

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
--------	---------	------	--------	------

Rubrica	Volley: A1 e A2 maschile			
----------------	---------------------------------	--	--	--

17	Corriere del Veneto - Ed. Padova e Rovigo (Corriere Sera)	28/04/2017	<i>KIOENE "SPOSA" LA PALLAVOLO IL RINNOVO VALE PER TRE ANNI</i>	2
----	---	------------	---	---

Volley

Kioene «sposa» la pallavolo Il rinnovo vale per tre anni

PADOVA #Roadto2020. Traduzione: un percorso triennale di sensibilizzazione in campo marketing e di allargamento del pacchetto azionario della Kioene Padova per aumentare il peso specifico del club di Fabio Cremonese nel panorama pallavolistico nazionale. È questo il senso della serata andata in scena ieri sera a Villa Tacchi a Gazzo Padovano, che ha avuto come fiore all'occhiello il rinnovo triennale di Kioene come main sponsor della Pallavolo Padova. I confortanti dati di pubblico cozzano un po' con i risultati della squadra, quest'anno terzultima in classifica e crollata dopo un ottimo girone d'andata. Il presidente Fabio Cremonese punta ad allargare il numero dei soci, consolidando quelli già presenti puntando sul traino Kioene, che crede fermamente nel progetto: «Vogliamo vedere crescere e maturare non solo una squadra, ma un progetto di marketing sportivo per l'intera città di Padova – confermano i titolari del marchio Kioene, Albino e Stefano Tonazzo - per questo confidiamo di creare un team giovane, capace di maturare, di imparare dai propri errori e di rafforzare i propri pregi». Era il 2012 quando il Gruppo Tonazzo sposò la causa bianconera



diventando main sponsor della società che allora disputava il campionato di **serie A2**. Cinque stagioni di crescita che hanno permesso a Padova di vincere la Coppa Italia di **serie A2**, ottenere la promozione in **Superlega** fino a ottenere l'accesso ai play off scudetto nel 2015/16. Un percorso che ha visto aumentare il pubblico gara dopo gara (2.700 spettatori di media nel 2016/17) e ottenere prestigiosi risultati anche a livello di settore giovanile, come la vittoria della Boy League 2015, i due scudetti Under 14 (2013 e 2016) e quello Under 13 (2015): «E' un onore che Kioene rimanga con noi per le prossime tre stagioni – ha detto Cremonese – Il brand Kioene diventa così una sorta di seconda pelle per questa società che, grazie a questo accordo, guarda al futuro con rinnovato entusiasmo». (d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

