

SPAL

Testimonial, le istruzioni per l'uso

«Uniti per la Spal» è lo slogan della campagna aperta dalla Btb Inside di Luca Targa per aiutare Tomasi a coinvolgere il tessuto economico locale nel sostegno della Spal. «L'obiettivo è creare sinergie con importanti realtà cittadine in modo che grazie alla Spal commercianti e imprenditori possano realizzare business», dice Targa. «Per ritornare ai vertici del calcio professionistico la Spal ha bisogno, oltre che di un imprenditore con un'attività fiorente come è Tomasi, e allo sponsor Cassa di Risparmio, anche del contributo di tutte le piccole e medie imprese della zona».

Allo scopo la Btb ha predisposto cinque «pacchetti» con differenti caratteristiche e prezzi per le aziende che sceglieranno di essere sponsor della Spal. Si va dalla formula Top, la più articolata, che comprende un mix completo di abbonamenti per tre persone nelle poltrone centrali, biglietti, partecipazione ad eventi correlati, presenza nel sito della Spal, possibilità di avere un giocatore come testimonial e altri vantaggi, alla formula Vip Club, la meno costosa. Poi a Natale la Btb conta di aprire un punto vendita per il merchandising Spal che darà la possibilità agli imprenditori che lo vorranno di partecipare alla gestione del negozio. Intanto ci si può sbizzarrire nella scelta del testimonial. Sesa, leader dall'accento tedesco, sarà conteso dalle concessionarie Mercedes e Bmw? Nordi ha «lancio» per l'anguilla doc, Turone per il pesto. Ci fosse ancora Cavallo...