



# **ASSEMBLEA STRAORDINARIA LEGA PRO**

“La mia candidatura non è volta a completare un percorso, ma a trasformare la Serie C, attuare le riforme e raggiungere la sostenibilità economica”

**FRANCESCO GHIRELLI**

*Roma, 12 gennaio 2021*

**BUON 2021,**

**ne abbiamo tutti bisogno.**

**Vogliamo tornare ad una vita normale, ad un calcio normale, con i tifosi, le bandiere, i canti.**

**Vogliamo tornare ad abbracciarci e a gioire insieme.**

# COSA È SUCCESSO NEGLI ULTIMI DUE ANNI?

## DOVE ERAVAMO

The New York Times

The Club's Masseur Played. Final: 20-0.

CF CALCIO FINANZA

Nuove penalizzazioni in Lega Pro: -321 negli ultimi 5 anni

di Redazione - 24 Aprile 2019

## CHI SIAMO DIVENTATI

**Serie C / E' PARTITO IL CAMPIONATO**

**Benvenuti nella C più bella di sempre**  
Il Monza da battere, il ritorno del Bari e di altre grandi e le nuove norme anti caos

LA NOVITÀ | IN PAY PER VIEW

### La Serie C su Sky: oggi prime 3 gare

Ghirelli: «Costruito un prodotto credibile, tappa importante»



Formazione e non solo. Serie C, valori e radici della «Lega dei pulmini»

SPECIALE MARTEDÌ 14 GENNAIO 2020 CORRIERE DELLO SPORT - STADIO

La Lega Pro ha diffuso i dati dell'affluenza negli stadi nel girone di andata

### QUANTO PIACE LA C «TORNANO I TIFOSI»

RAFFRONTO SPETTATORI  
GIRONI DI ANDATA 2019-20 E 2018-19

	2019-20	2018-19		
Media Abbonati	1729	950	+82%	<b>IL SEGNO PIÙ</b> Nessun indicatore negativo: i numeri del girone di andata 2019/2020 hanno tutti il segno più Clamoroso il +63% nel totale spettatori
Media paganti	1091	859	+27%	
Media spettatori	2820	1809	+56%	
Totale spettatori	1587277	976113	+63%	

Oggi gli stadi sono chiusi. C'è speranza di riapertura, a condizione che si lavori per concretizzarla e che l'evoluzione epidemiologica lo permetta.

TUTTOSPORT

ACCORDO PER DISTRIBUIRE LE PARTITE IN USA, SUD AMERICA E AUSTRALIA

**LA C NON HA CONFINI  
E VA OLTRE L'OCEANO**



Il nuovo logo è un messaggio di speranza, brioso, leggero, colorato, giovane: rappresenta l'Italia.  
Il payoff: il calcio che fa bene al Paese.

# COVID-19

---

Il “Maledetto” ci poteva far crollare, i Presidenti-eroi hanno retto e stanno reggendo mettendo la salute al primo posto.

**Al Governo e al Parlamento:** abbiamo bisogno di ristori pena il rischio di crac dei club

**Alla FIGC:** siamo pronti alle riforme

**A noi stessi:** rispetto delle regole, innovare, essere curiosi, progettare, fare

Il 9 marzo si ferma l'Italia.

**Passeranno 139 giorni, di cui 20 sabati e 19 domeniche**, nei quali non si giocherà una partita di Lega Pro.

**Sarà necessario aspettare il 27 giugno**, data in cui la Juventus U 23 vince la sua prima Coppa Italia Serie C ai danni della Ternana, per rivedere un tiro in porta. 139 giorni in cui la Lega Pro ha continuato a cercare nuove soluzioni.

Sono stati mesi molto travagliati, riprendemmo a giocare ma:

- il tema era **come sopravvivere ad una crisi che, con gli stadi chiusi**, toglieva risorse ai club;
- occorreva applicare il **protocollo sanitario per mettere in sicurezza i calciatori e tutti coloro che lavorano per l'organizzazione dell'evento calcistico**, determinando seri problemi organizzativi (p.es i medici che prestano la loro opera presso i club di Serie C e svolgono contemporaneamente la propria professione in altro ambito) e problemi relativi ai costi per il rispetto del protocollo stesso;
- era necessario predisporre un **nuovo regolamento** per la disputa dei **Playoff e Playoff**.

***Lo stop legato al Covid-19 ha dimostrato cosa voglia dire avere una linea unica, coerente e molta attenta alle esigenze della salvaguardia della salute.***

# IL CALCIO CHE FA BENE AL PAESE

Lega Pro è il calcio che fa bene al paese. L'impatto economico complessivo generato da Lega Pro e dai suoi club è pari a circa **580 €/Mln annui**, distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Questo vuol dire che **ogni euro distribuito o investito da Lega Pro** e dai suoi club nelle proprie attività **genera 2,9 euro circa per l'intero sistema economico**.



Grazie all'attività sportiva dei diversi club di Lega Pro, è possibile incidere sul tasso di criminalità minorile, arrivando ad **un risparmio di spesa pari a circa 311 mila € complessivi** nell'arco temporale considerato (2015-2019).



**Questo è il programma di lavoro della  
governance di Francesco Ghirelli e dei  
candidati Vice Presidenti, Ing. Luigi  
Ludovici e Dott. Marcel Vulpis.**

## LUIGI LUDOVICI



- Nato a Roma il 08/05/1964.
- Studi: Laurea in Ingegneria Aeronautica presso l'Università La Sapienza in Roma  
Master in Economia e Gestione dello Sport presso l'Università Tor Vergata in Roma.
- Esperienze professionali: sin dal 1995 opera in organizzazioni aziendali con compiti manageriali, inizialmente nel settore della consulenza di direzione aziendale, poi in ambito sportivo, prima presso la F.I.G.C. e poi in Coni Servizi (oggi Sport e Salute).
- Posizione attuale: Dirigente della Società Sport e Salute, con l'incarico di responsabile dell'Ufficio Sport e Periferie e Sviluppo delle Infrastrutture Sportive.



## MARCEL VULPIS



Laureato in Scienze Politiche (LUISS-Guido Carli), giornalista economico, 52 anni, nato e vive a Roma. Segue (dal 1992) tutte le tematiche collegate all'economia e politica dello sport (a livello nazionale e internazionale). Ha collaborato, per 21 anni, con il quotidiano economico "ItaliaOggi", coordinando la rubrica "Marketing Sport" (la prima di questo tipo, in Italia, dedicata a contenuti di sport-business). Nel 2004 ha fondato l'agenzia giornalistica nazionale "Sporteconomy", web company e punto di riferimento del settore. Ha lavorato, nell'area della "comunicazione", in diversi progetti (Mondiali di Sci alpino 2005, Fifa Fan Fest Roma, Sardegna Open-World Padel Tour), per conto di organismi sportivi internazionali (FIS, FIFA e WPT) e advisor specializzati nel marketing sportivo (Infront Sports & Media). Ideatore, nel 2018, del progetto "Sporteconomy FFP Award" dedicato ai temi della sostenibilità economica (Financial Fair-Play) nel mondo del calcio italiano. Opinista tv, dal 2007 ad oggi, per SkySport24 e SkyTG24 (2007-2013), RaiSport (2013-2015), Sportitalia e Rainews24. Docente a contratto presso lo IULM di Milano e l'Università Tor Vergata di Roma (facoltà di "Economia e Commercio"). Sempre presso "RomaDue", coordina, da 5 anni, il corso di specializzazione "Crossmedialità nell'Industria dello Sport".

