

**L'INIZIATIVA** Da lunedì nei negozi Ascom e nelle filiali Emil Banca L'ad del club, Claudio Fenucci: «Gesto d'affetto che apprezziamo»



# Fino alla fine, forza Bologna

## L'Ascom crede all'Europa

### Le vetrine dei commercianti tirano la volata a Motta & Co

Da lunedì e fino al termine del campionato, l'associazione chiama tutti a raccolta. L'obiettivo è sostenere la squadra, consapevoli dell'indotto che porterebbe la Champions

**Un'onda** rossoblù vi travolgerà. Ascom-Concommercio tira la volata al Bologna Calcio. E lo fa colorando le vetrine dei negozi e delle filiali di Emil Banca, partner dell'iniziativa, dei colori sociali della squadra che, in questi ultimi mesi, è tornata 'a far tremare il mondo', e punta decisa a un posto in Europa. Lo slogan utilizzato dai commer-

cianti sarà 'Fino alla fine, forza Bologna', uno dei cori della curva per i ragazzi di Thiago Motta. Sciarpe, gagliardetti, poster, bandiere, tutto quanto fa 'rossoblù' servirà per addobbare le ve-

trine di negozi e attività del centro storico, della periferia ma anche della provincia bolognese, dalla 'Bassa' alla montagna.

**L'iniziativa**, che vede tra i partner Emil Banca e il Resto del Car-



Peso: 33-1%, 34-74%

lino, partirà lunedì e terminerà il 27 maggio: data non certo causale, visto che domenica 26 maggio si gioca Genoa-Bologna, l'ultima di campionato. Dunque, i commercianti accompagneranno i rossoblù per tutti gli ultimi due mesi di campionato, in cui si deciderà se il Bologna riuscirà ad agguantare la Champions League - un sogno dopo 60 anni - o comunque a tornare in Europa dopo vent'anni di assenza.

**Un modo** tangibile di ringraziare la società di Joey Saputo, per una gestione vincente e sostenibile assieme, ma anche per sottolineare l'importanza del 'training' sportivo per l'indotto di tutta la città.

Bar, ristoranti, hotel, sia in posi-

zione centrale sia periferica, potrebbero infatti beneficiare in modo cospicuo di una eventuale vetrina europea della nostra squadra. Il turismo legato allo sport, infatti, è in forte crescita: sono tanti gli stranieri che, trovandosi in Italia, vogliono 'vivere' l'esperienza di una partita di calcio dal vivo, e avere una squadra vincente aumenta l'appeal di un pomeriggio al Dall'Ara.

**La nostra** città, poi, negli ultimi anni è stata l'epicentro di una serie di manifestazioni sportive: il passaggio del Giro d'Italia nel 2022, la fase a gironi di Coppa Davis all'Unipol Arena, lo scorso settembre, le Final Four di pallavolo a gennaio e, il prossimo giugno, la seconda tappa del Tour de France (con partenza da Cesenatico). Con la popolarità del

calcio di mezzo, l'indotto di un piazzamento in Champions o in Europa League, potrebbe dare una spinta importante al turismo della nostra città.

**Saranno** gli associati a decidere come declinare il loro amore per la compagine di Motta: al di là delle vetrine addobbate di rossoblù, i ristoranti possono ideare piatti speciali (dalle 'Tagliatelle Zirkzee' ai tortellini bicolori), e bar e locali possono puntare su panini con i nomi dei beniamini della curva o cocktail stravaganti. L'importante, ribadiscono da Ascom, è che sia ben visibile: un messaggio ai bolognesi e ai turisti.

**a.bo.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Dal cocktail 'Zirkzee' ai tortellini bicolori tanti modi per aderire Coinvolte anche le filiali di Emil Banca



Tra le prime 'Vetrine Rossoblù' il Bar Sorriso in Via Corticella con il titolare Franco Langone (sopra) e la Tabaccheria Ragazzi e Contini di San Giovanni in Persiceto (a destra in foto il trio dei gestori)



Peso:33-1%,34-74%



Il signor Paolo Pasini nella gastronomia della Bottega Portanova, a Bologna



Peso:33-1%,34-74%

Così coinvolgeremo i lettori

## L'urlo della città per un sogno e per la storia

**Valerio Baroncini**

**G**li anniversari aiutano a ricordare, a tenere viva la memoria. Radici su cui cresce il nostro futuro. E in questo caso, dove il ricordo non s'è di certo spento, ci spingono però a migliorare, a migliorarci. A trasformare un sogno, un desiderio in storia. La nostra storia che è anche

Storia. Sessant'anni fa, nel 1964, il Bologna Fc vinceva il suo settimo scudetto; oggi, nel 2024, l'obiettivo si chiama Europa. Una dimensione che la città merita e s'è guadagnata con uno sviluppo prima di tutto culturale, educativo, universitario, sanitario e ora anche turistico. Una dimensione già raggiunta dal basket e che anche il calcio può ottenere.

