

Decisione condivisa: il club biancorosso ha esercitato la possibilità di recedere prevista dal contratto

Bari, addio a Betaland si riparte con Betpoint

Giancaspro divorzia anche dai Ladisa: in arrivo Msc Crociere

DAVIDE LATTANZI

● **BARI.** Cambiano gli sponsor del Bari. Fin dal match di domani con il Novara, non sarà più il marchio Betaland a campeggiare sulle maglie biancorosse, bensì il logo di Betpoint. Ieri, infatti, è giunto l'annuncio dell'interruzione del rapporto tra la società pugliese e la Betaland, tra le principali aziende di gaming a livello nazionale. «FC Bari 1908 S.p.a. ed Oia Services comunicano che il rapporto contrattuale che lega il marchio Betaland alla maglia del FC Bari è cessato», recita la nota diffusa dal club biancorosso. La società sportiva tiene, inoltre «a precisare che la decisione di interrompere la partnership con la società Oia Services Ltd titolare del marchio Betaland è stata con quest'ultima condivisa ed è il frutto di reciproche valutazioni esclusivamente commerciali compiute dalle due società. FC Bari e Oia Services LTD fanno sapere che i rapporti tra le due società rimangono cordiali e non si esclude che in futuro possano avviarsi nuove forme di collaborazione commerciale».

Non c'è stata, dunque, alcuna rottura traumatica o causata da fattori economici. Nel contratto tra le società, infatti, era inserita una possibilità di recesso che la società di Cosmo Antonio Giancaspro ha ritenuto opportuno esercitare. Sempre ieri, quindi, è stata ufficializzata la nuova partnership che vedrà Betpoint come main sponsor dei galletti. «Betpoint s.r.l., concessionario dei Monopoli di Stato per i giochi a distanza, è il nuovo main sponsor del Football Club Bari 1908», comunica

il Bari. «L'accordo sarà valido fino al termine dell'attuale stagione ed è la migliore occasione per Betpoint per lanciare l'operazione di rebranding legata al nuovo logo che fa della essenzialità la propria principale caratteristica».

Betpoint ha sede a Bari: i concessionari sono i fratelli Simone. Si tratta di uno storico operatore per la raccolta di giochi pubblici regolamentati dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli ed offre ai suoi utenti una piattaforma tecnologica proprietaria che garantisce una esperienza di gioco completa attraverso il proprio sito internet e le numerose applicazioni per smartphone, avendo cura di promuovere iniziative sempre rivolte ad un gioco sano e responsabile. La fase negoziale e contrattuale è stata seguita per FC Bari 1908 Spa dalla società Password e dall'avvocato Vincenzo Acquafredda, socio dello studio legale Trevisan & Cuonzo di Milano. Pare che tra il Bari e Betpoint ci sia già un ac-

cordo di massima per rendere la collaborazione più ad ampio raggio, prolungando l'intesa quantomeno all'intera prossima stagione.

Le novità, tuttavia, non riguardano soltanto il main sponsor. Cambiamenti sono in atto pure sui partner del settore giovanile. Da una decina di giorni, infatti, la Ladisa ristorazione non è più lo sponsor del vivaio biancorosso. Anche in questo caso, l'interruzione del rapporto è avvenuta su base consensuale. La Ladisa, peraltro, aveva già sponsorizzato i baby biancorossi nella stagione 2014-15, ovvero il primo campionato post falli-

mento. Sarà, tuttavia, un altro partner d'eccezione ad affiancare il settore giovanile barese. È imminente, infatti, la definizione dell'intesa con la Msc crociere. L'ufficialità potrebbe arrivare nei prossimi giorni.

I FRATELLI SIMONE

Il nuovo accordo sarà valido fino alla fine della stagione in corso

ALTRA VARIAZIONE

E nel settore giovanile non ci sarà più l'azienda di ristorazione



CHANCE Vittorio Parigini potrebbe partire nuovamente titolare