## UN "TRIO" AL GOVERNO DELLA LEGA PRO

**Competenze complementari e di alto profilo**



Una **guida unitaria**, ognuno con le proprie funzioni e guidati dal rispetto dei ruoli



**Affidabile e credibile** all'interno di Lega Pro e con il sistema di relazioni istituzionali, imprenditoriali, scientifiche del Paese, dell'Europa e del Mondo.

**2021 - 2025**

**SOSTENIBILITÀ ECONOMICA**

**RIFORMA DEI CAMPIONATI**

**REPUTAZIONE**

# **COSA FAREMO NEI PRIMI SESSANTA GIORNI**

# GENNAIO 2021

## COSTITUZIONE COMMISSIONE PER DEFINIRE GIRONI 2021-2022

- Due Presidenti per ogni girone
- Altrimenti deciderò come Presidente di Lega, prendendomi le mie responsabilità

## 20-25 GENNAIO 2021

- **Ultimo decreto governo Covid-19.**
- **Credito d’Imposta:** spostare la data per nuovi contratti al 30/6/21 e incrementare il fondo.
- **Liquidità:** provvedimento analogo alla PMI con garanzia centrale al 100% fino a 30.000€; garanzia centrale al 90% da 30.000€ a 5 mln€. Restituzione in 6 anni.
- **Misure fiscali:** qui l’azione principe è stata del Pres. Gravina che ringrazio. Ottenendo spostamento di due mesi e rientro in 24 mesi (massimo era stato 12 mesi). Ora dobbiamo provare a ottenere uno spostamento di 4 mesi.

## DECRETO CURA ITALIA 1

**Lega Pro è divenuto un soggetto autorevole e proattivo, che avanza proposte di policy.**

**Per la prima volta il calcio viene equiparato al comparto produttivo italiano**, al settore industriale. Svolta storica, una acquisizione che è destinata a produrre cambiamenti. Questo comporta e comporterà la possibilità di utilizzare gli strumenti classici del settore industriale, per es. CIG ed Apprendistato. È, contemporaneamente, **sfida perché dovremo adeguare la nostra struttura organizzativa al comparto industriale**, i nostri club debbono diventare aziende efficienti, professionalmente evolute, capaci di far profitti.

## MISURE OTTENUTE

- CIG: 21 milioni di euro
- IRAP
- SCIVOLAMENTO SCADENZE FISCALI E CONTRIBUTIVE
- CREDITO D'IMPOSTA: 90 milioni di euro
- DA FIGC – FONDO SALVACALCIO: 5 milioni di euro

## COMITATO 4.0

Siamo stati artefici del Comitato 4.0, che **raggruppa Lega Pro, leghe maschili e femminili del basket e della pallavolo.**

Il Comitato 4.0 non è un soggetto politico, è una aggregazione che attraverso la capacità di fornire dati, riflessioni, proposte di legge sensibilizza sull'importanza economico-finanziaria del settore sportivo, sull'indotto generato, sull'occupazione diretta ed indiretta e su ciò che costituisce come dato sociale sul territorio. **Le azioni del Comitato 4.0 sono volte a tutti i club dello sport italiano che stanno in quella faglia, non solo a quelli del calcio di Serie C, pallavolo o basket.**



# NOSTRO COMPORTAMENTO CON GOVERNO

---

**Noi siamo dialoganti** sia con il Governo che con il Parlamento. Non possiamo dimenticare, però, che **siamo stati l'unica Lega** che, nella storia del calcio italiano, **ha proclamato** ed attuato **lo sciopero** per una giornata di campionato, era il dicembre 2019.

**Oggi abbiamo bisogno di risorse per reggere, altrimenti i club rischiano il crac e l'intero sistema calcio il collasso.**

**Il valore della Serie C è enorme**, lo abbiamo constatato in questi ultimi mesi, la scelta decisiva è stata quella di diversificare per prodotto e per costi.

Le squadre di Serie C hanno appassionati di tutte le età e appartenenti a differenti classi sociali, che fruiscono in maniera diversa delle partite. **Lega Pro vuole raggiungerli tutti**. L'unico modo per farlo è sfruttare tutti i mezzi ad oggi disponibili, dai canali in chiaro sulla tv, passando per le pay per view fino ad arrivare ai servizi OTT. Aumentare il numero dei broadcaster migliora sensibilmente le possibilità di attrarre più pubblico.

**La Serie C ha un mercato internazionale che da febbraio 2021 raggiungeremo**, trasmettendo in streaming in tutti i paesi del mondo e lo faremo in lingua italiana, per accendere la passione delle generazioni giovani dell'emigrazione italiana.

Si apre, altresì, la **strada a merchandising e alla commercializzazione dei club**. Occorrerà intessere una strategia commerciale comune.

# TRASMISSIONE MATCH LIVE

**Lega Pro vuole intercettare le abitudini di consumo dei tifosi e dei potenziali appassionati per aumentare audience e quindi ricavi.**

Abbiamo già iniziato a diversificare: Sky, Rai, Radio Massolina, Eleven Sports, televisioni e radio locali, streaming..



In chiaro, il ruolo è quello del servizio pubblico



Servizio per i giovani, che guardano il match dove e quando vogliono



PPV destinato ad un pubblico medio alto

TV LOCALI

Rappresentano la passione del territorio



Esperimento dedicato ad un club e i suoi tifosi

RADIOCRONACHE

Dedicate a chi viaggia o non può guardare la partita

**STREAMING  
ESTERO**

Dedicato a tutti gli italiani emigrati nel mondo

**Il campionato 20-21 per passare dalle potenzialità alla concretezza.  
Il campionato 21-22 per ricavare risorse per i club.**

Da dove è partito l'attacco per **raggiungere l'accordo con Sky?**

- nel girone d'andata 19/20 abbiamo avuto **+ 700.000 spettatori** nei nostri stadi rispetto la stagione precedente;
- nei playoff 18/19 abbiamo avuto **sold out ovunque** e uno spettacolo tecnico-calcistico elevato.

**Questi risultati hanno fatto crescere la credibilità della Serie C.**

15 partite per ogni giornata di campionato: un sogno che ho inseguito dal 2011!

**La trasmissione delle partite è stata un successo**, merito vostro.

Abbiamo credibilità ed un prodotto che vale!

