

# «FORTITUDO, PROPRIETA' PIU' SOLIDA»

**Basket** Segata, presidente della cooperativa Dolce. «La società andava consolidata per dare certezze»

## Massimo Selleri

■ Bologna

«**VOGLIAMO** dare una proprietà forte alla Fortitudo». Lo ripete più volte Pietro Segata, il presidente della cooperativa sociale Dolce, nel momento in cui gli si chiede di spiegare che cosa è Effe Group.

«Abbiamo creato una holding - spiega Segata - aperta alle realtà imprenditoriali che vogliono scendere in campo e condividere la responsabilità di portare avanti una società che nel suo essere sportiva diventi un patrimonio della città».

### Perché una cooperativa sociale decide di avere quote di un club come la Fortitudo?

«Parto dall'impegno di Dolce nello sport. La squadra dei Bradipi che milita nel campionato del basket in carrozzina per muoversi utilizza i furgoni messi gratuitamente a loro disposizione da noi, a San Giovanni in Persiceto diamo il nostro contributo alla società sportiva Vis e ci siamo adoperati per sistemare il campo all'aperto, cosa che stiamo facendo anche all'ex velodromo in via Pasubio, poi supportiamo anche la pallacanestro a Molinella. Non siamo l'unica cooperativa sociale che partecipa a questo progetto e il motivo è semplice: per l'aggregazione e per i messaggi educativi che trasmette, lo sport ha un impatto importante sulla vita della città, a maggior ragione se si parla di Fortitudo. Non è un caso che io sia

anche il presidente dell'Academy, la società che quest'anno ha curato il settore giovanile del club».

### Quale obiettivo vi ponete con questa nuova proprietà?

«Comunque finisce la stagione la società andava consolidata, sia che si vada in serie A sia che si resti in A2, perché se non si è promossi bisognerà provare a disputare una stagione migliore l'anno prossimo. Noi siamo un gruppo che per lo più proviene dal mondo dell'associazione generale cooperative italiane e siamo abituati a lavorare in rete con una apertura totale sul territorio. Per questo cercheremo di coinvolgere nella Effe Group chi condivide con noi l'idea che lo sport diventa un veicolo di promozione nel momento in cui non hai secondi fini, ma vuoi farlo nel miglior modo possibile».

### Gli oltre 5mila di gara-tre contro Agrigento la soddisfano?

«Sono il frutto di un lavoro che società e squadra hanno fatto insieme, ognuno con le proprie competenze. Purtroppo oggi la pallacanestro vive un momento non facile:

se da una parte ha il giusto spazio sulla carta stampata, altrettanto non si può dire per quanto riguarda i circuiti televisivi nazionali e senza visibilità tutto diventa più difficile. Il tema dei diritti televisivi è delicato, ma non possono andare solo al calcio. Sky non ci dà nulla per trasmettere le nostre partite e quando viene bisogna pure dire grazie. Ecco perché dico che serve fare sport senza altri interessi, è solo così che siamo riusciti a riportare tutto il pubblico al PalaDozza, e adesso gli spettatori sono il miglior strumento per promuovere il nostro lavoro e i nostri sponsor».

### Da questo punto di vista il derby, anche in serie A2, potrebbe essere un volano?

«Sarei dispiaciuto se l'anno prossimo si giocasse un derby in A2. Se chiedete a Bonnicioli, vi risponderà che questo non sarà possibile perché noi saremo promossi. Ha ragione lui, bisogna sempre guardare in alto e in ogni caso BasketCity non merita di essere esclusa dalla A».

### I tifosi, un grande patrimonio

«Abbiamo riportato il pubblico in piazza Azzarita: dobbiamo crescere a livello televisivo»

**GRINTA** Nazareno Italiano, sempre uno dei più determinati in campo (Schicchi). Nel tondo: Pietro Segata, presidente della cooperativa Dolce



Peso: 44%