

Presentata la campagna abbonamenti 2009-2010: solo 5 centesimi in più a partita dello scorso anno "Ventuno battaglie" a portata di tutte le tasche

CESENA- "Pronti per altre 21 Battaglie" ad un prezzo agevolato. In quest'unico slogan potrebbero esseri racchiusi sia la filosofia che la strategia di marketing della campagna abbonamenti 2009/10 del Cesena, presentata ieri mattina nella sala stampa del Manuzzi e pronta ad aprire i battenti da lunedì 13 luglio. La società bianconera ha voluto ribadire ancora una volta un concetto a lei caro, l'importanza del pubblico quale dodicesimo uomo in campo, presentando ai suoi tifosi un'offerta veramente vantaggiosa. Il prezzo della tessera intera per la curva e il settore distinti, nonostante il salto di categoria, costerà infatti 150 e 320 euro, poco più della scorsa stagione (50 centesimi a partita) e addirittura meno (5 e 10) rispetto all'ultimo campionato di serie B di due anni fa. Sono stati poi confermati lo sconto "rapidità" del 20% per i tifosi che sottoscriveranno l'abbonamento entro le prime due settimane e il diritto di prelazione per i vecchi abbonati



La presentazione della campagna abbonamenti 2009-2010 Foto Casalboni

(scadenza fissata per il 25 luglio). In virtù del successo riscosso un anno fa, vengono riproposte anche le promozioni "friends" - un vecchio abbonato può far sottoscrivere la tessera ad un amico ad un prezzo irrisorio, 45

per la curva e 60 per i distinti, over 65 (distinti a 103 -) e "speciale donne" (curva a 85 -). I giovanissimi under 14 potranno invece ammirare le gesta dei bianconeri pagando appena 15 euro - 72 - per i ragazzi nati nel

92' e 93' - e in compagnia dei loro padri, anch'essi agevolati da una tariffa speciale (195 nei distinti inferiori). "Un bel modo di creare un'atmosfera gioiosa al Manuzzi e tramandare la passione per questi colori di padre in figlio" sottolinea il vicepresidente bianconero Luca Mancini.

Avvalendosi di nuove importanti e proficue partnerships, il Cesena potrà offrire ulteriori vantaggi ai suoi tifosi. Ogni nuovo abbonato, semplicemente mostrando la tessera o la ricevuta di pagamento della stessa, potrà entrare gratis per tutta l'estate nel parco divertimenti Aquafan di Riccione. Al momento della sottoscrizione dell'abbonamento in uno dei 29 sportelli della BRC (Banca Romagna Cooperativa) riceverà invece in omaggio la sciarpa ufficiale del Cavalluccio e, se cliente o correntista della banca, avrà anche la possibilità di posticipare il pagamento a fine campionato. Il club di Corso Sozzi potrebbe inoltre stipulare a breve altri accordi

commerciali con aziende e realtà del territorio, perciò non vanno escluse ulteriori successi novità e promozioni.

Insomma, la società romagnola, come ricorda Mancini, "ha davvero fatto il massimo per richiamare i tifosi allo stadio", cercando di "venir incontro, in un periodo di crisi come questo, alle esigenze di famiglie e giovani". Soltanto così, infatti, sarà possibile superare quota 6000 abbonati, obiettivo dichiarato del club. Perché il Cesena, ribadisce l'ad Della Vedova, "ha bisogno più che mai del calore e spinta dei suoi sostenitori, già fondamentale per i successi della scorsa stagione e di tutta la storia bianconera". E allora prepariamoci a vivere queste 21 Battaglie insieme a Schelotto e Do Prado, l'ultima azzeccatissima new entry della passata stagione e il primo botto di questa finestra di mercato, l'argentino e il carioca: ammirare le loro magie costerà veramente poco.

Michael Vittori

I PREZZI

Ci sono ottimi sconti per chi gioca d'anticipo

CESENA. Dal 13 al 25 luglio, i tifosi possono contare sullo "sconto rapidità". In curva l'abbonamento scontato costa 120 euro (150 per l'intero dal 27 luglio), nei distinti 256 (anziché 320) e 428 in tribuna numerata (invece di 535). Dopo il successo dello scorso anno, continua la promozione dell'abbonamento "friends": prezzo speciale (45 euro per la curva, 60 per i distinti) per i nuovi abbonati, presentati da chi ha in possesso la tessera 2008-2009 ed ha rinnovato l'abbonamento. I distinti inferiori verranno riservati ai giovani under 14, che potranno sottoscrivere l'abbonamento a 15 euro: sconto anche per i padri degli abbonati junior, che riceveranno la tessera con 195 euro (le madri con 110). Prezzi ridotti anche per le donne (85 in curva, 110 nei distinti e 132 in tribuna), mentre per gli over 65, l'abbonamento nei distinti è di 103 euro. (a.go.)