È possibile, grazie ai risultati ottenuti, definire **l'accordo per il campionato 2021/2022.**

**Annunciato l'accordo con Sky, iniziate le trasmissioni. Ora lo sponsor!**

# LA RICERCA DI SPONSOR: OBIETTIVI E METODOLOGIA



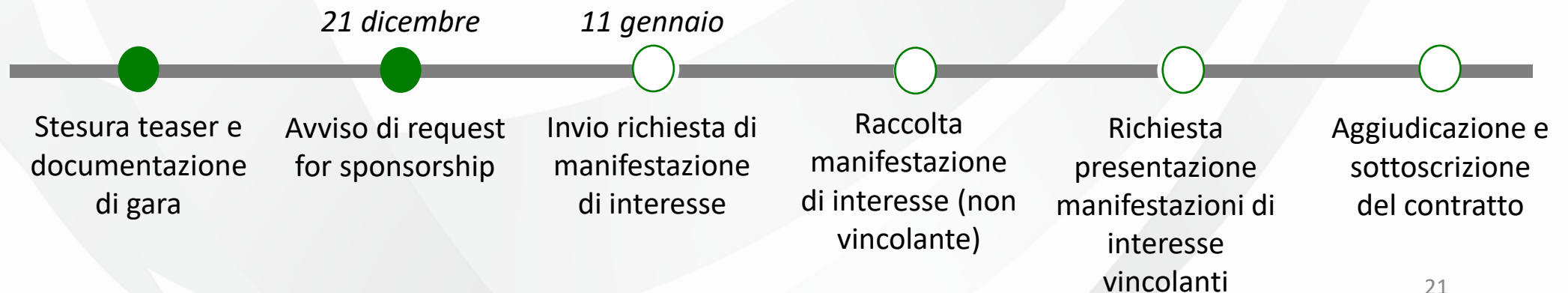
È stato avviato un percorso di selezione di uno o più Sport Angel, che affiancherà Lega Pro nel processo di valorizzazione e riforma della Lega e nelle iniziative territoriali, a prevalente carattere sociale e in risposta al Covid-19, promosse dalla Lega e dai Club. Lo Sponsor, agli occhi degli stakeholder, avrà un ruolo di Angel in aiuto del patrimonio calcistico e di sostenitore del programma strategico di valorizzazione della Lega Pro.



## Metodologia di ricerca

- Affiancamento di PwC in qualità di advisor tecnico
- Due modalità di ricerca dello Sport Angel:
  - Contatto diretto con potenziali sponsor
  - Processo di selezione mediante la richiesta di una manifestazione di interesse. Il processo è iniziato tramite l'invito di 651 imprese target selezionate alla presentazione di interesse.

## Il processo di selezione



## APPRENDISTATO

Lunedì 11/1/21, ieri, sono stato audito presso le Commissioni riunite VII (Cultura, scienza, istruzione, sport) e XI (Lavoro).

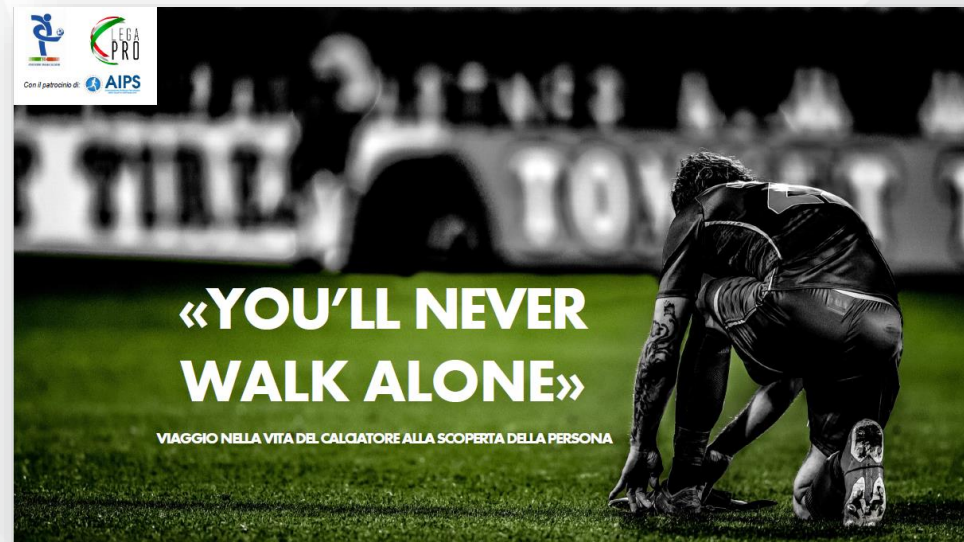
La Lega Pro deve essere spazio di formazione per giovani calciatori e lo deve essere perché questo diventi un passaggio fondamentale per riprendere a patrimonializzare i club. **L'apprendistato è formazione culturale e didattica** per il calciatore, grazie alla quale i giovani calciatori di Serie C acquisiscono prospettive nel post carriera e migliorano il loro livello in campo. L'apprendistato, poi, ci aiuta a **combattere la dispersione scolastica**.

Vogliamo prevedere la stipula di una **convenzione tra Lega Pro, MIUR, Ministero del Lavoro, Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome**: una convenzione alla cui base ci sia un progetto finanziato (da UE e/o CIPESS) che preveda **l'erogazione di premialità** ai club che si impegnano a far sì che ci sia una progressione di carriera per i calciatori e le calciatrici **sulla base di una interrelazione di valutazione tra parametri riferiti alla performance sportiva e al percorso formativo/ didattico**.

Il club si impegnerà a fornire un tutor che accompagni i calciatori e le calciatrici nel percorso didattico e la Lega Pro sarà il garante di tale controllo.

**Lega Pro deve anche affiancare i propri giovani nella transizione che li porta a diventare uomini.** Per questo motivo, insieme ad AIC, abbiamo creato il progetto “You’ll never walk alone”, in collaborazione con AIPS.

Vogliamo affiancare i calciatori di C nella ricerca e nel mantenimento di uno stato di equilibrio psicologico personale, sia nella loro esperienza sportiva che di vita privata. **Metteremo a disposizione dei calciatori di Serie C conoscenze e strumenti che permetteranno loro di comprendere e analizzare, sotto una luce diversa, le molteplici situazioni che dovranno affrontare nel corso della vita.** Lo stesso faremo con i formatori dei settori giovanili, così che possano guidare al meglio i nostri ragazzi.



**FEBBRAIO 2021**



Al fine di perseguire la Mission di Lega Pro, il piano strategico mira a creare una Lega dei Club che genera valore per i propri stakeholder ponendosi in un ruolo centrale di piattaforma di soluzioni volte a rafforzare l'«Ecosostenibilità». L'obiettivo di ricerca della sostenibilità per l'ecosistema Lega Pro è declinato sulle dimensioni sociale, economico, ambientale e orientato alla trasparenza.

Per perseguire tali obiettivi sono state individuate **sei aree di crescita** su cui avviare azioni di breve, medio e lungo periodo:

- Sostenibilità economico/finanziaria;
- Relazioni Istituzionali;
- Ingaggio del territorio;
- Diffusione della cultura;
- Innovazione e differenziazione;
- Promozione della trasparenza.

