

VUELLE NUOVO PARTNER

«NOI MAIN SPONSOR IN FUTURO? SAREBBE UN SOGNO»
COSTA: «SONO CONTENTO DI VEDERE RANOCCHI
A BORDO CAMPO: HA VERA PASSIONE PER IL BASKET»

Ranocchi raddoppia lo sforzo Nts mette il marchio sulle divise

Sponsor L'azienda riminese con la quale collabora si lancia nella massima serie

■ Pesaro
NON C'È SOLO una felpa col suo marchio nel riavvicinamento di Giovanni Ranocchi al basket pesarese. C'è il coinvolgimento della Nts informatica, l'azienda riminese alla quale la Ranocchi srl si è consociata nel 2002, una volta ripartita dopo il divorzio dalla Teamsystem. Ieri mattina, nella sede di via Bertozzini, l'amministratore delegato di Nts Roberto Sapucci e il responsabile commerciale Stefano Carloni hanno illustrato come e perché il marchio sarà presente sulle divise da gioco. «Il primo motivo è che siamo appassionati di basket e il lato affettivo è importante – spiega Carloni, che rappresentava anche Ranocchi, di cui è il genero –. Con la nostra passione siamo stati capaci di coinvolgere Rimini, mettendo per tre anni il marchio Nts sulle divise della squadra, che partecipava alla B2. Ma è chiaro che apporre il marchio su pantaloncini e sopramaglia di una squadra di serie A è diverso: giocheremo in città importanti, specie al centro-nord, dove facciamo tanti affari. Sarà importante poter invitare i nostri clienti, che sono circa 10.000, alle partite. Ma anche alle gare casalinghe ci teniamo: 800 dei nostri clienti sono in questo territorio». «Carloni ha portato in Nts una ventata di freschezza nell'ambito del marketing – spiega l'ad Sapucci – e l'attività fatta su Rimini ci ha comunque permesso di farci conoscere sul territorio. Ora, gra-



PATTO Roberto Sapucci (a.d. Nts), Ario Costa e Stefano Carloni. Sotto, Giovanni Ranocchi

zie alla Vuelle, contiamo di aumentare ancora la nostra visibilità. Siamo una realtà che offre soluzioni integrate e complete sia alle aziende che ai professionisti».

LA NTS, che nel 2019 compirà trent'anni, traguardo importante per un'azienda che lavora in un settore in continua espansione come l'informatica, è partita con 15 dipendenti: oggi dà lavoro a 92 persone. Che, sommate ai 90 che lavorano per Ranocchi, aumenta la pattuglia a 182. Anche il fatturato del gruppo, che nel 2002 era di 1,5 milioni di euro, oggi si aggira attorno ai 20. E' lecito sperare che un giorno questo marchio possa essere il main sponsor della Vuelle? «Sarebbe un sogno – esclama Carloni – per uno come me che da bambino aspettava speranzoso davanti alle porte dell'hangar che qualcuno lo portasse dentro, per-



ché il palazzo era sold-out. Siamo un'azienda che punta in alto, ma gli impegni economici necessari in serie A devono corrispondere alla crescita delle nostre aziende. E' un discorso graduale: non vogliamo essere una meteora e le strategie di marketing si decidono in base al fatturato».

UNA RISPOSTA che lascia comunque aperti spiragli interessanti e bene farà la Vuelle a coccolare questo nuovo sponsor: «Considero da sempre Ranocchi una persona fantastica, entusiasta e appassionato – ammette il presidente Ario Costa –, ma ci siamo sempre guardati da lontano. Tre anni fa, finalmente, abbiamo trovato il modo di far tornare Giovanni nella pallacanestro: vederlo a bordo campo mi dà grande piacere. Dall'idea della felpa, che era comunque una proposta commerciale perché 3.000 felpe rosse che gireranno in città non sono poche, è nata poi la decisione dell'ingresso di Nts sulla divisa. Avranno naturalmente l'esposizione riservata ai nostri sponsor anche al palas e presto organizzeremo un gioco informatico legato a Nts, che sarà una novità per Pesaro e oserò dire anche per il campionato».

