

# Gli arbitri sfoderano il cartellino arancio

**A**RBITRI VENDUTI. Mai più un insulto da ultras, bensì una constatazione. Già dalle prossime partite i giudici di gara avranno lo sponsor sulla maglia. Saranno il simbolo della zucca e i marchi Conto Arancio e Mutuo Arancio ad essere applicati su entrambe le maniche delle giacche dei "fischiotti" e dei loro assistenti.

Questo prevede il progetto "Arbitro Campione", la più grande operazione di sponsorizzazione arbitrale al mondo siglata ieri da **Franco Carraro**, presidente della Federazione Italiana Gioco Calcio, **Tullio Lanese**, presidente dell'Associazione Italiana Arbitri e **Christian Miccoli** e **Luca Prina**, rispettivamente direttore generale e direttore marketing di Ing Direct.

Il progetto è già stato sperimentato in Europa: si è debuttato in Spagna per poi

scendere in campo anche in Germania, Francia e Olanda. Ma è proprio in Italia che l'iniziativa si è "pompata" i muscoli, e ha fatto gonfiare i portafogli consumati dell'istituzioni calcistiche: otto milioni di euro versati dalla banca on line in quattro anni nelle casse dell'Aia e delle 212 sezioni sparpagliate sul territorio nazionale.

Nel rispetto delle disposizioni emanate dalla FIFA, l'operazione "Arbitro Campione" prevede che i fondi ricavati dalla sponsorizzazione di Ing Direct vengano destinati alla formazione, al potenziamento delle strutture e soprattutto alle attività di reclutamento. «Per la Federazione e l'Associazione Italiana Arbitri - ha sottolineato Franco Carraro - si tratta di un passo importante. L'acquisizione di una sponsorizzazione istituzionale rappresenta un modello di riferimento per tut-

te le discipline sportive. Le nuove risorse consentiranno un rafforzamento organizzativo a vantaggio della crescita professionale della categoria arbitrale e dell'intero sistema dello sport italiano».

Per Ing Direct, invece, si tratta dell'ennesimo goal sul terreno della comunicazione: il gruppo si è aggiudicato in un colpo 25 mila testimonial che si distinguono oltre che per un'ottima preparazione atletica anche, cosa rara per chi orbita nel mondo del pallone, per un grande self control.

L'accordo si è concluso grazie al coordinamento di **Francesco Guido Bonetti** presidente della società di consulenza alle strategie di mercato I&B Group, che dopo aver studiato il fenomeno all'estero ne ha confezionato una versione potenziata che meritasse un cartellino... arancio.

ANDREA BIGOZZI

