare in onda eventi sportivi, che catturano l'interesse di una grande fetta di popolazione.

Il terzo media analizzato è la radio che è stato il primo mezzo attraverso cui è stato possibile seguire gli eventi sportivi in diretta grazie alla cronaca di chi era presente al palazzetto. La radio si è da sempre interessata alla pallavolo e ne ha accompagnato la crescita, dedicandole numerose rubriche che tutt'oggi vanno in onda.

Dopo lo studio dei media tradizionali, si è esaminato il rapporto tra pallavolo e il web, soprattutto i social media. Il volley è stato uno dei primi sport ad avere siti internet dedicati nei quali da anni è possibile trovare, in pochi click, statistiche, comunicati stampa e notizie dell'ultim'ora. I social media sono diventati inoltre il mezzo attraverso il quale gli atleti si presentano ai propri tifosi. Ormai anche le federazioni e le squadre di club sono presenti in tutti i social, che rendono possibile un livello di interazione diretto con il proprio seguito, impensabile fino a qualche decennio fa. I tifosi stessi sono diventati fonte di informazione grazie alle pagine social da essi curate o ai blog in cui si discutono le partite giocate.

L'ultima parte dell'elaborato è dedicata a come la pallavolo comunica: è necessario che tutte le istituzioni pallavolistiche si facciano conoscere affinché il prodotto pallavolo si affermi sempre di più. È fondamentale, quindi, che le federazioni utilizzino tutti gli strumenti per poter comunicare nel modo più efficace. Si è analizzato come il mondo del volley è rimasto per molto tempo indietro a livello di marketing (e ancora oggi si macchia di errori grossolani) e solo negli ultimi anni la federazione internazionale prima e quella italiana poi, si sono mosse per sfruttare l'immagine di squadre e di giocatori conosciuti in tutto il mondo grazie alle loro prestazioni in campo. Ed è quindi da relativamente poco tempo che sono nate piattaforme come Volleyball World, capaci di far conoscere la pallavolo in tutto il globo e di fidelizzare gli appassionati.

In conclusione, il volley italiano ha ancora la possibilità di compiere un ulteriore salto di qualità affinché possa ritagliarsi uno spazio sempre più importante in tutti i media. Come si è visto, le responsabilità del rallentamento nell'affermazione di questo sport nella nostra penisola sono da trovare da ambo le parti: dal lato delle federazioni e dei club che per anni non hanno sfruttato il credito che si erano guadagnati la nazionale e le squadre del campionato in campo e dal lato dei media che spesso tendono ad oscurare tutto ciò che non sia il calcio. Infatti, nonostante i risultati ottenuti in altri sport, si relegano alle altre discipline le pagine finali dei quotidiani e pochi spazi di approfondimento televisivi, nei quali solo una piccola parte viene dedicata a tutti gli 'altri sport' senza che venga mai modificata la normale programmazione. Occorre rilevare però che nell'ultimo periodo, grazie alla vittoria dell'europeo 2021 e del mondiale 2022, si sono fatti dei passi avanti permettendo alla pallavolo di raggiungere un livello di notorietà che mancava da tempo. I risultati sia della nazionale italiana che dei club di Superlega, che da anni raggiungono successi internazionali, meriterebbero un'attenzione maggiore che può arrivare solo se si giunge a una sempre più stretta collaborazione tra il mondo del volley e i media.

## APPENDICE

*Intervista a Luca Muzzioli, direttore di Volleyball.it, del 29 settembre 2023*

### **Come si spiega la diminuzione di copie dei giornali e il sempre meno spazio che la carta stampata dà alla pallavolo.**

Il mercato fa sì che le copie di lettori siano sempre meno. Anche a causa del covid che ha ucciso quel fenomeno che era il giornale da bar. Moltissimi bar non hanno ripreso ad acquistare copie dei quotidiani da mostrare ai propri clienti. Questo effetto incide nella vendita di copie e in più i giovani sono abituati ad un nuovo tipo di comunicazione ed hanno perso l'abitudine di andare in edicola per comprare un giornale. Le vecchie generazioni invece, vuoi per tempo o per disponibilità economiche, magari rimangono in casa, guardano un telegiornale e raramente leggono un giornale.

