

Lo sponsor

Svolta Virtus
Sulle maglie
c'è Segafredo

La Virtus entra nell'era Segafredo

Baraldi: «Per ora siamo lo sponsor»

Accordo da 300 mila euro. Zanetti è anche socio della Fondazione. Basciano: «I prezzi caleranno poco»

«Storia, Orgoglio, Futuro: se è passione è per sempre». Si celebra sotto questa insegna, il matrimonio fra la Virtus e Segafredo al Palazzo di Varignana. Già socio forte della Fondazione, ora il marchio del caffè e il suo proprietario Massimo Zanetti fanno un passo avanti molto eloquente mettendo il loro nome sulle maglie bianconere, nell'anno della ripartenza dalla A2 dopo una dolorosa retrocessione che non tutti hanno ancora digerito. Maglie che saranno rinnovate (Macron ancora sponsor tecnico e Saclà secondo sponsor), la S rossa di Segafredo in bella vista e una grande V nera sullo sfondo dopo le polemiche sul logo bianconero mignon dello scorso anno. «Siamo arrivati in uno dei momenti più difficili — dice Luca Baraldi, amministratore unico di Segafredo Zanetti Grandi Eventi — Ma siccome gli uomini veri si vedono nel momento della difficoltà, devo ringraziare Massimo Zanetti che è stato chiamato nuovamente a sostenere lo sport bolognese e ha deciso di farlo con grande entusiasmo anche nella Virtus. Oggi scendiamo in campo anche noi, guardando al futuro e non al passato».

Da sapere

- La Virtus ha presentato lo sponsor Segafredo

(con una maglia provvisoria, quella ufficiale sarà resa nota da Macron più avanti e avrà una grande V

nera sul petto)

- Segafredo ha firmato per una stagione per circa 300 mila euro

- Già socio fondatore, Zanetti potrebbe nei prossimi mesi assumere un ruolo sempre

gafredo: «S come sofferenza perché per vincere bisogna sapere soffrire, ma anche come sognare», ha detto Baraldi. «La S rossa mi fa pensare a sudore e sacrificio, se li frulliamo bene può uscire un successo», incalza Alberto Bucci, presidente di Virtus Pallacanestro; «Un nuovo inizio, da qui si riparte con una S che sa molto di successo», si lancia Pietro Basciano, presidente dimissionario della Fondazione; «Dovremo essere bravi a sostenere il peso dei marchi Virtus e Segafredo, che per noi devono essere un onore non un onere. E per onorarli dovremo essere una squadra, la S più significativa», chiude Ramagli.

Nei prossimi giorni verrà presentata la campagna abbonamenti, «senza drastiche riduzioni di prezzi, perché la Virtus è la Virtus in A o in A2», ha detto Basciano. Un tasto sul quale, però, non tutti i soci, anche fra i più influenti, sono allineati: qualcuno spingerebbe per prezzi più popolari per cercare di attirare più tifosi, prevedendo un calo notevole di entusiasmo.

Luca Aquino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

più importante anche nella gestione della società bianconera

del 04 Agosto 2016

CORRIERE DI BOLOGNA

estratto da pag. 1, 11



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile. Il logo della testata appartiene ai legittimi proprietari.

A2 EST