

## Abbonamenti Samp, prezzi bloccati: “Manteniamo la promessa e aiutiamo i nostri tifosi in tempo di crisi”

di **Redazione**

09 Luglio 2012 - 11:55



**Genova.** Lanciata la campagna abbonamenti 2012-2013, il timone della Sampdoria fa rotta sull'obiettivo 20 mila abbonati, con i prezzi da serie A "invariati da otto anni", la possibilità di ricaricare l'abbonamento in tutta Italia e le nuove opportunità per ragazzi e donne in curva Sud. Il messaggio della società che chiama a raccolta i suoi tifosi è lo slogan che caratterizza la campagna: "La nostra maglia è una seconda pelle".

La fase di prelazione inizierà mercoledì 11 luglio e durerà fino al 1 agosto. "L'abbiamo scelta volutamente lunga per dare la possibilità a tutti di rinnovare l'abbonamento in tutta tranquillità", ha spiegato il responsabile della biglietteria blucerchiata, Sergio Tantillo. Tra le novità di quest'anno: "l'abbonamento sarà caricato in via digitale, caricando in automatico la tessera del tifoso al Sampdoria Point e nell'intero circuito Lottomatica su tutto il territorio nazionale". Senza dimenticare il canale di vendita su internet.

Chi poi non volesse sottoscrivere l'abbonamento avrà la possibilità di fare un voucher a 10 gare con prelezioni per le successive. "Si tratta di un tesserino con foto - aggiunge Tantillo - che segue le linee ministeriali e che il tifoso presso il Sampdoria Point potrà rinnovare per le prime 10 gare casalinghe". Dall'8 agosto al 23 agosto invece prenderà il via la fase delle nuove sottoscrizioni. Nell'intermezzo: la possibilità di cambiare posti "non solo per il proprio settore ma volendo anche per un altro settore, al prezzo di prelazione della tariffa dello scorso anno".

Per gli abbonati i prezzi - ha sottolineato il responsabile biglietteria - sono quelli della scorsa stagione, per i nuovi invece sono gli stessi prezzi dell'ultima volta in A, invariati da otto anni". Novità anche per ragazzi e donne in gradinata sud.

E per una "Sampdoria che vuole essere in strada", la campagna grafica campeggerà in tutta la città su 200 posizioni sparse in tutti i quartieri. Un impatto forte, che rimbalzerà sottoforma di filamto su Samptv, il portale Sampnews, i social network, internet "per portare avanti l'orgoglio della Sampdoria". La campagna vincente è di un'agenzia genovese, e "ha colpito molto sia adetti ai lavori, sia i tifosi". "La nostra maglia è una seconda pelle" è dunque il messaggio di quest'anno. "L'anno scorso avevamo 17 mila abbonati, con una media di 20.858 spettatori esclusi i play off. Se fossimo stati in serie A, saremmo stati ottavi - conclude Tantillo - il nostro è un pubblico di primissimo piano, la società vuole ringraziare e chiamare a raccolta tutti i suoi tifosi".