# IL PIANO STRATEGICO: METODOLOGIA E PRINCIPI ISPIRATORI



Sostenere e salvaguardare il patrimonio calcistico italiano e l'attività sportiva giovanile tramite la ricerca di modalità per **incrementare i ricavi**, la **razionalizzazione dei costi** e l'individuazione di **fonti di finanziamento alternative**.

Promuovere il **valore della trasparenza nei confronti degli stakeholder** di Lega Pro e consentire di poter accedere in modo semplice e rapido a tutte le informazioni legate all'operato dell'intero ecosistema

Coniugare l'attività agonistica e sportiva a quella di «laboratorio» di **innovazione e trasformazione digitale** al fine di creare un prodotto «Lega Pro» distintivo.

- Sviluppo di iniziative di fan engagement, trasformazione digitale e promozione degli eSports.
- Differenziare la formula del campionato di Serie C e di Lega Pro
- Internazionalizzazione del prodotto «Lega Pro»



Creare un sistema di relazioni istituzionali al fine di promuovere e **implementare interventi normativi a sostegno dei Club** e dello sport. Lega Pro è stata la promotrice del **Comitato 4.0** che riunisce diverse leghe sportive ed ha avviato un dialogo con le istituzioni.

Coinvolgere il **territorio** e i suoi diversi stakeholder (imprese, scuole, associazioni e media locali). Migliorando gli **stadi** e le infrastrutture sportive in modo da renderli maggiormente fruibili e attrarre nuovo pubblico (più famiglie e più giovani), anche attraverso agevolazioni per interventi infrastrutturali.

Investire nell'**identificazione, incubazione e crescita dei talenti** e nella formazione di nuove figure professionali dello sport-business. Creare una cultura di impresa che renda i club autonomi nella gestione operativa e cosciente nelle scelte di business

22/02/2021

Elezione del Presidente della FIGC.  
Per noi il candidato è Gabriele Gravina.

**Nei mesi di gennaio e febbraio dobbiamo lavorare insieme per la Riforma dei Campionati, dobbiamo arrivare pronti all'appuntamento.**

**La scelta della riforma dei campionati è irrinunciabile** e per far prevalere l'interesse generale, di sistema del calcio italiano, **va conferito mandato al Presidente Federale. Noi glielo abbiamo già conferito.**

**La Serie C** è un patrimonio forte ed originale del calcio italiano ed, ora, **è in grado di stare alla pari nel confronto** che si aprirà dopo la fase elettorale.

**Non la riforma del campionato, ma la riforma dei campionati.**

La Serie C è il campionato dei Comuni d'Italia, ha la mission di formare giovani talenti e di essere la Lega "dei pulmini", di insegnare calcio, educazione civica, valori e togliere ragazze e i ragazzi dai pericoli della strada, in primis droga e violenza.

**Non sarà sufficiente la riforma dei campionati per riprendersi: dovremo trovare una nuova formula per il campionato.**

Covid-19 lascerà ferite profonde. Andare allo stadio è un rito, un'abitudine che rischiamo di attenuare in questi mesi maledetti, e se ciò si congiungerà con la paura, sarà difficile vedere "tanto" pubblico negli stadi.

Dobbiamo cogliere l'occasione della crisi per ragionare sulla formula attuale dei campionati. **Bisogna cambiare** dando più spazio ai playoff e ai playout: trovare una nuova formula che faccia del calcio un evento permanentemente vivace, imprevedibile nel risultato.

## PER RIFORMARE L'INTERO SISTEMA CALCIO OCCORRE RAGIONARE A SISTEMA

Prima di pensare alle formule dei campionati, è necessario condividere e strutturare obiettivi e pilastri strategici:

Quale è la mission di ogni campionato?

Quale è la sostenibilità economica del progetto?

Quali le regole alla base della riforma?

**QUESTA RIFORMA SARÀ SOLO UNA PARTE DI QUANTO DOVREMO  
FARE AFFINCHÈ LA LEGA PRO RAGGIUNGA UN'AUTONOMA  
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA**

**CHIEDEREMO QUANTO  
NECESSARIO ALLA SOSTENIBILITÀ  
ED ALLA MISSION DELLA LEGA PRO**

**FAREMO TUTTO QUANTO  
NECESSARIO PER RAGGIUNGERE  
GLI OBIETTIVI**

**2021-2025**

## REVISIONE LEGGE MELANDRI E MUTUALITÀ DI SISTEMA

L'Italia è il Paese in cui la politica di solidarietà della prima serie è la più bassa in assoluto rispetto agli altri Paesi europei. Emblematica la differenza di comportamento avuto in Inghilterra ed in Italia per fronteggiare la crisi determinata da Covid-19. **È necessario rivedere la legge Melandri e riorganizzare una mutualità di sistema che valorizzi la Serie C e la sua mission giovani.**

## AZIONI VERSO IL GOVERNO

L'azione è rivolta a **proporre le misure che servono ai club**, a predisporre gli emendamenti, a svolgere un'azione di rapporti con il governo e il parlamento affinché se ne facciano carico e vengano approvate.

Fin dall'inizio, il nostro compito è stato quello di lavorare in questa direzione. In varie occasioni qualcuno ci ha chiesto "ma vi fidate?". Questa è una domanda che non ci interessa.

Noi lavoriamo con il governo in carica e con i parlamentari eletti e non è nostro compito sceglierci gli interlocutori. **Abbiamo solo uno scopo, ottenere il risultato e non molleremo fino a quando non otterremo ciò di cui abbiamo bisogno: misure fiscali, liquidità, credito d'imposta.**

## EFFICIENTAMENTO DEI COSTI DEI SERVIZI

**Negoziare centralmente condizioni di acquisto favorevoli** in modo tale da ottenere economie di scala per i club e uniformare i comportamenti (e.g. prevedere delle convenzioni con fornitori tecnologici, con produttori di led a bordo campo; fare da tramite con consulenti per il supporto fiscale e legale ai club).

## MIGLIORAMENTO STADI

Uno stadio digitale, nuovo e accogliente migliorerebbe l'esperienza dei tifosi, permetterebbe al club di integrare altre attività collaterali alla partita, aumenterebbe i ricavi dei club e diverrebbe catalizzatore di molteplici attività e esperienze. Stadi nuovi, ristrutturati, accoglienti, digitalizzati: **nuove risorse per i club, occupazione, indotto e comfort.**

**Presso le Commissioni riunite, VII ( Cultura, scienza, istruzione, sport) ed XI ( Lavoro) saremo auditi nei prossimi giorni su impiantistica sportiva.** Un passaggio importante per contribuire ad una migliore legislazione in materia.



## RICERCA NUOVI FONDI

Negli ultimi tempi Lega Pro sta cercando di integrare nel proprio portafoglio un largo numero di servizi, così da aumentare il know-how interno e poi redistribuirlo alle società affiliate, ma anche a terzi. **Dobbiamo cercare risorse come deve fare una lega progettuale.** Abbiamo strutturato e valorizzato il ruolo della Calcio Servizi Lega Pro.

