

LAVORI IN CORSO

Intrattenimento show E arrivano gli sky box

Lavori in corso al PalaEuroImmobiliare



La "casa" del Legnano Basket

Lavori in corso anche per migliorare logistica e contenuti del PalaEuroImmobiliare, sempre più casa degli Knights in vista del terzo anno consecutivo di serie A2 disputato a Castellanza. Dal punto di vista del coinvolgimento dello spettatore, il presidente **Tajana** vuole implementare ulteriormente il "contorno" della partita, unico nel suo genere in Italia sulla falsariga degli *show* "pre, durante e post gara" tipici della NBA: l'obiettivo è aggiungere *entertainment* all'americana, trasformando il *parquet* del PalaEuroImmobiliare.

Previste anche novità per i tifosi più tecnologici: si potranno ricevere sul cellulare aggiornamenti live tra statistiche e curiosità legate alla partita per rendere ancora più fruibile lo spettacolo e

offrire sempre più visibilità ai *partner* commerciali di un Legnano Basket deciso a massimizzare le opportunità per i suoi "compagni di viaggio".

Dal punto di vista logistico, la rimozione dei canestri laterali sui due lati lunghi del campo consentirà la creazione di un massimo di cinque spazi: la prima novità sarà relativa all'allestimento di due Sky Box nell'area dietro la Tribuna Rossa, creando un altro spazio dedicato a sponsor e ospiti vip dopo le "poltronissime" allestite nel 2015/16 a bordocampo dietro il canestro opposto alla tribuna stampa. Sono inoltre allo studio altri interventi relativi a biglietteria e spogliatoi per gli arbitri.

D'altro canto, senza più la spada di *Damocle* regolamentare della capienza che rischiava di costringere Legnano ad un trasferimento forzoso in grado di mettere a repentaglio l'intero progetto Knights, il club del presidente **Tajana** ha tutte le intenzioni di abbellire sempre di più quella che sarà la sua casa a lungo termine. Anche se l'indice di riempimento del 2015/16 (media a 1.712 spettatori, nonostante una capienza ufficiale a quota 1.700, a dispetto delle sole 4 vittorie casalinghe su 15 partite) dimostra quanto stia "tirando" il fenomeno Europromotion tra tutti i cestofili della zona.

