

# **Rassegna Stampa**

---

**WAYPRESS media monitoring**



**Stephan Elsner**

<b>La Nuova Provincia Di Biella</b>	17/07/2010	p. 20	Scattata "abbonati d'oro"	1
<b>Stampa Biella</b>	17/07/2010	p. 61	Basket, sulle maglie dell'angelico può tornare il marchio bon pro	2

INIZIATIVA ■ Da mercoledì la campagna 2010/2011

## Scattata "Abbonati d'oro"

**BIELLA** (rar) «I nostri tifosi valgono oro». Queste le parole con cui Marco Atripaldi ha presentato la campagna abbonamenti 2010/2011 di Pallacanestro Biella.

Del resto il motto è "Abbonati d'oro" e l'oro è appunto il colore predominante e lo sarà anche sulle nuove tessere, innovative nella disposizione verticale. Per festeggiare degnamente i 10 anni di permanenza del club in serie A.

«Il pubblico - ha proseguito l'ad rossoblù è sempre stato parte fondamentale della nostra avventura, regalando a tutti noi grandi motivazioni aggiuntive per ripagare di tanta passione. L'oro di questa decima stagione di Serie A non va a noi, ma lo indirizziamo ai nostri tifosi. Mi ripeterò, ma siamo stati la settima squadra del campionato per numero di spettatori e la terza per incassi.

3645 persone di media sono tanta roba, soprattutto per una città come Biella di 46mila abitanti».

La campagna abbonamenti "Abbonati d'oro" è partita mercoledì, con il prezioso supporto di Banca Sella che permetterà la sottoscrizione in ogni giorno della settimana, compresi sabati e domenica. Un ulteriore punto vendita sarà il Pallacanestro Biella Corner all'interno del Kappa Store a "Gli Orsi". E' importante sottolineare che ci sarà il classico periodo di prelazione per gli abbonati della scorsa stagione (dal 14 luglio al 14 agosto), poi una settimana di stop dal 15 al 22 agosto, mentre da lunedì 23 agosto partirà la vendita libere delle tessere. Oltre ai classici benefit (sconti da Angelico, Banca Sella, Bon Prix, Kappa, Scaramuzzi Viaggi), gli abbonati potranno avere ulteriori agevolazioni

che verranno annunciate nelle prossime settimane.

Dunque mercoledì la partenza ufficiale. Come consuetudine sarà possibile sottoscrivere l'abbonamento nelle succursali Banca Sella di Biella e provincia e nelle filiali di: Vercelli, Piazza Risorgimento 23; Novara, Corso Torino 35/37; Ivrea, Corso Nigra 127; Torino, Piazza Castello 127 e Corso Montecucco 59. Per la città di Biella saranno attive le seguenti succursali: Sede, Via Italia 2 (dal lunedì al venerdì dalle 8.05 alle 13 e dalle 14.30 alle 15.30; giovedì orario continuato dalle 8.05 alle 17.20); "Gli Orsi" (lunedì dalle 14 alle 17; da martedì a sabato dalle 10 alle 17.30; domenica dalle 10 alle 15); Piazza Gaudenzio Sella 1 (zona tradizionale dal lunedì al venerdì dalle 8 alle 13 e dalle 14.30 alle 15.30; zona self dal lunedì al venerdì dalle 9.30

alle 18.30 e sabato dalle 8.00 alle 13.30 e dalle 14.30 alle 16.30); Pallacanestro Biella Corner c/o Robe di Kappa Store.

Sia i correntisti che i non correntisti Banca Sella potranno rivolgersi presso le succursali di Biella città e provincia e nelle filiali sopra indicate in orario di sportello e, contestualmente alla sottoscrizione dell'abbonamento, potranno effettuare la pratica per il pagamento rateizzato.

Questi i "nuovi vecchi" prezzi per un posto al Biella Forum: **Tribuna non numerata Verde**, 120 euro-ridotto 75 euro; **Tribuna non numerata blu II anello**, 120 euro-ridotto 75 euro; **Tribuna non numerata Blu I anello**, 190 euro-ridotto 90 euro; **Parterre Blu**, 650 euro-ridotto 300 euro; **Tribuna numerata Rossa centrale I anello**, 450 euro-ridotto 230 euro; **Tribuna numerata Rossa laterale I anello**, 340 euro-ridotto 180 euro; **Tribuna numerata Rossa superiore II anello**, 260 euro-ridotto 135 euro; **Parterre Rosso centrale**, 1.250 euro; **Parterre Rosso laterale**, 1.000 euro; **"Formula Gold"** (4 posti parterre rosso centrale, 1 posto auto parcheggio riservato, accesso alla top hospitality), 8.000 euro.



### UN COLORE DISTINTIVO

L'ad Marco Atripaldi: «L'oro di questa decima stagione in serie A non va al pubblico. I nostri tifosi valgono oro»



**PALLACANESTRO. SI LAVORA ANCHE SUL FRONTE SPONSOR**

# Basket, sulle maglie dell'Angelico può tornare il marchio Bon Prix

Sono giorni in cui si lavora per chiudere i primi accordi di mercato. Ma non solo. In Pallacanestro Biella queste sono ore cruciali anche per definire il nuovo pool di sponsor, che come capita alla vigilia di ogni stagione è destinato a presentare delle sostanziali novità. Se gli uomini che curano il mercato si sono spostati in massa a Las Vegas, il direttore marketing Marco Aloï è rimasto in Italia a lavorare con l'obiettivo di trovare nuovi supporter per arrivare ad allestire il budget utile ad affrontare la nuova stagione. L'andamento delle trattative è in continua evoluzione: «E



Marco Aloï, direttore marketing

in questo momento stiamo rispettando quanto pronosticato a giugno», afferma Aloï che dopo aver incassato la preziosa conferma del lanificio Angelico come main sponsor è prossimo ad annunciare qualche ingresso significativo. Ci sarebbe un accordo corposo: Pallacanestro Biella sarebbe in trattativa per un ritorno in grande stile tra i co-sponsor del marchio Bon Prix, che potrebbe legarsi al basket con un impegno pluriennale.

Secondo Marco Aloï deve regnare l'ottimismo: «Perché dai primi contatti avuti - rivela -, ci sono aziende pronte ad avvicinarsi con un maggiore impe-

gno, ritenendo Pallacanestro Biella un veicolo comunicativo vincente». Anche il congresso organizzato a Pollenzo sta portando i propri frutti e nelle strategie di marketing del club rossoblù l'evento è destinato a ripetersi: «Stiamo lavorando - spiega Aloï -, con l'obiettivo di dare qualcosa in più ai tifosi mediante le sponsorizzazioni, una sorta di doppia gratificazione, presto annunceremo il nostro progetto». Pallacanestro Biella continua a mantenersi radicata sul territorio, cercando di coinvolgere le aziende locali con altre affermazioni su scala nazionale: «Con la possibilità di fare sinergie». Aloï opera in Pallacanestro Biella ormai da un anno e sul Biellese dice: «E' un territorio con grandi margini di crescita, che ha possibilità di diventare un'attrattiva, bisogna saper diversificare». Sul fronte sponsor c'è una trattativa avviata anche per la conferma di Lauretana. [S. ZAV.]