**Dobbiamo continuare a ricercare nei giacimenti europei dove l'Italia è restia.**

Questo cambierà il DNA della Lega Pro, facendola diventare progettuale, curiosa, innovativa, pur rimanendo “radicata nei comuni d'Italia, ma con il respiro dell'Europa”. La strategia della Serie A sui fondi è stata attentamente seguita fin dall'inizio, lavorando in silenzio. È una via da percorrere.

## RIDUZIONE COSTO DEL LAVORO

Avviare iniziative finalizzate al contenimento dei costi degli ingaggi, che sono le voci che più incidono nei bilanci.

## **INCREMENTO RICAVI DA SPONSOR**

Ricerca sponsor a livello di Lega Pro e supportare nell'incremento dei ricavi da sponsor a livello di singolo club e per gli atleti

## **INCREMENTO DEI RICAVI PROVENIENTI DAL MERCHANDISING**

Creazione di un negozio virtuale di Lega Pro attraverso il quale ogni club potrebbe rafforzare le proprie vendite di merchandising ed incrementare le proprie entrate da acquisti on-line generati dai propri canali web (e.g. Amazon, etc.)

## **I CONTROLLI VANNO RESI PIÙ STRINGENTI E DEVONO ESSERE INSERITE NUOVE REGOLE**

Le ultime vicende relative alle fidejussioni “false” segnalano l’esigenza di riforme stringenti e di un continuo aggiornamento delle procedure per evitare che le bande criminali si adattino. Attenti: il periodo di crisi apre varchi enormi all’entrata di capitali “sporchi”, come sta avvenendo nei settori produttivi e nei settori immobiliari del Paese.

**Un sistema è forte per le regole, ma anche perché ha in sé gli anticorpi per intercettare e isolare i “banditi”.**

Per migliorare bisogna agire su due aspetti:

- **Provare a definire i controlli sulle nuove acquisizioni societarie prima e non dopo l'accesso al club.** Al momento attuale non è consentito (alla FIGC) farlo per le regole del libero mercato. Una cosa è certa, dopo l'accesso alla proprietà è difficoltoso evitare i disastri!
- **Definire un valore più basso del 10% di passaggio di quote societarie,** perché chi vuol "frodare" spacchetta le quote sotto il 10% per evitare i controlli.

**Nella audizione , tenutasi ieri pomeriggio, presso le Commissioni VII ( Cultura, scienza, istruzione, sport) ed XI (Lavoro) ho sottolineato che** a differenza del sistema anglosassone, che consente all'organismo preposto di porre un veto all'acquisto di quote societarie da parte di determinato soggetto, **nel nostro sistema il trasferimento delle azioni e delle quote di società sportive è soggetto alla vigente disciplina civilistica.**

**L'impossibilità di poter inibire** a determinate categorie di soggetti **l'acquisto** di quote o azioni di società professionistiche, **fa sì che nel nostro mondo si possano insinuare persone che** entrano nel calcio professionistico per finalità ben diverse da quelle sportive, ovvero che **non hanno le risorse economico-finanziarie** per lo svolgimento dell'attività, **ovvero che utilizzano risorse economico-finanziarie di provenienza non accertata.**

Per rafforzare quanto fatto in questi anni e derivato dalla esperienza stessa **ho proposto che il problema venga risolto attribuendo alla rispettiva Federazione il potere di individuare le disposizioni (in punto di onorabilità e solidità finanziaria) che l'atto costitutivo societario deve contenere, a pena di inefficacia, per l'alienazione delle azioni o delle quote.**

In tal modo si verrebbe quindi ad inibire, ab origine, l'acquisizione di quote o azioni da parte di soggetti non hanno i necessari requisiti.

Detto questo, **qual è la novità sostanziale? Il Trapani viene escluso durante il campionato.** Questa è una procedura *rivoluzionaria* rispetto al recente passato.

**Quale erano la cultura e il ruolo di Lega Pro?** Semplice, l'obiettivo primario era quello di condurre al termine del campionato tutte le società iscritte. Se non si fosse realizzato questo, si riteneva che il campionato sarebbe stato falsato. Questo ha comportato che si schermasse una coltre di nebbia che permetteva di non vedere tutto, perché l'obiettivo primario era condurre al termine del campionato tutti i club.

**Oggi, dopo due partite non disputate si va fuori. La svolta ci consegna la cultura del rispetto delle regole senza se e senza ma. L'innovazione è radicale, cambia la cultura del governo del calcio.**

**Lega Pro è il campionato dei giovani.** Attraverso il riconoscimento della nostra mission passa tanto del nostro futuro. Lega Pro deve essere spazio di formazione per giovani calciatori e lo deve essere perché questo diventi un passaggio fondamentale per riprendere a patrimonializzare i club.

## INTRODUZIONE APPRENDISTATO E STRUMENTI DI FORMAZIONE

L'apprendistato è formazione culturale e didattica per il calciatore, standard di qualità nella formazione calcistica affinché il governo di questi due asset consenta ai giovani calciatori di Serie C di avere prospettive nel post carriera e durante la loro attività agonistica questi abbiano la possibilità di migliorare il loro livello ed aspirare, seriamente ed in numero consistente, a salire di categoria e fornire la base per il miglioramento competitivo della stessa nazionale italiana di calcio.

Dovremo sempre di più **combattere la dispersione scolastica**, un fenomeno rilevante nel calcio che imperversa a causa di un'assenza quasi totale delle famiglie nel comprendere il valore della formazione.

Dovremo definire **un accordo con MIUR e centri territoriali della formazione** per comprimere i moduli scolastici, acquisendo le esigenze dei calciatori; conquistare i club a legare prestazione sportiva e risultati scolastici.

La mission giovani si realizzerà se riusciremo a convogliare risorse finanziarie in tale direzione.

## DOVE TROVARE LE RISORSE?

**Dalla modifica della Melandri e dalla mutualità con la Serie A:**  
la riforma dei campionati avrà questa pregiudiziale perché la stessa possa realizzarsi;

**Dai progetti con l'Unione Europea** ci sono risorse non utilizzate dall'Italia per la formazione, dobbiamo diventare la Lega dei progetti: abbiamo iniziato, ora si passa alla fase dell'impegno primario; **dai progetti CIPESS**, anche qui li abbiamo presentati, ora dobbiamo concretizzare;

**Sport e Periferia**, qui il terreno si allarga alle società della **LND**, **insieme per crescere**.

Proporremo alla **Federazione** di dedicare ulteriori risorse per sostenere quelle società che investono nei settori giovanili dotandosi di strutture impiantistiche e di programmi formativi "federali" la cui corretta applicazione dovrà essere periodicamente certificata dal Settore Tecnico e/o dal Settore Giovanile e Scolastico.

## DOBBIAMO DIVENTARE LA LEGA DEI TALENTI

La mission della Serie C è quella di formare i giovani calciatori che rivitalizzeranno il calcio italiano.  
Valorizzando i giovani ci identificheremo, ci daremo uno scopo e i nostri club potranno svilupparsi sempre più attraverso la patrimonializzazione dei vivai.