CESENA. Se nella scorsa stagione l'obiettivo del Cesena era «dare tutto», quest'anno il mondo bianconero si prepara ad affrontare «altre 21 Battaglie», tante quante le gare casalinghe dei ragazzi di Bisoli. Questo è lo slogan della campagna abbonamenti 2009-2010, con Do Prado e Schelotto testimonial d'eccezione sulle locandine. «Se noi ora ci troviamo a tifare per questi colori - spiega il vice presidente Luca Mancini - è grazie alla passione dei nostri padri e dei nostri nonni, che ce l'hanno tramandata nel corso degli anni. Ora vogliamo continuare così, trasmettendo l'amore per il Cesena ai nostri figli. Questo è il nostro obiettivo: portare tanta gente allo stadio, che sostenga la squadra e che si riveli il dodicesimo uomo in campo. Vorremmo vedere sempre più giovani e famiglie al Manuzzi, per dare un'immagine del tifo sempre più positiva e gioiosa».

GLI ABBONAMENTI

Lunedì comincia la vendita: la sfida è superare quota 6.000

Si parte lunedì. Il fischio d'inizio per sottoscrivere gli abbonamenti è fissato per lunedì prossimo e, fino a sabato 25 luglio i tifosi godranno di un 20% di sconto sul prezzo di vendita. «I prezzi so-

no contenuti ed inferiori rispetto all'ultima stagione in B del Cesena - spiega l'amministratore delegato bianconero Luca Della Vedova - In curva e nei distinti, i nostri supporters spenderanno per l'abbo-

namento, rispettivamente 5 e 10 euro in meno, a confronto con la stagione 2007-2008. Gli aumenti rispetto a un anno fa sono stati minimi: passando dalla Lega Pro alla B il costo per partita è cresciuto

solamente di 50 centesimi. Con queste tariffe, puntiamo a superare quota 6000 abbonati, nonostante questo periodo di crisi economica».

Le promozioni. Inoltre i possessori dell'abbonamento potranno godere di diversi vantaggi. Per tutta l'estate infatti, presentando la ricevuta o la tessera all'ingresso, i tifosi del Cesena potranno entrare gratuitamente all'Aquafan di Riccione. Un'altra nuova partnership del Cesena è quella avviata con la Banca Romagna Cooperativa, che garantirà ai propri correntisti una sciarpa bianconera al momento della sottoscrizione e l'opportunità di pagare l'abbonamento anche a fine campionato.

Dove abbonarsi. Le tessere saranno in vendita presso il Bar Fiorita, i 20 sportelli della Banca Romagna Cooperativa e presso la biglietteria dello stadio.

Andrea Gori



Il vice presidente Mancini mostra il volantino con gli uomini immagine Schelotto e Do Prado

Cesena Campagna abbonamenti al via, l'obiettivo è quota 6.000 Fra le iniziative l'Aquafan gratis

«**SI RIPARTE**». Con queste parole della responsabile marketing del Cesena, Nicoletta Tozzi, ieri al "Manuzzi" si sono accesi i riflettori sulla campagna abbonamenti per la stagione 2009-10. «Quest'anno vogliamo superare ogni record — spiega l'amministratore delegato Luca Della Vedova —. L'anno scorso in Prima Divisione gli abbonati sono stati ben 4.800: per questo ritorno in serie B puntiamo a raggiungere quota 6.000». «Vogliamo che il tifo sia il dodicesimo uomo in campo — gli fa eco il vice presidente Luca Mancini —, del resto è sempre stato così. Dopo un anno di sofferenze e sacrifici desideriamo che più gente possibile venga ogni domenica a sostenere la squadra, compresi i giovani e le famiglie, a cui sono indirizzate tante delle iniziative messe in atto quest'anno». A partire dall'abbonamento ad "Aquafan" in regalo a chiunque sottoscriva la tessera; Claudio Villa, a capo del parco divertimenti di Riccione, sottolinea: «Per il resto dell'estate chi si abbonerà potrà entrare gratis ad Aquafan e speriamo che questo sia un bell'incentivo ad abbonarsi». Oltre a sconti ed agevolazioni per i giovani, e anche per i "vecchi" abbonati che portino nuove persone ad acquistare la tessera, chi si abbonerà presso le filiali della Brc potrà usufruire di ulteriori offerte: «Acquistando l'abbonamento presso uno dei nostri 29 sportelli — spiega Davide Valzania, vice presidente della Brc di Cesena — si avrà in omaggio la sciarpa ufficiale del Cesena e chi è correntista potrà pagare la tessera a fine stagione».

Elisabetta Zandoli