

SPORT

QUOTIDIANO

www.sportquotidiano.com - E-mail: info@sportquotidiano.it
VICENZA - VIA CASAR... 25393 - FAX 0444.525401 - SPORT... -6946 SPORT (Vicenza)

RIGONI GIOVANNI

Lavorazione marmi

36015 SCHIO (VI) - Via Braglio, 64
Tel. 0445 575676 - Fax 0445 576064



BIANCO&ROSSO

di paola ambrosetti

Il termine mercato, in economia, indica il luogo (anche in senso figurato) e al contempo anche il momento in cui vengono realizzati gli scambi economico-commerciali di materie prime, beni, servizi, denaro, strumenti finanziari e via dicendo.

Secondo poi una definizione scientifica (come ad esempio nel campo dell'economia politica), il mercato è l'insieme della domanda e dell'offerta, cioè degli acquirenti e dei venditori.

Anche il mondo del pallone, da sempre, non poteva rinunciare ad avere un suo mercato o, meglio, addirittura due considerando i periodi di svolgimento dello stesso: in estate quando si allestiscono le squadre e a gennaio (il cosiddetto mercato di riparazione) quando le società cercano di rinforzare gli organici. Acquisti "last minute" o, a volte, veri e propri "colpi" in grado di far sognare i tifosi.

Il Vicenza, come ha ricordato nei giorni scorsi il direttore generale Andrea Gazzoli, ha chiuso il suo mercato con una quindicina di operazioni tra arrivi e partenze: alcune delle quali passate sotto silenzio altre, vedi il prestito di Maritato al Como, che hanno acceso maggiore curiosità e qualche discussione.

Del resto da sempre, pure in casa biancorossa, ci sono state operazioni finite alla... storia: dall'acquisto di Paolo Rossi, soffiato alle buste alla Juventus per una cifra allora considerata fantasmagorica (poco più di due miliardi e mezzo delle vecchie lire) all'ingaggio di calciatori passati nel dimenticatoio senza lasciare traccia se non fosse per le statistiche degli annali del calcio. Ci vengono in mente Marco Negri, preso dagli scozzesi del Glasgow Rangers dopo un anno che non giocava con il risultato di segnare un gol (e pure casuale) in nove presenze in campo (correva l'anno 2000) oppure il danese Marc Nygaard (stagione 2003-2004) che forse soltanto le tifose biancorosse ricordano, ma per il fisico... statuario.

"Pezzi d'antiquariato" obietterà qualcuno. Di certo, e torniamo ai giorni nostri, il Vicenza è tornato a guardare verso l'alto, ma non solo per i suoi colpi di mercato. O, meglio, per quelli fatti a settembre (Di Gennaro, Moretti e Cocco su tutti, a cui aggiungere naturalmente Ragusa quando sarà recuperato dall'infortunio) più che per gli ultimi rinforzi (Manfredini, Vita, Petagna e Spinazzola) che devono ancora dimostrare (per ovvie ragioni di tempo) le loro qualità.

A far sognare sono i risultati, il pareggio di Latina seguito dai successi con Trapani e Ternana, il rinnovato feeling che si è creato con la tifoseria e con l'intera città e, soprattutto, la giusta alchimia che è riuscita a trovare mister Marino. Arrivato a fine ottobre a sostituire Gianni Lopez, una vera e propria bandiera del Vicenza, senza tanti proclami ha dimostrato di avere capacità e carisma per prendere per mano una squadra, dandole una precisa fisionomia in campo ed una personalità che mancava da tempo. Chissà, forse il vero colpo di mercato è stato proprio lui.



Tennis

I Comunalì Vicenza lanciano una sfida tutta... nuova

FANTASIA TECNICI SOGNARE



Banca Popolare di Vicenza

Tradizione e futuro

www.popolarevicenza.it



di Cos'è Murigno
La campagna acquisti invernale si è conclusa senza che il Vicenza riuscisse a mettere le mani su Riccardo Improta. Ma siamo sicuri che sia un fallimento? Secondo noi no. E vi daremo solide argomentazioni tecniche per motivare questa opinione. Improta, al momento, è il cambio di Sansone al Bologna. Ed è una storia che si ripete, perché in precedenza l'attaccante aveva dovuto cedere il passo a Maciste, Ercole e Spartacus. E fidatevi, a Vicenza non sarebbe andata diversamente: l'elfo Cocco, lo hobbit Giacomelli ed il goblin Laverone lo avrebbero confinato in un'anonima terra di mezzo. Meglio prenderla con filosofia e leggerezza. Un po' come ha fatto il fotografo Toscani definendo alcolizzati i veneti. Viene quasi da ridere pensando a dov'era ubicata quell'azienda che ha sponsorizzato importanti società sportive e che due lire le ha garantite all'arguto professionista. Ma il mondo va così: l'alto degli avvinazzati puzza, la pecunia no. E quindi ci sono gran bevitori, che bevono in casa e bevono fuori, e piccoli uomini, che si rendono ridicoli in casa e che si rendono ridicoli fuori.

CAFFÈ VERO

www.caffevero.it