La Nazionale italiana di Mancini dimostra, con i risultati, come la scelta di impegnare giovani calciatori sia la scelta giusta.

**Per la Serie C è la scelta prioritaria.**

*Già rispetto all'ultima stagione, più squadre stanno facendo giocare giovani con minutaggio valido.*

MEDIA PRIME 14 GIORNATE	INCREMENTO STAGIONE 20/21 RISPETTO ALLA 19/20
MINUTI DEI GIOVANI CON MINUTAGGIO VALIDO PER GIORNATA PER SQUADRA	+ 21,10%
SQUADRE CON MINUTAGGIO VALIDO PER GIORNATA	+ 12,81%
% N° SQUADRE SCESE IN CAMPO PER GIORNATA CON MINUTAGGIO VALIDO	+ 16,13%
MINUTI DI TUTTI I GIOVANI PER GIORNATA PER SQUADRA	+ 20,45%



# QUALE LEGA PENSIAMO?



P  
E  
N  
S  
I  
A  
M  
O  
A

Una Lega al **servizio dei club**

Una Lega per **una cultura d'impresa**

Una Lega delle **regole**

Una Lega dei **progetti**

Una Lega **dialogante** con tutti coloro che ragionano a sistema

**LA LEGA DEI GIOVANI TALENTI**

La scelta è quella di formare ed impegnare capitale umano migliore affinché possa aumentare la nostra produttività: per noi senza questo non ci sarà crescita.

Preferiamo il titolo originale *Next Generation EU* rispetto all'uso italiano di *Recovery Plan*. Ecco la scelta per un'accelerazione verso la digitalizzazione, l'intelligenza artificiale, la robotica.

Ecco da dove nasce la scelta di investire in formazione.

**Dobbiamo far crescere le nostre capacità professionali e scientifiche** se vogliamo reggere la sfida della trasformazione ed uscire dalla crisi. Per farlo abbiamo bisogno di intelligenza/professionalità nella nostra struttura di direzione e farci accompagnare da società primarie riconosciute per l'altissimo profilo professionale.

## FORMAZIONE MANAGERIALE

Le risorse umane sono la condizione per vincere la sfida, introitare la cultura della programmazione nella gestione del club come asset che trasformi la precarietà e dia forza al progetto. La scelta primaria è quella della formazione, da qui il rapporto con le università e i centri della formazione.

La trasformazione digitale, interna ed esterna, è diventata una necessità per tutte le aziende sportive. **Legna Pro deve avvicinarsi ai propri tifosi e deve farlo digitalmente.** Sono 4 le direttrici su cui deve concentrarsi per orientare i propri sforzi e supportare i club:

## FAN ENGAGEMENT

Essere sempre in contatto con i tifosi per migliorare le loro esperienze, che siano legate alla partita o ad altri contenuti.

## MEDIA HOUSE

Offrire ai tifosi contenuti nuovi e digitali che possano divertirli e intrattenerli.

## eSPORTS

Legna Pro vuole organizzare la prima eSerieC, che coinvolgerà tutti i suoi club e i suoi tifosi. Aprirsi alla GenZ e dare nuove piattaforme di visibilità ai club.

## PROFILAZIONE TIFOSI

Sapere chi sono e cosa vogliono i tifosi è il primo step per ingaggiarli al meglio e direzionare verso di loro in modo più funzionale gli sponsor.

Definire un **piano di marketing** che consenta di conoscere gli stakeholders (tifosi, abbonati, comunità locali, etc.) di Lega Pro, definire i target di posizionamento di Lega Pro e utilizzare gli strumenti digitali al fine di fidelizzare i propri stakeholders e attivare nuovi target.

## PROFILAZIONE DEGLI STAKEHOLDERS E VALORIZZAZIONE DEI DATI

Utilizzare strumenti di profilazione e segmentazione degli stakeholders (ad esempio strumenti di CRM – Customer Relationship Management) per l’aggregazione e analisi dei dati raccolti tramite abbonamenti, app e/o piattaforme di trasmissione delle partite, canali social.

## DIGITAL MARKETING

Definire i canali attraverso i quali raggiungere i target (tradizionali e digitali) e le azioni da porre in essere per la loro attivazione (produzione di contenuti media ad hoc, comunicazione mirata, iniziative di fan engagement e di fan activation). L’obiettivo è altresì quello di trasformarsi in un vero e proprio **“Marketing Lab”** per aziende interessate a sperimentare nuovi servizi e prodotti, a forte contenuto tecnologico, arrivando così, nel tempo, a potenziare strutture e progetti sportivi dei club associati

## DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI POSIZIONAMENTO

Definire gli obiettivi di posizionamento di Lega Pro e dei suoi club in termini di:

- 1) **fidelizzazione e incremento** dell'attuale **fanbase**;
- 2) **identificazione di nuovi target generazionali** (millennials e generazione Z);
- 3) obiettivi di **copertura territoriale dei target** (nazionale e internazionale).

Definire le modalità di raggiungimento di tali target, a titolo esemplificativo: sviluppo degli e-sports, promozione di eventi internazionali a marchio Serie C, iniziative «green» volte a promuovere la tematiche della sostenibilità ambientale.

Ricerca sponsor a supporto del percorso di valorizzazione strategica e sociale avviato da Lega Pro e per il Campionato Serie C; facilitare le occasioni di incontro tra sponsee (club e atleti) e sponsor (aziende locali interessate).

## **RICERCA DI SPONSOR A LIVELLO DI LEGA**

Potenziare il percorso di valorizzazione strategico avviato dalla Lega Pro attraverso la ricerca di uno sponsor che ne condivida i valori e che la supporti nelle diverse iniziative.

## **FACILITARE LA RICERCA DI SPONSOR A LIVELLO DI CLUB E ATLETI**

La Lega Pro deve svolgere altresì il ruolo di facilitatore per incrementare le occasioni di incontro tra sponsee (club e atleti) e sponsor (aziende locali interessate), anche attraverso la creazione di una vetrina mediante la quale valorizzare il prodotto sponsorizzato, con l'obiettivo di accrescere la visibilità delle aziende locali su tutto il territorio nazionale.

## LEGA DEL SOCIALE, DELLA SOLIDARIETÀ

Ad oggi, solo nell'ultimo anno, Lega Pro e i suoi club hanno attivato oltre 1600 iniziative. **Siamo la Lega dei valori:** noi seguiremo a sviluppare questo tratto che rende plastica l'identificazione come lega del territorio, lega del sociale come è emersa durante la pandemia.

Ha detto Papa Francesco: *"è tempo di dare una mano agli scartati"*. Noi ci siamo.

Allenatori e capitani che hanno donato sangue, le raccolte fondi per gli ospedali e la ricerca, la sinergia con il Banco Alimentare per dare supporto alle famiglie in difficoltà, la distribuzione delle mascherine da parte dei calciatori.

