

Calcio

Il fascino delle maglie

Bologna, il ritorno al classico scalda i tifosi

Nuove divise coi colori e le linee della tradizione. La novità è il tessuto: per realizzare un esemplare servono 13 bottiglie di plastica riciclata

di **Massimo Vitali**
BOLOGNA

Mattone dopo mattone c'è un futuro da costruire. Se sia un richiamo al main sponsor, Facile Ristrutturare, che di mattoni se ne intende, o alla crescita graduale più volte invocata in questi anni dai dirigenti di Casteldebole non è dato sapere. In realtà, poiché ogni nuova maglia ha un'anima, l'anima della nuova divisa 'home' (quella che un tempo si chiamava prima maglia) presentata ieri insieme con la versione da trasferta è un ordito sottile di mattoni che compone le cinque bande verticali rosso-blu. Tradizione, dunque, perché il rosso e il blu sono intoccabili, esattamente come, rispetto a un anno fa, il bianco quasi immacolato della maglia da trasferta. Ma a ruota della fedeltà ai colori viene subito la storia del territorio. I mattoni, dunque, che riproducono le facciate dei più importanti edifici storici della città, sulla divisa 'home'. E sulla maglia bianca 'away' ecco fare capolino le Due Torri, ancorché un po' sbiadite. Dopodiché c'è una terza connotazione: l'ecosostenibilità.

«Le maglie – spiegano alla Macron, storico sponsor tecnico del club rossoblù – sono tutte realizzate in Eco-Softlock, un tessuto che nasce dalla plastica riciclata».

Tanto per rendere l'idea: per partorire una maglia basta (si fa per dire) riciclare 13 bottiglie di plastica da mezzo litro. «Un'attenzione ai problemi dell'am-

SORIANO E BONIFAZI

Il probabile capitano e l'ultimo arrivato i testimonial sul prato del «Niccolò Galli»



Kevin Bonifazi, 25 anni e Roberto Soriano, 30 posano come testimonial con le nuove maglie del Bologna sul prato del centro tecnico di Casteldebole (Bfc). Nel tondo, il presidente di Selenella, Massimo Cristiani

biente di cui andiamo particolarmente orgogliosi», gonfiano il petto a Casteldebole. C'era un tempo la presentazione della nuova maglia con i calciatori presenti in carne e ossa. E invece ieri mattina all'ora di colazione le due nuove divise del Bfc hanno fatto il giro del web nella forma di un breve video, veicolato sui canali social del club, in cui un gruppo di ragazzi scatenati, in rigorosa maglia rossoblù, scorrazzava di notte per le vie del centro storico, toccando i luoghi più simbolici della città: Voltone del Podestà, statua del Nettuno, piazza della Mercan-

zia, la torre dell'Orologio di Palazzo d'Accursio e la scalinata della Montagnola.

A seguire, sul prato di Casteldebole, la versione promozionale in stile «Harry Potter», con Roberto Soriano e Kevin Bonifazi, rispettivamente capitano in pectore e ultimo rinforzo della difesa, che in un video fanno com-

CRISTIANI, MISTER SELENELLA

«I nostri prodotti preparati seguendo le indicazioni dei nutrizionisti»

parire magicamente le due nuove divise al posto degli indumenti da allenamento. Per quanto riguarda i marchi che compariranno sulle due maglie (la terza verrà presentata più avanti) si registra una totale continuità rispetto alla scorsa stagione: avanti tutta dunque con Macron (sponsor tecnico), Facile Ristrutturare (main sponsor), Selenella (second sponsor), Illumia (che compare sul retro della maglia) e Scala (sulla manica).

Per Selenella, storico marchio del territorio che ha costruito un piccolo impero attorno alla patata al selenio (e al suo secondo anno di matrimonio col Bologna); si rinnova la prospettiva di poter mettere la qualità dei propri prodotti, nonché il proprio know-how, direttamente al servizio del club.

«Nella scorsa stagione – rivela il presidente di Selenella Massimo Cristiani – abbiamo lavorato insieme con i nutrizionisti del Bologna fornendo i nostri prodotti al ristorante di Casteldebole per la preparazione dei pasti della squadra e per i menù offerti (ai pochi che in tempi di pandemia hanno potuto accedere allo stadio, ndr) nelle aree hospitality del Dall'Ara».

L'accoglienza delle nuove maglie sui social ieri è stata incoraggiante, il che rappresenta già di per sé un successo dopo le sollevazioni popolari per la divisa simil-Cagliari firmata Umbro nel 2000-2001 e il logo bianco e blu che fece infuriare i tifosi nell'estate 2017.

Le nuove maglie debutteranno il 18 luglio, nella prima delle due amichevoli di Pinzolo, ma difficilmente per quella data faranno l'oggetto del desiderio Arnautovic, uno che, ormai lo si è capito, vestire di rossoblù appare come un esercizio tremendamente sofferto. Ma questa è un'altra storia.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

