

FeralpiSalò, le maglie fatte in casa

di Vincenzo Sardu

Nella variegata galassia dei Dilettanti, una cosa del genere non è rara. E' anzi, spesso, un modo per arrangiarsi: fare virtù di una necessità. Il presidente che ha una piccola attività, compra le maglie, ci mette il proprio marchio e via, problema risolto. La cosa cambia, invece, se si passa nel mondo professionistico. Tanto più se a determinare la scelta autarchica per la dotazione di materiali di abbigliamento di gioco, ci sono altre ragioni: dalla volontà di seguire l'intera filiera del brand alla scelta di coinvolgere le realtà produttive locali che costituiscono un importante zoccolo duro del settore in chiave nazionale.

E' questo che ha ispirato la FeralpiSalò, quando ha pensato di

investire (e vestire) in un progetto di branding e consulenza sartoriale "Taylor made", in pratica fatto in casa. Mai nessun'altra realtà pro' del calcio ha fatto altrettanto. Le nuove divise ufficiali del sodalizio non avranno uno sponsor tecnico nella più classica delle accezioni, ma sono autoprodotte. Un sistema di scelta dei tessuti, dei materiali, delle stampe migliori in collaborazione con alcune delle migliori aziende italiane del settore, tutte bresciane.

CAMBIA ANCHE LO STEMMA. Un progetto suggellato dal nuovo stemma (non più lo scudo, ma una silhouette più moderna che richiama la forza e la fame di futuro dei leoni del Garda), primo passo di un cammino rivolto all'anniversario più importante: i dieci anni del club presiedu-

to da Giuseppe Pasini, presidente degli industriali bresciani che lunedì per l'occasione ha presentato anche il nuovo direttore generale, Luca Faccioli (ex Chievo e Novara).

SI FA ALTROVE MA NON NEL CALCIO. Un'esperienza nata anche prendendo spunto da altri sport come il ciclismo, il running, il nuoto. «Abbiamo colto le peculiarità che aiutano queste discipline outdoor, proprio come il calcio, a primeggiare nell'utilizzo di

Faccioli: Nel calcio i risultati arrivano anche grazie al lavoro fatto fuori dal campo

materiali altamente performanti, soprattutto in caso di condizioni climatiche avverse» ha detto la clothing manager Viviana Marcassoli. Un percorso pianificato ed iniziato da una prima fase di ascolto corale del team di lavoro, dai calciatori allo staff, passando dai magazzinieri fino agli addetti alla lavanderia per recepire necessità, per scovare criticità, per accogliere novità. «Siamo ambiziosi. Il nostro obiettivo è il salto di categoria - dice Faccioli - ma i risultati arrivano anche grazie al grande lavoro che si fa fuori dal campo».

Le nuove divise esordiranno durante i due ritiri estivi (a Pinzolo e Temù) nelle amichevoli in programma durante il precampionato con Napoli, Cagliari, Inter Primavera e Spal.



Maglie e stemma

Ecco le novità presentate dalla FeralpiSalò. Nuovo stemma (a destra) e soprattutto le divise da gioco che, rinnovate nel disegno e nella combinazione di colori, sono il frutto di uno studio portato avanti "in casa" e affidato per la realizzazione a importanti aziende locali del settore dell'abbigliamento. In quattro versioni, inclusa quella per i portieri.