

# Il Volley può diventare un modello di sviluppo del nostro territorio



**Daniele Fornari**  
Università Cattolica  
di Piacenza

La partecipazione di Gas Sales Piacenza Volley alla finale di Coppa Italia di A2 è una bella notizia per il nostro territorio, indipendentemente (incrociando le dita!) da quello che potrà essere il risultato sportivo finale. Per due importanti ragioni. La prima ragione è che si tratta di un evento che ha “rianimato” nella nostra città la passione per il volley evidenziando due aspetti. Da un lato, a livello generale, la pallavolo è certamente uno degli sport che interpreta e sa esprimere me-

glio alcuni dei valori positivi che dovrebbero ispirare la nostra Società. Dall'altro, a livello locale, ci ricorda che in questo sport, qualche anno fa, c'è stato un periodo in cui la nostra città era diventata sia in campo maschile che femminile un riferimento nazionale e internazionale (con la partecipazione a diverse competizioni europee). In quel periodo il Palabanca era diventato un grande luogo di aggregazione dei piacentini, un luogo dove attraverso il tifo per la propria squadra si manifestava il senso di appartenenza alla propria città. Quel senso di appartenenza e di coesione che è sempre più fondamentale per poter vincere le sfide socio-economiche del futuro (nuovo ospedale, rinnovamento e manutenzione delle infrastrutture, miglioramento dei servizi sociali, iniziative contro l'inquina-

mento, spazi per i giovani, sviluppo delle attività produttive, etc). In questa prospettiva il volley può assumere un valore simbolico in quanto è l'unico sport che, per regolamento, impone ai giocatori il passaggio della palla evocando la centralità del gioco di squadra. E Piacenza ha, più che mai, un grande bisogno di “fare squadra”.

La seconda ragione è che dietro al rilancio del volley c'è una visione imprenditoriale lungimirante tipica delle realtà aziendali eccellenti. Questa visione è fondata su tre pilastri.

Il primo pilastro è l'orientamento di Gas Sales a realizzare un progetto sostenibile sia economicamente che socialmente basato sul rispetto dei vincoli economici e sull'impegno di dare un “ritorno” al proprio territorio con il sostegno a differenti iniziative sportive e culturali. L'obiettivo è di gestire la società sportiva come una vera e propria “azienda” che ha una missione economica e sociale.

Il secondo pilastro è la realizzazione di un mo-

dello organizzativo caratterizzato dalla presenza di competenze manageriali e tecniche qualificate, con una squadra formata da un mix equilibrato di giocatori giovani e di giocatori di esperienza, puntando così a valorizzare i punti di forza degli uni e degli altri.

Se questo approccio non garantisce sempre risultati sportivi immediati, è altresì vero che permette di costruire realtà più solide, più durature e di successo nel tempo. Il terzo pilastro, infine, è l'idea che la sponsorizzazione dell'attività sportiva può diventare un'efficace leva di sviluppo aziendale solo nella misura in cui è dettata da una seria

pianificazione di marketing.

Il modello di sviluppo di Gas Sales Piacenza Volley è, dunque, un modello da cui ricavare utili e fondamentali insegnamenti per lo sviluppo del nostro territorio riguardanti i valori della visione, della programmazione, della sostenibilità, della coesione, dell'organizzazione, della passione e della fiducia per il futuro.

---

**Organizzazione,  
sostenibilità,  
passione e fiducia  
nel futuro i valori  
trasmessi da  
società e squadra**

---