

Articolo del 25/07/2014 - Pagina n° 3

OPERAZIONE COMMERCIALE

La società ha acquisito la facoltà di denominare lo stadio con un marchio commerciale e apporre all'interno e all'esterno dell'impianto i segni distintivi dello sponsor

AFFIANCAMENTO

Il nome commerciale non sostituisce in toto ma si affianca al nome ufficiale dello stadio che resta dunque intitolato a Dino Manuzzi



Le opinioni dei lettori

Che ne pensate dell'utilizzo commerciale del nome dello stadio? Inviateci le vostre opinioni: scrivete a cronaca.cesena@ilcarlino.net



L'Orogel è pronta per lo stadio ma se si fa avanti un altro...

Ultimi passi per l'ufficializzazione dello sponsor

di PAOLO MORELLI

NON È ancora detta l'ultima parola ma mano a mano che le ore passano le probabilità che a 'vestire' con un marchio commerciale lo stadio Dino Manuzzi sia l'Orogel. Né dall'azienda cooperativa di trasformazione e commercializzazione dell'ortofrutta, né da Pubblisole che nel maggio scorso ha ottenuto il diritto della sponsorizzazione dello stadio per dieci anni in cambio delle risorse finanziarie necessarie per l'iscrizione al campionato 2014-2015, arrivano conferme o smentite all'anticipazione di ieri del Carlino.

È NOTO che Gianluca Padovani, direttore generale di Pubblisole (holding nata nel 1984 alla quale fanno capo Teleromagna, Eventi Oggi, l'azienda di informatica Linx e Cook Academy) da settimane si sta dando da fare per cercare all'interno della sua compagnia sociale, formata da 32 aziende tra le più rilevanti del territorio romagnolo, il nome da issare in cima allo stadio. Fino a ora l'unica ad aver manifestato un interesse concreto è stata l'Orogel, ma l'amministratore de-



L'ACCORDO Giorgio Lugaresi e Gianluca Padovani alla firma del contratto del 'naming' dello stadio il 14 maggio 2014

legato Bruno Piraccini ha esortato più volte in pubblico altre aziende a farsi avanti, lasciando l'Orogel come ultima possibilità. L'azienda di Pievesestina, peraltro, è sempre stata vicina al Cesena Calcio e ha una forte presenza all'interno dello stadio a livello di cartellonistica.

VA CONSIDERATO che l'impegno finanziario per l'azienda che affiancherà il suo marchio al nome di Dino Manuzzi sarà assai rilevante: oltre a corrispondere i diritti annuali a Pubblisole, c'è da considerare il costo degli impianti per i cartelloni (da realizzare in tempi molto brevi) e l'imposta sulla pubblicità. Un'impresa che può quindi essere affrontata solo da un'azienda con le spalle larghe.

LA QUESTIONE sarà comunque risolta in un brevissimo lasso di tempo: ieri mattina c'è stato un sopralluogo allo stadio dei vertici di Pubblisole e dell'Ac Cesena per verificare il dettaglio delle postazioni disponibili in grado di garantire la massima visibilità al marchio dell'azienda che sponsorizzerà lo stadio Manuzzi.

APPENA la sponsorizzazione dello stadio sarà decisa, sarà convocata una conferenza stampa congiunta di Pubblisole, Cesena Calcio e dell'azienda che legherà il proprio nome (con un contratto che potrebbe avere una durata inferiore ai dieci anni dell'accordo Pubblisole - Ac Cesena) allo stadio Dino Manuzzi.

IPPODROMO DI CESENA - venerdì 25 LUGLIO 2014



L'ingresso è gratuito per i titolari di bancomat della Banca Popolare dell'Emilia Romagna valido per 2 persone