Per quanto riguarda la pallavolo, i giornali ovviamente cercano il mercato e cercano qualcosa che faccia notizia quindi o notizie di eventi (tipo una finale continentale, una finale mondiale, una nazionale che magari va bene in quel momento perché è alimentata dalla tv generaliste) oppure si cercano i personaggi e, ad esempio, la *Gazzetta dello Sport* scrive spesso articoli con i personaggi con cui la pallavolo si identifica. È quindi più facile trovare una pagina dedicata ad un'intervista o notizie che riguardano loro piuttosto che un articolo sulla partita. Questo perché dal punto di vista dei lettori chi vuole sapere il risultato di una partita o una situazione di un campionato, delle statistiche, cose di questo tipo se le va a leggere online anche in tempo reale. Quindi i quotidiani stanno cercando nuove forme di comunicazione ma negli sport minori stanno abbandonando quella che può essere la quotidianità e cercano ciò che fa vendere più copie.

Inoltre, c'è anche un'altra chiave di lettura, ossia i costi. Noto che molti giornali danno spazio agli sport minori se quest'ultimi fanno investimenti pubblicitari. È brutto da dire ma è così. Se la federazione o la lega non fa investimenti pubblicitari allora lo spazio diminuisce. Non è forse deontologicamente corretto da un punto di vista giornalistico, ma qui non si parla di giornalisti ma di editori e questa deontologia loro non ce l'hanno e devono guardare ai bilanci.

**Nonostante la costante diminuzione di copie vendute, i giornali cartacei rimangono però una buona vetrina per la pallavolo.**

I giornali rimangono una bella vetrina soprattutto per le società che vogliono vendere la loro immagine agli sponsor. Ancora oggi una pagina cartacea sulla *Gazzetta* ha più appeal perché è tangibile rispetto a un banner o un pop up su un sito. Ultimamente alcune società hanno deciso di investire sulla parte social dove si comunica direttamente con il tifoso senza intermediario e questo fa sì che tu riesca sempre a trasmettere un messaggio positivo a differenza dei giornali dove non hai la possibilità di incidere sull'articolo.

**Dopo il 1990 la Rai aveva iniziato a interessarsi al volley, per poi passare dal 1998 nella tv a pagamento. Quanti spettatori si sono persi?**

Gli ascolti sono sempre molto elevati, considera che in quegli anni c'erano solo Rai1, Rai2, Rai Tre, Canale 5, Italia uno, rete quattro e forse Montecarlo, che adesso è La7, e a livello di share tutto era concentrato lì. Ora i dati di audience sono più bassi a livello di utenti, ad esempio l'europeo del 2005 aveva totalizzato 7/8 milioni di telespettatori; Adesso è un dato impossibile da raggiungere ma non perché la pallavolo interessi di meno ma perché contemporaneamente ci sono 100 canali differenti, le piattaforme streaming e le persone hanno più scelta sul cosa guardare.

Secondo me non si sono persi i telespettatori come non si è perso il pubblico visto che a distanza di qualche anno una competizione pallavolistica organizzata in Italia riaccende la spina del clamore. Ogni anno c'è un campionato di alto livello e siamo comunque il secondo-terzo sport nazionale quindi la capacità di sfruttare questi eventi c'è e si vede nel numero dei tesserati che non è mai sceso.

**Nei primi anni duemila anche il campionato di serie A era passato alle tv a pagamento perdendo la vetrina della Rai...**

Sì, adesso tra Sky e Rai non c'è più una competizione per questi sport minori come era nei primi anni Duemila. Ora hanno degli spazi comuni perché vedono questi sport come motivo per ottenere degli sponsor e degli utenti.

**La televisione rimane centrale per la pallavolo, grazie all'impegno della Rai ma questo è sufficiente per far crescere nuovi appassionati o è necessario fare altro come delle trasmissioni di approfondimento?**

C'era una trasmissione sui canali Rai, è stata chiusa, non so se per problemi di qualità. Per il calcio è diverso perché hai un corrispondente da ogni campo di serie A e serie B e quindi si riescono ad avere anche delle produzioni di interviste, di servizi quasi quotidiane. Nella pallavolo ti devi interfacciare agli addetti stampa di ogni squadra perché non c'è un inviato rai o sky in tutte le piazze e quando devi chiedere agli addetti stampa diventa complicato avere del materiale per sostenere la trasmissione che richiederebbe molto lavoro. Non ci sono le risorse e le forze per sostenerlo e quando è stato provato la qualità non è stata eccezionale.

