

A2 - ILLUSTRATI I TERMINI DELLE OFFERTE PER LA PROSSIMA STAGIONE

Roseto, nuove strategie di marketing e sponsorizzazioni

► ROSETO

Mentre lo staff tecnico degli Sharks è impegnato nella costruzione della squadra, si sta parallelamente muovendo anche l'altra parte del club, meno visibile agli occhi dei tifosi, ma non meno importante, visto che sta tessendo le alleanze strategiche di sponsorship. Del resto, finito l'accordo con "VisitRoseto.it", le canotte sono in cerca di uno sponsor, magari abruzzese, che voglia legare il proprio nome ad una squadra che è rimasta tra le pochissime in regione a giocare in un campionato di serie A. E' il presidente Cimatori ad illustrare i motivi di questa nuova strategia: «Ab-

biamo sentito l'esigenza di curare meglio marketing e nuove sponsorizzazioni; per questo abbiamo fatto un accordo con la Spinosi Marketing, scelta insieme al dottor Brocco della Liofilchem, che ne supervisionerà i lavori».

Sicuro che questa sia la strada giusta per un buon futuro è Fabio Brocco: «Confermo l'impegno della mia società, anche a livello organizzativo. Vogliamo supportare Roseto, restituendole valore promuovendo soprattutto tra i giovani, la cultura positiva dello sport. Il concetto di restituire al territorio attraverso la responsabilità sociale lo vogliamo condividere con tutte le realtà, che tramite gli

Sharks, godrebbero di un palcoscenico unico: nessun altro in Abruzzo, ha un impianto al coperto da oltre 4.000 posti, con una squadra impegnata in un torneo importante, che tocca le principali città». Registrato anche il supporto all'operazione da parte dell'associazione "I Love Roseto Sharks", è Lorenzo Spinosi a raccontare direttamente le strategie: «Abbiamo creato gli strumenti per presentarci al meglio agli investitori, con la voglia di creare qualcosa di importante; ai potenziali nuovi sponsor, proporremo pacchetti di sponsorizzazione modulabili, che vanno dai 500 euro per le realtà più piccole, per poi via via salire fino ai 50mila euro

per gli accordi più importanti. E poi abbiamo tanti altri progetti, come il game sponsor, il nuovo sito internet che partirà a fine mese, potenzieremo il merchandising, e non ultimo partiremo con la prossima campagna abbonamenti, anche qui con tante novità». Quest'ultimo punto sarà fondamentale, il botteghino per gli Sharks pesa come un main sponsor: «Questa è la vera forza di Roseto, città con una passione fuori dal comune per il basket, capace con gli abbonamenti di far da base per la costruzione del roster», conclude Brocco anticipandone l'imminente apertura.

Marco Rapone
© RIPRODUZIONE RISERVATA
