

Volley. La campagna abbonamenti: nel pacchetto il campionato con tutti i playoff e la Champions a Belluno

Sisley, emozioni marchiate sulla pelle

Gravina: «Interattività e spirito di appartenenza, le nuove frontiere»

Un marchio stampato a fuoco sul corpo, una passione che invade l'anima. È l'identikit del tifoso che la Sisley vuole catturare nella prossima stagione, che partirà il 24 ottobre con la prima di campionato in casa contro Forlì. Un'annata pallavolistica intensa per gli orgranata.

Fatta di 40-45 partite di cui la metà da seguire in casa tra Palaverde (campionato) e Belluno (Champions League); e per fidelizzare i propri appassionati la società orgranata ha pensato bene di andare a toccare le corde dell'appartenenza, non solo territoriale, ma anche sentimentale. «Tifare una squadra è sentirselo nella pelle — le parole del procuratore generale Pasquale Gravina — Per questo abbiamo deciso di puntare su un genere di comunicazione innovativa cercando di risvegliare nei tifosi un senso di appartenenza a questa società».

Le immagini e soprattutto il video che attira l'attenzione e la curiosità vede tre giocatori

A FUOCO
«Fox» Fei con la Sisley ed il numero tatuati sul petto nudo



(Alessandro Fei, Robert Horstink e Giorgio De Togni) mentre eseguono gesti atletici come attacco, ricezione o muro: i 3 sono a torso nudo con impresso in petto il proprio numero di maglia e il logo Sisley stampato sul cuore. A realizzare il progetto la Manifactory, piccola ma abile azienda trevigiana di

design della comunicazione.

I costi dell'abbonamento, che comprende pure i playoff, parte dagli 80 euro in gradinata sud, 130 distinti, 250 centrali e 470 euro dei supercentrali, con il prezzo vantaggioso di 50 euro per gli under 20. «I prezzi sono rimasti invariati anche se nel pacchetto quest'anno è compre-

sa la Champions — ha continuato Gravina — Adesso studieremo come agevolare i tifosi di Treviso per le partite a Belluno. Favoriamo anche le famiglie: dal secondo abbonamento si ha il 10 per cento di sconto».

Diverse le novità in materia comunicativa: dalla pagina ufficiale su You Tube ai tifosi... telecronisti. «Stiamo investendo su una comunicazione innovativa. Aumenteremo l'interattività con interviste, conferenze e rubriche settimanali su internet. Questo, ma non solo: abbiamo diverse cose in cantiere che cercheremo di mettere in pratica. Quando rientreranno i nazionali dal mondiale terremo anche la presentazione in una piazza di Treviso».

Ricco anche il programma del precampionato con 8 incontri già calendariati, di cui 3 al Palaverde (Verona 22/9, Modena 6/10 e Piacenza 14/10). Si parte il 15 settembre a Piacenza.

(Emanuele Spironello)

