

Serie A2

Il Barcellona spiazzato dalla freddezza dei tifosi

In tre settimane solo 50 abbonamenti prenotati

Mario Garofalo

BARCELLONA

Dieci giorni dopo il lancio della campagna abbonamenti i segnali non sono affatto incoraggianti.

La città e gli appassionati del Basket Barcellona non rispondono, mentre la squadra lavora senza sosta e con pochi picchi di notorietà.

A poco meno di tre settimane dall'esordio in trasferta contro la ripescata Agropoli, i tagliandi annuali prenotati presso il rivenditore storico sono solo una cinquantina. "Uniti dalla passione" - slogan scelto per la nuova stagione 2015/16 - non è partito certo sotto una buona stella. E così cominciano i primi mugugni societari, conditi da uno scetticismo generale che non fa bene proprio a nessuno.

La baracca che ha caratterizzato la seconda metà della scorsa stagione sembra registrare ancora un'eco non indifferente, e ad alimentare il tutto sono pure le lamentele sulla linea intrapresa dal sodalizio giallorosso. Non sono serviti i mea culpa né gli sforzi del patron Immacolato Bonina di cercare di salvare il salvabile. Non è servito lo sforzo economico dell'iscrizione, un'azione massiccia anche alla luce di un pregresso che la proprietà continua ancora oggi ad ottemperare.

La società resta sola, priva di un cda societario solido e di una situazione in balia degli eventi. Gli appassionati oscillano tra la curiosità di vedere all'opera il nuovo corso targato Bartocci e le perplessità di un andazzo low profile.

Si è sempre sottolineata l'importanza del sesto uomo sul



Al lavoro. La squadra ha giocato le prime amichevoli in vista del campionato

Longano, ma oggi la tesi non viene supportata dai dati che offre la campagna abbonamenti. Lo zoccolo duro resta, ma dimora una paura che è tutta barcellonese. Si cercano i colpevoli, invece di cercare di remare tutti dalla stessa parte. C'è chi lagna su uno scarso coinvolgimento da parte del club e chi imperterrita continua a mietere vergogna. La piazza è divisa. Duole sottolineare come in questi anni non si sia riconosciuta l'importanza che merita la principale realtà sportiva della città. Uno contro tutti o tutti contro uno: le due strade portano tutte verso la stessa di-

rezione. "Uniti dalla passione" è stata concepita per rendere tutti indispensabili alla causa.

A distanza di un anno dalla precedente offerta annuale ("Un Amore così Grande" era lo slogan della scorsa stagione) manca pure l'apporto garantito dal pool di professionisti riunitisi in un Trust. Mancano le iniziative commerciali o le occasioni per pubblicizzare in maniera chiara e capillare quanto sia fondamentale l'aiuto esterno della città. Inoltre, a sostenere l'ardua ripresa societaria ci dovrebbe essere pure Palazzo Longano.

Che fine hanno fatto gli accordi di sponsorizzazione? Il tanto sbandierato "aiuto" tarda ad arrivare. Delle sponsorizzazioni intercettate dal primo cittadino non si conoscono aggiornamenti degni di nota. La società ed Immacolato Bonina restano soli al palo delle chiacchieire. ▲

Restano ancora da definire gli accordi con gli sponsor trovati con l'aiuto del sindaco Matera