Segue a pagina 2

Segue dalla **Prima**

**Valerio Baroncini**



Così coinvolgeremo i lettori

## L'urlo della città per un desiderio e per la storia

**I**l Bologna Fc è una società in salute, sì. Equilibrata e concreta, certo. Ma soprattutto con fosforo e idee, come si vede anche dagli arabeschi disegnati da Thiago Motta. Ma il Bologna Fc è soprattutto Bologna. È comunità. È società. Nel '64, con un pezzo che ormai è leggenda del giornalismo, il nostro Luca Goldoni dipingeva così l'«urlo della città»: «Cominciarono i clacson, le bandiere, i cortei, gli abbracci, le lacrime. In dieci minuti nelle strade non ci si muoveva più: mi accorsi quasi con sgomento, che dalla fine della guerra non avevo più visto uno spettacolo così». Il nostro Luca, che artista. E poi Stefano Biondi, poco più di vent'anni

fa, rispondendo a un lettore: «Guidolin e Baggio per ora sono trattative parallele che presto potrebbero convergere. Verso il Bologna da Champions. L'aria che respira il Bologna, come dice lei, è buona, da alta montagna. Ma (ricorda il finale dell'anno scorso?) basta un niente a trasformare in smog metropolitano questo ossigeno purissimo. Quindi, è giusto che il Bologna pensi prima a conquistarsi un posto in Europa, poi ad allestire una squadra da 'esportazione'. Corsi e ricorsi. È per questo entusiasmo, per questi sogni, per questo desiderio, ma anche per la forza della nostra storia che oggi appoggiamo l'iniziativa di Ascom-Confcommercio ed

Emil Banca. Le vetrine rossoblù sono una delle facce più belle di un romanzo popolare che vi raccontiamo quotidianamente con articoli, reportage, podcast e videointerviste. Con modalità che vi comunicheremo nei prossimi giorni, ospiteremo sul giornale le foto dei negozi 'più rossoblù' di città e provincia e daremo la possibilità ai lettori di segnalarci le loro attività del cuore. Lo faremo fino alla fine, perché crediamo nel sogno. Rivogliamo l'urlo della città. L'aria da alta montagna. Sapendo che comunque, fino alla fine, avremo tutti fatto il massimo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 33-1%, 34-19%

Giancarlo Tonelli

## «Occasione unica anche per il turismo»

«È un ringraziamento a Joey Saputo e a tutti i dirigenti, all'allenatore Motta e a tutti i giocatori. Poi, certo, non ci sfugge l'importanza di guadagnare un palcoscenico internazionale con il piazzamento europeo». Così Giancarlo Tonelli, direttore di Ascom-Confcommercio, lancia l'iniziativa 'Fino alla fine, Forza Bologna', che, da lunedì, colorerà di rossoblù le vetrine dei negozi in città e provincia.

**Direttore Tonelli, perché è importante sostenere ora i rossoblù?**

«Il Bologna sta facendo una grande stagione, e - insieme a Postacchini e Di Pisa, e con il supporto di Emil Banca - voglia-

mo dare un segno tangibile della nostra vicinanza alla squadra fino alla fine del campionato. È un gesto d'amore, che vogliamo diventi visibile a tutti».

**Cosa significherebbe raggiungere l'Europa per la città?**

«L'indotto turistico è cresciuto molto in questi anni e le manifestazioni sportive sono un volano per attrarre visitatori. Alberghi, ristoranti, bar, negozi di abbigliamento possono trarre beneficio da questa visibilità. Un'occasione da sfruttare fino in fondo».

**Cosa deve fare chi intende aderire all'iniziativa?**

«Ognuno si può organizzare autonomamente addobbando la

propria vetrina e inventandosi idee originali di marca rossoblù. Distribuiremo locandine 35x50 centimetri e, a chi ne farà richiesta, 70x100 centimetri, l'iniziativa sarà pubblicizzata anche sul web. E nelle prossime settimane le sorprese non sono finite».

**Andrea Bonzi**

**Il direttore dell'Ascom  
«Rigraziamo Joey  
e tutto lo staff:  
ci regalano da anni  
tante soddisfazioni»**



Giancarlo Tonelli (Ascom)



Peso: 22%

Gian Luca Galletti

# «Una grande festa per tutto il territorio»

**Gian Luca Galletti, presidente di Emil Banca, cosa rappresenta per voi questa iniziativa?**

«Mostriamo vicinanza alla società del Bologna, che per i bolognesi è una fede. Un vero pilastro con il quale siamo cresciuti. Questo è un anno eccezionale».

**Come mai Emil Banca ha deciso di partecipare?**

«Siamo una banca di comunità per la città, e per questo abbiamo deciso di partecipare a questa grande festa, insieme alle istituzioni e alle associazioni che, insieme a noi, rappresentano meglio il territorio, come i

commercianti».

**Anche voi vi colorerete di rosso e blu?**

«Illumineremo la nostra sede, in via Mazzini, di rosso e di blu. La terremo così fino alla fine del campionato, e magari, andando avanti, coinvolgeremo altre filiali. E poi metteremo le locandine dell'iniziativa di Ascom in tutte le nostre sedi».

**Lei crede al sogno europeo?**

«Anche nella partita contro l'Inter, il Bologna ci ha messo il cuore. È una squadra che porta avanti un progetto – andare in Europa – e ci crede. Per Bologna sarebbe una gratificazione

forte e una soddisfazione anche per la città, da un punto di vista del turismo e del commercio. Una grande occasione per fare conoscere Bologna all'estero. Un evento non solo sportivo, ma dai risvolti economici importanti».

**Che clima si respira?**

«In tutto lo stadio c'è un clima che urla 'Bologna', dalla curva alla tribuna. Un clima di speranza e di vicinanza che non si è mai visto: non ricordo un campionato così partecipato, con il sostegno dell'intera città».

**Mariateresa Mastromarino**

**Il presidente di Emil Banca: «Illuminiamo la sede con i colori sociali Ed è solo l'inizio»**



Gianluca Galletti (Emila Banca)



Peso:21%