E ancora, gli chef in collaborazione con i club che hanno cucinato per le famiglie meno abbienti, la raccolta fondi che ha portato all'acquisto di un'autoambulanza e gli striscioni di gratitudine rivolti a medici e infermieri davanti agli ospedali.

Tutti assieme fanno squadra per essere di aiuto a chi ha bisogno.

Tra gli ultimi progetti, le iniziative su tutti i campi contro la violenza sulle donne e la sinergia con l'Associazione Parole O\_Stili con il Manifesto per lo Sport per l'attento utilizzo delle parole contro la violenza verbale.

Tra pochi giorni, invece compie 29 anni il progetto adozioni a distanza dei club con la Caritas Children Onlus. In totale sono 126 i bambini di vari Paesi adottati a distanza dalla Lega Pro e dai suoi club. Il cuore della C raggiunge il mondo.

# INTEGRITY E CODICE ETICO

Cercheremo sempre più di educare i ragazzi e le società ad un modello di calcio sano e etico. Con l'attività educativa e formativa dell'**Integrity Tour** creiamo gli anticorpi per il contrasto al sempre pericoloso problema del match fixing; grazie alla fondazione del **Centro Studi e Ricerche di Lega Pro** abbiamo individuato le azioni strumentali al raggiungimento di obiettivi che possono traghettare le Società di Lega Pro verso un modello efficace, efficiente e virtuoso.

## COSA ABBIAMO FATTO

All'interno di Lega Pro abbiamo intrapreso un percorso virtuoso che ha visto la partecipazione di tutto il nostro personale, in un processo di consapevolezza per la definizione finalmente della nostra identità. Allineando la "governance" nel rispetto dei valori identificati e condivisi siamo arrivati alla pubblicazione di un **Manifesto della Responsabilità Sociale** che sintetizza l'impegno Etico di Lega Pro.



## COSA FAREMO

Dobbiamo intraprendere un percorso di sensibilizzazione e di formazione rivolto a tutte le società di Lega Pro, che sia in grado di trasferire competenze etiche e manageriali. Redigeremo il **Bilancio di Sostenibilità di Lega Pro** per descrivere non solo il valore sportivo ma anche quello economico, sociale e ambientale. A questo punto si andrà sul territorio coinvolgendo le società affiliate e i relativi stakeholder, in questo percorso che porterà alla **certificazione etica**.



# POST COVID



Il POST COVID sarà un momento delicatissimo in cui il ruolo dei club della Serie C sarà utile per lenire le cicatrici e le ferite che saranno marcate e profonde.

## *Di cosa parliamo?*

Le scuole chiuse hanno rotto relazioni umane nei giovani di oggi; le scuole calcio sono state chiuse per molti mesi e quel luogo di relazioni che non ci sono, crea disagi nell'equilibrio psicologico in un'età di crescita molto delicata.

Per questi motivi, nel post Covid, il reticolo dei club della Serie C potrà contribuire a ricostruire relazioni sociali, umane e lo farà attraverso il gioco del pallone.

**Il Paese avrà bisogno del calcio che fa bene, che mette i valori al centro.**

**NOI CI SAREMO**

- Sarò un **Presidente di transizione**.
- Il mio sarà un lavoro con una squadra che delinea già il futuro prossimo. I due Vicepresidenti, **Vulpis e Ludovici**, sono due professionalità che spingono per una **Leга dei progetti, del fare, della sostenibilità economica**.
- **Il Consiglio Direttivo**, rappresentativo dei club, **sarà di forte personalità e proverà a sanare le fratture** (gironi e minutaggio) **la cui responsabilità è la mia**. Chi governa deve metterci la faccia ed assumersi le responsabilità direttamente. Mi conoscete ormai, non cambio il mio carattere, non per l'età ma perché sono stato nella vita sempre così! La mia tracciabilità è questa.

Il Consiglio Direttivo che propongo dovrà essere formato da **due rappresentanti di club per ogni girone**, di cui **uno rappresenti i club piccolo-medi e uno i grandi club**, ove nel corso del quadriennio ci fossero sostituzioni e/o avvicendamenti dovranno essere rispettati i criteri di cui sopra.

## RIFORMA DEI CAMPIONATI

Dico al Presidente Gravina, a cui abbiamo dato mandato per toglierci dall'interesse *particolare*:

**Lega Pro e Serie C si riuniranno presto sotto un solo logo e una sola denominazione**



Il nuovo Logo ha avuto successo perché Giovane, Colorato, raffigura le vele nazionali della speranza, è curioso, intraprendente.

**A breve convocheremo un'assemblea per ufficializzare questo cambiamento.**

## La Serie C ha dentro la storia dei Comuni d'Italia.

La mia terra ne è un esempio: Gubbio contro Gualdo Tadino. Rivalità accesa da sempre perché Gubbio era l'ultimo avamposto dell'impero bizantino mentre Gualdo Tadino era il cuneo dei Longobardi nell'impero bizantino.

### Ma c'è altro da dire!

Nella riforma dei campionati **non seguiamo la strada seguita per la riforma della sanità** in Italia. Guardiamo alla **Lombardia**: strutture ospedaliere concentrate, supertecnologiche, poi taglio delle spese e via medici e infermieri, via ospedali nel territorio e conti a posto. Guardiamo al **Veneto**: strutture sanitarie ed ospedaliere di *prossimità*.



**POI È ARRIVATO IL COVID19**

**Dolore**

**Costi**

**Settori produttivi in crisi**

**Occupazione a terra**

Il Covid ha terribilmente evidenziato come non sia possibile GOVERNARE e RIFORMARE prendendo come unico parametro quello del taglio dei CONTI, soprattutto se i conti sono di un'economia *miope e cieca*.

**È necessario introdurre il rischio prevedibile e il costo sociale e territoriale.**

È quello che ha fatto la Lega Pro il 28/1/2020 a Roma con "Il Calcio che fa bene al Paese": **abbiamo portato dati scientifici fondati e validati** che dimostrano che con 1 € investito da Lega Pro e i suoi club sono generati 2,99€ per il territorio e che con la nostra attività togliamo giovani dalla strada, dai pericoli, droga e violenza.