**Lei è il direttore di una testata online, Volleyball.it, che è stato uno dei primi siti specializzati sulla pallavolo. Come è nata questa idea?**

Io ho registrato il dominio nel 1997, ispirato da un blogger americano incontrato a Zagabria, pensando che un giorno potessi farci un giornale online libero da editori e scrivere ciò che si voleva. Nel 2000 ho tirato fuori questa idea andando online e in quel periodo il web era ancora qualcosa per pochi.

**L'avvento dei social ha aiutato la crescita della testata grazie alla condivisione online?**

Io utilizzo i social in una maniera che forse non è la maniera corretta. Li utilizzo per promuovere i contenuti giornalistici della testata, difficilmente faccio delle storie o dei post che non abbiano comunque un richiamo verso un link che porta alla testata. A livello di fan, ma anche di comunicazione fatte dagli atleti e dalle atlete Instagram è il canale che viene più utilizzato, i giovani adesso vanno tutti su Instagram e se un atleta fa un messaggio di qualsiasi tipo lo veicola prima di tutto su Instagram. Instagram è più per i fan che cercano la foto, che cercano il video del giocatore ed è utilizzato molto dai giocatori. Io prediligo Twitter ma probabilmente perché con questo affare giornalistico riesco a trovare più informazioni.

**Volleyball world è stato un cambiamento importante per la pallavolo moderna?**

Sì e la sta cambiando ancora. È una piattaforma eccezionale per lo streaming perché hanno una grande offerta. Devono però ancora crescere a livello di prodotto, affinando

il discorso giornalistico perché chi commenta e la produzione pre e post-partita sono un po' carenti e avrebbero le potenzialità per fare servizi di un certo tipo. Sarà un passaggio che dovranno fare se vogliono continuare ad ottenere utenti.

### **Nei social però hanno fatto degli sbagli comunicativi importanti...**

Sì, secondo me c'è la presunzione nel pensare che loro siano la FIVB e che tutto sia fatto per rivolgersi ai fan. La comunicazione anche via social, però, deve essere fatta da chi ne sa un po' di comunicazione ma anche di giornalismo. Loro spesso si interessano solo ai giocatori più conosciuti che fanno click e fanno vendere abbonamenti ma giornalmisticamente non sono personaggi azzeccati in certe situazioni perché li utilizzano come pubblicità anche quando questi, ad esempio, sono esclusi dalle competizioni. Sono cose che fatte in questo ambiente e a così alto livello non dovrebbero verificarsi.

### **Come è cambiato il modo di comunicare della federazione e dei club? Perché ci hanno impiegato anni ad attuare strategie di marketing?**

Se ti dico la verità io ho conosciuto l'ufficio stampa della Federazione italiana pallavolo che ancora i social e Internet non c'erano. Fino a dieci anni fa era un disastro, nel senso che era una struttura vecchia ed obsoleta che non aveva capacità di comunicazione neanche per le vie tradizionali e si fermava ad un comunicato stampa sul sito e a una newsletter per mandare ai giornali. Adesso in struttura hanno cinque o sei persone, più due o tre persone dedicate solo alle nazionali maggiori e sono diventati una struttura incredibile da questo punto di vista. Sono una struttura ufficiale e devono ancora crescere da un punto di vista di comunicazione fatta solo per i social ed è anche vero che i social media manager devono attenersi alle linee guida della presidenza. Nel mondo dei social basta poco per creare polveroni e per una federazione che deve salvaguardare tempi, contratti e modalità ufficiali buttarsi dentro a questi polveroni a volte può essere sconveniente.

### **La lega pallavolo Serie A però sembra più attiva sui social...**

L'attività di club ha dei ritmi diversi rispetto a quelli delle nazionali perché la nazionale quando non c'è l'evento per qualche mese si spegne tutto o quasi. Si va proprio a periodi. Fanno una staffetta a livello di comunicazione: durante l'estate c'è la Federazione per le nazionali e durante l'inverno il club. Mentre la femminile ha

un'attività un pochino più vivace magari a livello di grafiche e di comunicazione, soprattutto su Instagram vedo che sono un pochino più attenti ma sono scelte di comunicazione.

