

## Le nostre interviste

La Gazzetta dello Sport, 8 luglio 2010

Intervista a: **Luca Ferrari**

Argomento: **Nasce bwin, scommessa della Lega**

## SERIE B

PRIMA VOLTA IN ITALIA IL NUOVO CAMPIONATO DI B CON IL NOME DELLO SPONSOR

## Nasce bwin, scommessa della Lega

ANTONELLO CAPONE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MILANO Si chiama bwin, non si saprà mai se sia stata la nuova Lega Serie B ad andare in caccia dello sponsor con lo stesso nome del suo campionato o se l'aggressiva agenzia online di scommesse e giochi si sia fiondata sull'occasione di sfruttare al massimo il *namning right*, quel contratto per cui l'evento si chiama come l'azienda. Non siamo inglesi, certi automatismi sono difficili. «Ma stavolta no», dicono alla presentazione della veste

della nuova Lega. Il manager Paolo Bedin, coordinatore dei 22 presidenti che si sono staccati ma non definitivamente dal marito o dalla moglie ricca della A, sottolinea: «Noi siamo una cosa nuova e ci chiamiamo proprio così: anche a non volere; uno lo dice per forza quel nome-sponsor del campionato. È un segno della nostra svolta epocale ricca di rischio d'impresa ma anche di fantasia e una certezza: abbiamo voluto chiamarci ancora B perché veniamo soltanto noi, dopo la A, gli altri nell'elenco alfabetico sono spariti. Poi il

pubblico si è espresso su *gazzetta.it* e su *sky.it*: ha detto che vuole restare nella tradizione e sui valori: territorio, passione, 80 anni di storia».

Galliani il presidente traghettatore Luca Ferrari: «Stiamo giocando una scommessa, abbiamo puntato molto e giorno per giorno abbiamo la sensazione di vincere qualcosa; noi siamo la freschezza. E anche il nuovo marchio dà il segno: un giovane giocatore che corre con la palla colorata al piede, è una B in estremo dinamismo. Una start up in grado di

scalare gli indici nella borsa del gradimento». A dimostrare che la A è sempre lì e non abbandonerà nessuno c'è Adriano Galliani del Milan, parte importante della Lega A: «Io nasco dirigente con trent'anni di B, nel Monza. Conosco il valore di questo settore. La separazione con la A è avvenuta con qualche litigio iniziale, poi tutti abbiamo capito che avremmo avuto da guadagnare. E funziona. La B è stata l'unica componente a non votare contro la Lega A come hanno fatto tutti gli altri in Figc in maniera scellerata su

gli extracomunitari. Grazie, non lo dimenticheremo».

Innovazione Paolo Di Feo, a.d. di bwin Italia: «Siamo stati main sponsor negli ultimi quattro anni di un Milan che ci ha dato notorietà mondiale, la Champions, la Supercoppa europea, il Mondiale per club. Il Milan è unico, ora abbiamo preferito puntare su un progetto totalmente innovativo: bwin. Vedrete quante iniziative costruiremo insieme». bwin versa 2,2 milioni l'anno per due stagioni. In momento di crisi e per denaro contante, non è davvero poco. È un affare di valore, per entrambi. Stefano Fabritici Randone, a.d. di Rba: «Alla B nel marchio abbiamo voluto dare il volto dei suoi valori: freschezza, gioia del gioco, colore».



Luca Ferrari, presidente della Lega Serie B, col nuovo marchio OMEGA