**Da quel giorno la nostra credibilità è cresciuta, il calcio serve al bene del Paese, del territorio.**

*(Fa tenerezza chi ha scritto che avremmo provocato ilarità ed umorismo. Ma dov'è stato, su Marte? Questa affermazione fa il paio con chi ha osato dire che la formula dei playoff sarebbe un danno per i club. È da cartellino rosso, la conoscenza dei fondamentali nel calcio è decisiva, altrimenti non si può giocare.)*

**Caro Gabriele,**

*la C è un patrimonio di emozioni e di passioni per il calcio, **la C è un bene per il reticolo sociale e territoriale**, nella riforma dei campionati non facciamo come la riforma della Sanità preCovid. Guardiamo al modello di prossimità della Regione Veneto, una lezione esemplare.*

*Dopo di che chiedo a te, visto che noi abbiamo bisogno di riforma dei campionati, di pensare alla elezione del Papa nel 1268-1271, si tenne a Viterbo. Una elezione lunghissima, le contrapposizioni tra i cardinali non permettevano di trovare un accordo. Il popolo di Viterbo, esasperato, segregò i cardinali nel Palazzo (clausi cum clave), ridusse drasticamente il loro vitto, addirittura scoperchiò il tetto sopra le loro teste. Questa elezione viene ricordata come il primo conclave nella storia della Chiesa Cattolica!*

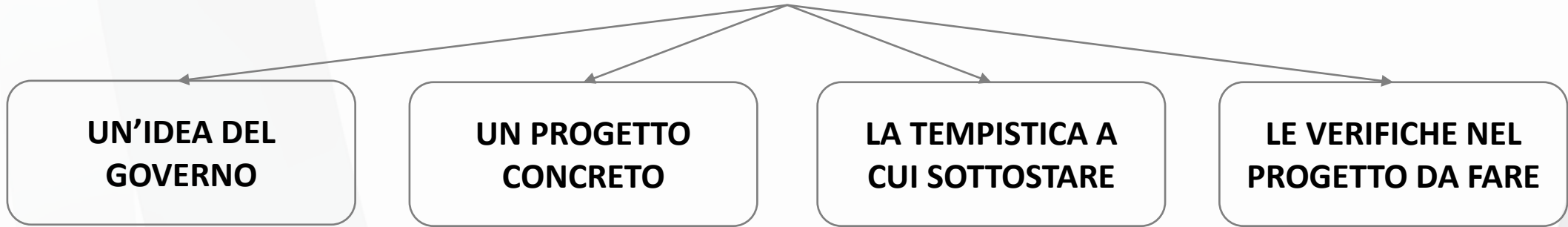
**Caro Gabriele,**

***Hai l'occasione per essere ricordato come il primo presidente della FIGC che ha fatto la riforma dei campionati!***

***Noi della C ci saremo!!***

***La riforma dei campionati passa dalla revisione dei rapporti economici. Le somme destinate al "paracadute" vanno trasformate in solidarietà STABILE tra le Leghe, ciò favorirebbe il ragionamento su promozioni e retrocessioni.***

## OGGI VI HO PRESENTATO



**ORA LA SQUADRA È PRONTA A SCENDERE IN CAMPO**



Lo scorso 2 gennaio 2021, la Gazzetta dello Sport ha pubblicato **“Lo Sport secondo Papa Francesco”**

*“Verrebbe da dire, usando una metafora sportiva, che ci potremmo salvare solamente come squadra. Lo Sport ha questo di bello: che tutto funziona avendo una squadra come cabina di regia. Gli sport di squadra assomigliano ad un’orchestra: ciascuno dà il meglio di se stesso per quanto gli compete sotto la sapiente direzione del maestro d’orchestra. O si gioca insieme, oppure si rischia di schiantare. È così che piccoli gruppi, capaci però di restare uniti, riescono a battere squadroni incapaci di collaborare assieme. C’è un proverbio d’Africa che dice che se una squadra di formiche si mette d’accordo è capace di spostare un elefante.”*

**Ecco, noi della Serie C siamo e vogliamo diventare una “squadra di formiche”** e oso affermare che siamo quelli a cui “offri un libro, un paio di scarpette, una palla e si mostrano capaci di gesta impensabili”.

La sostenibilità economica sembra una chimera, eppure...“siamo gente che non vuole farsi raccontare la vita, vuole vederla con i suoi occhi...Per questo certe vittorie portano a commuoversi”.

**NOI DELLA SERIE C SIAMO QUESTI! BUON LAVORO E GRAZIE PER AVERMI FATTO FARE L’ESPERIENZA DI PRESIDENTE PRO TEMPORE!**



# POST SCRIPTUM

Nelle lettere si usa così quando si vuole accendere l'attenzione.  
Ora, permettete a me di fare questo.

## ATTRAVERSARE “IL RUBICONE” CON L’AIC

Dobbiamo guardare con molta freddezza la situazione: **la crisi COVID-19 si è riverberata sul calcio italiano in modo più forte** che nel resto dei Paesi dell’Europa poiché eravamo entrati economicamente più fragili e di conseguenza è più drammatica la situazione attuale.

In più, la crisi spinge ad innovare: in Spagna, Barcellona e Real Madrid stanno investendo negli stadi; in Italia sappiamo cosa sta succedendo a Roma e/o Firenze, ma aggiungerei Palermo e/o Caserta. All’uscita della crisi COVID-19, i club spagnoli avranno un vantaggio rilevante rispetto a quelli italiani.

Se mi permettete, **la scelta di candidare l’Ing. Luigi Ludovici ha lo scopo di schierare la Serie C, i club di Serie C, su una linea avanzata.**

Così è per **l’esperienza manageriale del Dott. Marcel Vulpis su commercializzazione, marketing e merchandising.**

Le liti o le analisi da “pollaio” non ci interessano perché non c’è in gioco cosa noi personalmente possiamo fare nella vostra vita, ma ci sono interessi generali di sopravvivenza dei club, di posti di lavoro, di assicurare che la gioia che porta il calcio in provincia prosegua!

Fronte ricavi, tutti gli analisti di mercato stimano che occorrerà aspettare almeno tre anni prima che riparta la crescita, allora **abbassare i costi del calcio è ancora più la PRIORITÀ.**

**Con l’AIC dobbiamo ragionare perché “stiamo nella stessa barca.”**

Noi siamo per una scelta strutturale che indichi la direzione per abbassare i costi.

Da parte mia, la scelta è quella di seguire ciò che fa lo sport negli Stati Uniti: **“i ricavi generano i salari”** e quindi in tempi di crisi o ci si approccia a questa cultura o salta il banco. **Dobbiamo discutere con l’AIC perché, saltando i club, saltano i posti di lavoro.**

La “cosa” va presentata perché si torni a movimentare e non pensare che “adda passà à nuttata”.

**Occorrono politiche attive nell’occupazione e nel costo del lavoro!**

Aggiungo che noi della C, non avendo avuto la mole dei ricavi dell’élite del calcio italiano, oggi, possiamo, paradossalmente, trarre vantaggi di posizionamento se innoviamo come abbiamo programmato. Sky e le 15 partite a turno infrasettimanale lo dimostrano e costituiscono una reale attrazione e un **reale “alto posizionamento” dei nostri club** rispetto al recente passato, da cui con una politica intelligente, aggressiva e temporalmente lanciata, **si potranno conquistare quote di mercato nazionale e internazionale così da attrarre nuovi sponsor, nuovi partner, nuovi contratti TV/streaming, e altro ancora.**

È obsoleto parlare di comunicazione, è da anni di piombo; è l'interdisciplinarietà tra comunicazione e marketing, tra innovazione e digitalizzazione delle infrastrutture, tra streaming e commercializzazione il nuovo terreno dove oggi si generano profitti.

**Questa è la sfida che ha messo insieme il sottoscritto con il Dott. Vulpis e l'Ing. Ludovici.**

**A questa altezza dobbiamo portare la struttura manageriale della Lega Pro e della Calcio Servizi.**

**GRAZIE!**