

(Corriere dello Sport - S.Nicosia) Będzie pięknie. To slogan wybrany przez Giallorossich przy okazji 90 urodzin klubu i który otwiera nową kampanię abonamentów 2017/2018 Romy. Wystartowała 25 maja i natychmiast ruszyła. Dziś, na mniej niż dwa miesiące od startu, jest prawie 19 tysięcy sprzedanych karnetów, z czego 14 tysięcy pochodzi z prawa do pierwokupu. To dobry wynik, nawet bardziej niż dobry w porównaniu do nieco ponad 18 tysięcy abonamentów sprzedanych w poprzednim sezonie.

Na ten pozytywny trend wpływa seria czynników. Z pewnością trzeba wziąć pod uwagę świetny sezon Romy zakończony w maju, który zapewnił drugie miejsce i awans do Ligi Mistrzów. Nie tylko, ustalił też nowy rekord punktów i bramek w historii klubu. Nie jest to jednak tylko kwestia gry i wyników: wróciła publiczność, wróciła Curva Sud ze swoją pasją i ciepłem. Dodatkowy człowiek, jak się mówi.

Jednak nie tylko, klub stworzył też serię korzystnych pakietów: przede wszystkim Rodzina All-In, pakiet przeznaczony dla minimum dwójki dorosłych i dziecka poniżej 14 roku życia, na sektor Tribuna Tevere Sud. Dalej taryfa Junior Club dla dzieci od 14 do 18 roku życia. Podsumowując, klub zaangażował się w serię promocji, aby przywrócić na stadion nie tylko młodych, ale również i w szczególności rodziny. Celem, który postawiło sobie kierownictwo jest osiągnięcie liczby 20 tysięcy abonamentów, liczby, która, biorąc pod uwagę sprzedaż, nie jest daleka od osiągnięcia. Cel jest bliski, biorąc szczególnie pod uwagę zniżki oczekiwane w połowie sierpnia i ostatnich dniach na zakup przed początkiem sezonu, przewidzianym na 20 sierpnia. Klub będzie mógł liczyć na mniej "wiernych" kibiców, którzy poczekają do zakończenia mercato, aby zdecydować jaki kierunek wybrać w oparciu o wydatki Giallorossich.

Autor: abruzzo