

Npc, l'obiettivo principale rimane il main sponsor

Cattani: «Tra le poche che prima fanno la squadra e poi conoscono il budget»
Hearst atteso in città lunedì, Davenport mercoledì. Domani previsto il raduno
Laurenzi e Ricci a pag. 37



NPC, IL PRIMO OBIETTIVO RIMANE IL MAIN SPONSOR

► Il patron Cattani: «Purtroppo siamo tra le poche squadre che fanno la formazione e solo dopo conoscono il budget»

BASKET

«Siamo continuamente al lavoro e quest'anno non ci fermeremo fino a maggio. Inoltrato». Mentre dice queste parole fa il gesto delle corna con le mani e aggiunge varie forme di scongiuri, non dice mai il termine playoff, ma è convinto delle sue parole. A quasi 4 mesi dall'ultima palla a due della stagione, il presidente della Npc Rieti Giuseppe Cattani è carico e pronto a ripartire. «Siamo a caccia di sponsor, ma la squadra è fatta e il

nostro piano d'azione è pronto». Proprio sugli sponsor ruotano le principali questioni per la formazione reatina, pronta ad affrontare la sua terza stagione in serie A2.

RIEMPIRE LA MAGLIA

Con il roster ormai completato, l'obiettivo è quello di riempire il vuoto che da due stagioni c'è sul petto dei giocatori della Npc: la mancanza di un main sponsor si fa sentire. «Purtroppo siamo tra le poche squadre – spiega Cattani – che prima fanno la formazione e solo dopo conoscono il budget a

disposizione. Abbiamo avviato molte trattative ma, in più occasioni, sono sfumate al momento di chiudere. Non riusciamo a capire perché, ma ci è successo più volte». La quotazione per un main sponsor in serie A2 varia a seconda della piazza, ma il logo sulle maglie della Npc è valutato tra i 100 e i 150mila euro. «Abbiamo un paio di fronti aperti – spiega Cattani – con trattative che sono alla volata finale, con realtà imprenditoriali fuori dal nostro territorio. Per quanto riguarda l'area reatina, ci stiamo muovendo diversamente.

Quest'anno alcune cose sono andate un po' a rilento, perché è stato necessario attendere la chiusura della tornata elettorale per dialogare con le istituzioni. La nuova amministrazione ci ha dato ampia disponibilità».

IMPRENDITORI LOCALI

Se nessuno a Rieti è in grado di garantire un main sponsor da 150mila euro, si può sempre puntare sul vecchio detto per cui "l'unione fa la forza". «Abbiamo predisposto un piano d'azione molto dettagliato – spiega Cattani – e riprenderemo il discorso dello scorso anno. Conto di rinnovare la cartellonistica, con supporti dell'imprendito-

ria locale che vanno dai 1500 ai 3mila euro. E' chiaro che la presenza di un main sponsor diventa fondamentale». Nel quadro dei rinnovi, dovrebbero essere confermati alcuni importanti sponsor che valgono tra i 40 e i 50mila euro ciascuno.

IL PUBBLICO

«Al di là di quelle che saranno le sponsorizzazioni – spiega Cattani – punto tutto sull'apporto del pubblico. Gli abbonamenti e i tifosi che ci seguiranno al palazzo saranno il nostro sponsor». Sono pronte una serie di iniziative per agevolare gli abbonamenti e che Cattani illustrerà nel dettaglio nel

Media Day di venerdì. La campagna abbonamenti partirà il 1° settembre: i prezzi dovrebbero essere invariati rispetto alla scorsa stagione, mentre dovrebbe esserci un ritocco per i biglietti. «Quella che sta per cominciare – conclude Cattani – è la terza stagione del secondo ciclo della nostra storia. Sarà un anno importante, nel quale dovremo costruire il futuro e gettare le basi per il prossimo ciclo, anche per quel che riguarda il PalaSourjourner. Noi siamo già al lavoro e, come ho detto, siamo pronti ad andare avanti fino a maggio. Inoltre, con le mani pronte a fare tutti gli scongiuri del caso.

Emanuele Laurenzi



Il patron della Npc Giuseppe Cattani