**Secondo lei la pubblicizzazione degli europei è stata fatta adeguatamente?**

Io credo che se ne sia parlato veramente tanto. Ho visto brandizzazioni di stazioni, ho visto comunicazioni addirittura sui treni, ho visto spot televisivi in Rai e su Sky che comunque dovevano lanciare il prodotto, hanno investito sulla rivista specializzata Supervolley. Secondo me non hanno comunicato male anzi, cioè si è parlato di questo europeo e si è visto che c'era questo europeo. Purtroppo, spesso succede che quando l'evento si conclude, allora finisce tutto ma secondo me se n'è parlato parecchio. Non è un caso che anche i gironi con partite abbastanza di scarsa qualità tecnica hanno fatto tutto esaurito, perché comunque c'era voglia di vedere questa nazionale.

## BIBLIOGRAFIA

- Arceri, M. (2012). *Giornalismo sportivo. Teoria e tecnica: principi generali*. Roma: UniversItalia.
- Arceri, M.; Arceri, M. (2012). *La comunicazione nello sport, da Gutenberg agli ipertesti*. Roma: Workshop UniversItalia.
- Beck, D.; Bosshart, L. (2003). "Sports and media", in *Communication research trends*, Volume 22.4
- Belcastro, C. (2014). *La comunicazione nello sport e il coinvolgimento del tifoso: Il caso Volley Bergamo*. Tesi di laurea triennale, Università degli studi di Pavia.
- Benedetti, V. "V come Volley": da domani tutti i venerdì con la Gazzetta" in «*La Gazzetta dello Sport*», (9 febbraio 2017). [<https://www.gazzetta.it/Volley/09-02-2017/da-domani-tutti-venerdi-gazzetta-v-come-volley-180751950045.shtml>]
- Cherubini, S.; Canigiani, M. (2009). *Media e Co-Marketing sportivo. Strategie di convergenza nel mercato globale e locale*. Milano: FrancoAngeli s.r.l.
- Cito, C. "Volley, Dall'Olio: Il Mondiale del 1978 ha ispirato intere generazioni" in «*La Repubblica*», (8 settembre 2018). [[https://www.repubblica.it/dossier/sport/mondiale-volley-2018/2018/09/08/news/volley\\_dall\\_olio\\_il\\_mondiale\\_del\\_1978\\_ha\\_inspirato\\_intere\\_generazioni\\_-\\_205763670/](https://www.repubblica.it/dossier/sport/mondiale-volley-2018/2018/09/08/news/volley_dall_olio_il_mondiale_del_1978_ha_inspirato_intere_generazioni_-_205763670/)]
- Federvolley (2016). *Storia*. Federvolley.it. [<https://www.federvolley.it/storia>]
- Federvolley.it, "un anno straordinario' e 'ragazzi d'oro', due docufilm sulle nazionali azzurre in onda sulle reti Rai e Sky Sport" (15 dicembre 2022). [<https://www.federvolley.it/news/un-anno-straordinario-e-ragazzi-d-oro-due-docufilm-sulle-nazionali-azzurre-onda-sulle-reti-rai#:~:text=Il%20primo%20dal%20titolo%20%E2%80%9CUn,fin%20al%20primo%20posto%20nella>]
- FIVB. (2020). *History - Volleyball*. Fivb.com. [[https://www.fivb.com/en/volleyball/thegame\\_glossary/history](https://www.fivb.com/en/volleyball/thegame_glossary/history)]
- Germano, I. S. (2012). *La società sportiva: significati e pratiche della sociologia dello sport*. Catanzaro: Rubbettino Editore.
- Impiglia, M. *Alle origini del volleyball in Italia (1918-1946)*.
- Impiglia, M. (1995). *Alle origini della pallavolo*. Roma: Federazione Italiana pallavolo.
- Lawrence A. Wenner (1989). *Media, sports & society*. Newbury Park: Sage Publications.
- LegaVolley.it, "Volleyball World lancia la partnership con Lega Pallavolo Serie A" (21 luglio 2021). [<https://www.legavolley.it/2021/volleyball-world-lancia-la-partnership-con-lega-pallavolo-seria-a/>]
- Menduni, E. (2006). *Lo sport come officina della simultaneità radiotelevisiva*. Milano: Vita e Pensiero.
- Perissinotto, A. (2012). *Sport e Comunicazione*. Milano: Mondadori Education S.p.A.
- Satta, F. (2014). *#Volley pallavolo e giornalismo nell'epoca dei social media*. Tesi di laurea magistrale, Università degli studi di Parma.
- Serafini, S. (2009). *Volley e Media in Italia: passato, presente e futuro di un rapporto complesso*, Tesi di laurea triennale, Università degli studi di Firenze.
- Serapiglia, D. (2016). *Tempo libero, sport e fascismo*. Bologna: Quaderni di storicamente.
- Serapiglia, D. (2017). "Le donne e gli anni '80 in Italia attraverso la storia del volley" in *La Camera Blu. Rivista Di Studi Di Genere*, (17). [<https://doi.org/10.6092/1827-9198/5382>]

