

Finito il countdown per il Circolo Posillipo

Oggi si vota per eleggere il nuovo presidente

NAPOLI. È finito al Circolo Posillipo il countdown iniziato con le dimissioni irrevocabili rassegnate il 16 ottobre scorso da Maurizio Marinella. Stasera, infatti, l'assemblea dei soci effettivi del sodalizio rossoverde voterà per eleggere il nuovo presidente, i due vicepresidenti e il consiglio direttivo. Due i candidati per il vertice della governance: Bruno Caiazzo e Umberto Ritondale. Il primo si presenta con Marco De Ruggero e Antonio Recano, rispettivamente come vicepresidente amministrativo e sportivo. Il secondo con Pasquale La Ragione e Giorgio Ceriani. Bruno Caiazzo, ingegnere, è già stato al vertice del Posillipo dal 2008 al 2012. È stella al merito Sportivo; è stato pallanuotista dal 1959 al 1972; ha ricoperto cariche regionali e nazionali nel settore nuoto e pallanuoto a partire dal 1972. Attualmente è consigliere Nazionale della Federazione Italiana Nuoto per il quadriennio 2013-2016. Umberto Ritondale, Agente generale di primarie compagnie di assicurazioni, è stato presidente del Posillipo dal 2001 al 2006 e due volte vice presidente amministrativo. I due candidati si sfidano sul programma. Quello di Caiazzo si articola su 7 punti tra cui il miglioramento della coesione sociale, lo sviluppo della pratica sportiva, l'acquisizione di risorse finanziarie aggiuntive, sia con l'ulteriore sviluppo dell'attività di ricerca di sponsor grandi e piccoli basata su metodi professionali, sia con politiche di merchandising attraverso la gestione commerciale del prestigioso marchio del Circolo, la riduzione del 20% della spesa per rimborsi e borse di studio, la creazione di "gruppi di lavoro" per settori di competenza i quali affiancheranno il Consiglio Di-

rettivo con una funzione di consulenza ed operatività.

Ritondale punta a restituire credibilità e immagine al Circolo. Per questo il suo programma si fonda essenzialmente sul risanamento economico che passa anche attraverso la conquista di nuovi soci senza procurare la fuga di quelli esistenti. Anche per lui il marketing e il merchandising hanno una funzione strategica.

MIMMO SICA

