

# **Attaccato ai nostri colori Presentata la Campagna Abbonamenti 2010-11**

## **Attaccato ai nostri colori**

*Presentata la Campagna Abbonamenti 2010-11*

### **Giovedì 1 luglio 2010**

E' stata presentata oggi, giovedì 1 luglio, nel primo giorno della nuova stagione, la Campagna Abbonamenti 2010-11 della Teramo Basket. Davanti ad un nutrito pubblico di giornalisti e tifosi sono stati svelati manifesto, spot video e spot radiofonico, tutti incentrati sul claim "Attaccato ai nostri colori".

L'intervento di apertura della presentazione è stato quello del Direttore Marketing e Comunicazione biancorosso, Massimo Nardi: "Come da tradizione apriamo con il messaggio ai nostri tifosi, il patrimonio più prezioso per continuare a scrivere questa storia bella, appassionante, un po' incredibile e un po' magica. Dopo 9 anni di costante crescita, l'obiettivo è fidelizzare chi era già con noi e cercare di attrarre nuovi appassionati".

Michele Russo, Amministratore Unico di Mirus, ha indicato le linee guida del messaggio: "Il rischio che la Teramo Basket non può permettersi è vedere in qualche modo sopito l'entusiasmo del suo pubblico, che è sempre stato un grande punto di forza di questa società: l'attaccamento alla maglia rappresenta una sorta di chiamata alle armi per ogni tifoso che ha a cuore i colori biancorossi. A lavorare sul messaggio e sulle varie attività di comunicazione è stato un team che ha visto collaborare con Mirus professionisti da tempo legati alla Teramo Basket, come Piero Assenti per la veste grafica, Maurizio Anselmi per quella fotografica e Gustavo Ferraioli per quella video. Abbiamo accettato questa bella sfida confidando di poter portare il nostro contributo per una nuova stagione di crescita".

Dopo il saluto di Vincenzo Montani in rappresentanza di Banca Tercas ("Il legame con questa società è sempre più profondo, quasi indissolubile, e in esso sono presenti sia le ragioni del cuore che le strategie commerciali, entrambe soddisfatte dai risultati di questi anni"), Massimo Nardi ha illustrato novità e benefit della campagna: "Lo Special Price premia gli abbonati della scorsa stagione riconoscendo loro uno sconto sulla nuova sottoscrizione, se effettuata entro il 30 luglio; vecchi e nuovi abbonati riceveranno in omaggio una t-shirt che simboleggia la propria adesione e il proprio sostegno alla nostra realtà; il diritto di prelazione ha termini più lunghi, visto che si può effettuare fino al 23 luglio. Sono stati confermati la rateizzazione del pagamento per i correntisti Banca Tercas, la Formula Famiglia che permette un ulteriore risparmio ai nuclei familiari, il servizio informativo gratuito via sms, e il blocco dei prezzi, che da 5 anni non vengono ritoccati verso l'alto".

La chiusura del Presidente Antonetti ha fatto nuovamente leva sullo spirito di appartenenza: "Non a caso il primo giorno della stagione è dedicato al primo e più importante alleato di questa società, il proprio pubblico. La nostra realtà continuerà a esistere e fare qualcosa di grande finché l'entusiasmo dei tifosi la accompagnerà, e l'attaccamento ai colori biancorossi è proprio il simbolo di ciò che ci tiene uniti nonostante passi il tempo e cambino i protagonisti sul parquet. Per questo abbiamo voluto dare un segnale di riconoscenza a quanti hanno sposato il nostro progetto già da qualche tempo. Sono certo che anche nell'anno che va ad iniziare verrà centrato il risultato più bello, quello di dare un motivo di aggregazione e condividere emozioni con un grande numero di persone".