Elisabetta Ferri

Gli abbonamenti al rush finale

Vuelle Oggi si chiude, gli stessi tifosi si aspettavano di più: «I prezzi bassi lo meritavano»

■ Pesaro
ULTIME ORE per abbonarsi. La campagna chiude stasera alle 19, salvo prolungamenti che la società potrebbe decidere di valutare. Proprio come successo lo scorso anno, per permettere ai ritardatari di sottoscrivere. Quasi 2.500 le tessere attualmente stampate, senza considerare quelle aziendali. Di più rispetto a quelli dell'anno scorso; di meno rispetto a quelli che la società si aspettava visti i prezzi stracciati, decisi per richiamare più gente al palazzo. «Anche noi, da tifosi – spiega Matteo Iacomucci di LifeStyle – ci aspettavamo più abbonati, a Pesaro si parla tanto di basket city ma

pur troppo non c'è la mentalità. Le persone hanno visto una pre-season poco convincente ma se c'è la passione l'abbonamento va fatto comunque, a maggior ragione quest'anno che la società ha fatto dei prezzi senza precedenti. Noi siamo un gruppo nuovo e porteremo circa 15 giovani: era il numero che ci s'aspettava poi piano piano cercheremo di riempire il Palas». Nel Club Tonucci quasi tutti hanno riconfermato: «In 30 hanno cambiato settore approfittando dei prezzi più bassi – dice Lorenzo Cortiglioni –, mi aspettavo almeno 3.000 abbonati in totale: non tanti di più perché nell'aria avevo percepito un po'

di malumore dovuto ad alcune mancate conferme».

L'ASTRONAVE sta scaldando i motori per la partenza, con alcune novità. A partire dalle luci: nuove al led, che creeranno un "palcoscenico" coi riflettori puntati sul parquet e il pubblico in penombra. Un effetto simile a quello del PalaDozza di Bologna e di altri campi di Eurolega. Confermato il terzo tempo: Summertrade e Alceo si occuperanno dell'ospitalità nel pre e post partita. In più «un progetto interessante che stiamo sviluppando con Ranocchi – dichiara Ario Costa (foto) –, che riguarderà tutti i 40' di gara dei match casalinghi».

Monica Generali



Volley B

Gibam, da Loreto buone indicazioni

■ Fano
ARRIVANO ancora buone indicazioni per la Gibam dal test disputato mercoledì sera al Pala-Serenelli di Loreto contro la Sampress Nova Volley, una delle formazioni sulla carta più ostiche del girone nel quale sono stati inseriti i fanesi. Quattro set disputati, tutti vinti dalla squadra di coach Andrea Radici, che ha dimostrato di sapersi tirar fuori anche dalle situazioni più difficili. Sopra di 3-0, di comune accordo le due formazioni hanno giocato un quarto set dando spazio alle seconde linee. «E' stato un test molto importante per noi, visto che mancano pochi giorni all'avvio della stagione – ha commentato il tecnico virtussino Radici –. Ci sono delle cose che ci sono piaciute e altre un po' meno, in cui speriamo di migliorare». L'allenatore di Città di Castello va nel dettaglio: «Nel primo set abbiamo fatto vedere meno intensità soprattutto in difesa, ma la squadra è riuscita a sciogliersi e dal secondo in poi è andata molto meglio». Radici continua la sua analisi: «Per quanto riguarda la situazione generale siamo molto contenti, la squadra è cambiata molto e dobbiamo ancora conoscerci bene anche a livello umano, per poi proseguire nell'area tecnica e fisica». Il coach dei fanesi chiude il suo commento così: «Siamo in fase di rodaggio e sappiamo che non dobbiamo forzare troppo i tempi, ma sono molto impressionato dalla coesione del gruppo: questo mix di giovani e giocatori esperti ci sta dando un metodo sul quale proseguire, i ragazzi più grandi si mettono volentieri a disposizione e questo ci rende molto contenti».

ABBONAMENTI. Intanto prosegue la campagna abbonamenti in vista della nuova stagione di serie B, al via sabato 13 ottobre con la trasferta di Perugia per la sfida allo Striketeam Monteluca. Per sottoscrivere l'abbonamento basta presentarsi alla segreteria della palestra Trave, aperta dal lunedì al venerdì dalle 17,30 alle 19,30, oppure inviare una mail a segreteria@virtusfano.it. Queste le tariffe: abbonamento numerato 50 euro, abbonamento non numerato 30 euro (ridotto 25 euro, per ragazzi da 16 a 20 anni non tesserati Virtus), ingresso gratuito per under16 e tutti i tesserati Virtus. Il costo del biglietto per i non abbonati sarà di 5 euro per i posti numerati e 3 euro per i posti non numerati. Il primo match casalingo vedrà la Gibam impegnata contro la Diesse Group Lucera. L'appuntamento è fissato per domenica 21 ottobre alle ore 17.30 al palasport Allende di Fano.

Beatrice Terenzi