



Trionfa Nerio Risi

La macelleria batte tutti

«Sempre con i rossoblù Grazie ai nostri clienti»

Quasi 900 preferenze per lo storico negozio di via Amaseo, in San Donato
La gioia del titolare: «Il mio sogno? Diventare sponsor del Bologna»

di **Mariateresa Mastromarino**

In via Amaseo, nel cuore del Quartiere San Donato, c'è una macelleria che occupa il civico 23 da mezzo secolo. Una realtà tifosissima dei rossoblù, che è l'anima della zona in cui opera da 51 anni. «Il senso di comunità è la cosa principale che emerge da questa iniziativa», spiega il vicedirettore del *Carlino*, Valerio Baroncini. Parole che incarnano alla perfezione il legame della macelleria con il territorio e con la sua comunità. Un legame così forte, da permettere a Nerio Risi di vincere il contest 'Vetrine rossoblù', lanciato da Confcommercio Ascom, con *Carlino* ed Emil Banca. L'emozione di Risi, accompagnato dalla moglie Laura Alberti e dai nipoti, fa fatica a contenersi, soprattutto durante la premiazione in Terrazza Bernardini.

Risi, come si sente?

«È una grossa soddisfazione, e per questo dobbiamo fare tanti ringraziamenti, partendo dalla nostra associazione, Confcommercio Ascom, e dal *Carlino*, che ha pubblicato la nostra vetrina. Ma il merito è anche di altre persone...»

Chi?

«I nostri clienti di San Donato e San Vitale, che hanno reso possibile questa vittoria. Abbiamo ottenuto ben 876 voti: abbiamo coinvolto l'intero quartiere.»

Come avete allestito la vostra vetrina?

«Abbiamo posizionato due palloni, scarpe e magliette sulla vetrina, con anche una grande bandiera rossoblù. All'interno, abbiamo posizionato due latte d'epoca, decorate con le foto del Bologna. E abbiamo utilizzato diversi nastri con i colori della squadra.»

Siete veri tifosi?

TIPO DI FAMIGLIA

«I miei nipoti vanno allo stadio, sono abbonati in tribuna lo seguono le gare in tv»



La premiazione di Nerio Risi, accompagnato ieri dalla moglie e i figli

In cima al podio

REALTÀ DI QUARTIERE



La vetrina più votata

«Una grande soddisfazione»

«Abbiamo posizionato due palloni - spiega Nerio Risi - , scarpe e magliette sulla vetrina, accompagnando la scenografia con una grande bandiera. All'interno, invece, abbiamo posizionato due latte d'epoca, decorate con tante foto del Bologna calcio.»

«Decisamente. Abbiamo sostenuto il Bologna calcio, mantenendo sempre alto il livello. I miei nipoti vanno allo stadio, mentre io seguo le partite dalla televisione. Abbiamo vissuto il Bologna a pieno, tanto nel bene quanto nel male. Ora ho un ultimo desiderio».

Quale?

«Diventare sponsor con la mia macelleria del Bologna». Risi ha vinto una targa realizzata dal *Carlino*, un abbonamento al giornale, una pergamena di partecipazione e anche un quadro realizzato da Ascom, rappresentante proprio la vetrina della macelleria. Secondi a parimerito, invece, sono arrivati l'Hotel Savoia Regency e Boutique Hotel Calzavecchio, la Torre Prendiparte, Garage Marconi, Edicola Carella e Cartec Buffetti; Studio Tolomelli, Car Concessionaria, **Caab** e Adesso Pasta. Tutti hanno vinto la pergamena e l'abbonamento digitale al *Carlino* di un mese.

PASSIONE DI UNA VITA

«Abbiamo vissuto la squadra a pieno, tanto nel bene quanto nel male»



Il secondo posto, a parimerito con altre realtà, per l'Edicola Carella



Secondo posto anche per Torre Prendiparte e Boutique Hotel Calzavecchio



I riconoscimenti al Nuovo Bar Sorriso e Lasuite Café



Da sinistra: Centro Ottico Pianoro e Camplus Bononia