

## 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**