Serapiglia, D. (2018). *Uno sport per tutti. Storia sociale della pallavolo italiana (1918-1990)*. Bologna: Clueb.

Serapiglia, D. (2019). "La Fipav nel Coni. Il difficile passaggio della pallavolo tra gli sport agonistici 1946-1957", in *Clionet. Per un senso del tempo e dei luoghi*.

[[http://rivista.clionet.it/vol3/dossier/percorsi\\_storia\\_sport/serapiglia-la-pav-nel-coni-il-diWcile-passaggio-della-pallavolo-tra-gli-sport-agonistici-1946-1957](http://rivista.clionet.it/vol3/dossier/percorsi_storia_sport/serapiglia-la-pav-nel-coni-il-diWcile-passaggio-della-pallavolo-tra-gli-sport-agonistici-1946-1957)]

Tuselli, A. (2019). "Daniele Serapiglia (2018). Uno Sport Per Tutti. Storia Sociale Della Pallavolo Italiana (1918- 1990)", in *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences 2*.

Tuttosport.com, "Sulle reti Rai nasce l'appuntamento con 'Oltre la Rete'", (12 settembre 2016).

[<https://m.tuttosport.com/amp/news/pallavolo/2016/09/13-15302798/sulle-reti-rai-nasce-l-appuntamento-con-oltre-la-rete> ]

Veneziani, S. (1999). *Organizzare l'ufficio stampa. Le relazioni con i media nell'era Internet*. Milano: Il Sole 24 ORE S.p.A.

VolleyNews.it, "Nasce "Eurovolley TV". La CEV lancia la nuova piattaforma", (20 novembre 2018).

[<https://www.volleynews.it/nasce-eurovolley-tv-la-cev-lancia-la-nuova-piattaforma/>]

VolleyNews.it, "I campioni del mondo ricevuti al Quirinale. Mattarella: Una serata non dimenticabile", (12 settembre 2022).

[<https://www.volleynews.it/i-campioni-del-mondo-ricevuti-al-quirinale-mattarella-una-serata-non-dimenticabile/>]

VolleyNews.it, "Social network: Volleyball World batte il record di crescita", (27 gennaio 2023).

[<https://www.volleynews.it/social-network-volleyball-world-batte-il-record-di-crescita/>]

## SITOGRAFIA

*Confédération Européenne de Volleyball*, <https://www.cev.eu/>

*Il Corriere della Sera*, <https://www.corriere.it/>

*Il Corriere dello Sport*, <https://www.corrieredellosport.it/>

*Federazione Italiana Pallavolo*, <https://www.federvolley.it/>

*Fédération Internationale de Volleyball*, <https://www.fivb.com/>

*La Gazzetta dello Sport*, <https://www.gazzetta.it/>

*La Repubblica*, <https://www.repubblica.it/>

*Latte Miele*, <https://www.lattemiele.com/>

*Lega Volley*, <https://www.legavolley.it/>

*Rai News*, <https://www.rainews.it/sport>

*Tutto Sport*, <https://www.tuttosport.com/>

*Volleyball.it*, <https://www.volleyball.it/>

*Volley News*, <https://www.volleynews.it/>

*Volleyball World*, <https://it.volleyballworld.com/>

