Calcio, il Como si tuffa nelle acque del Lario

Sulle nuove divise compaiono le onde del lago

Il vernissage sulla terrazza dell'Hilton alla presenza degli sponsor, Randstad e acqua San Bernardo

COMO

Le onde del lago, le stesse che si vedevano dalla terrazza dell'Hilton durante la presentazione, sono state stilizzate sulla nuova maglia del Como e sotto di loro il nome del nuovo sponsor internazionale, la Randstad, mentre sul retro quello dell'acqua San Bernardo. Una maglia in qualche modo rivoluzionaria, quella prodotta da Legea, che allo stesso tempo rispetta la tradizione nei colori e nella confezione.

La presentazione video curata da Como Tv, ne ha esaltato le caratteristiche, mostrando modelli e modelle imbarcati su un battello della Lariana, che fra onde e vento mostravano la bellezza delle tre maglie. La prima è realizzata con il classico blu-azzurro Como, sormontato da onde blu scuro, la bianca con le onde azzurre e la terza che sarà usata anche dai portieri nera con le onde gialle.

Sui social le nuove maglie hanno riscontrato i favori di tutti, soprattutto la versione bianca che dava anche quel sapore degli anni sessanta. È stata una presentazione raffinata, con l'amministratore delegato Michael Gandler molto soddisfatto per i risultati raggiunti dal punto di vista d'immagine e di professionalità.

«Abbiamo mantenuto la promessa di dare al Como un marchio dal prestigio internazionale con un contratto pluriennale, che permetterà al Como di fare un grande salto di qualità». Randstad, leader nel mondo nella somministrazione lavoro e risorse umane, partner della Juventus dal 2017, sarà anche sponsor del Como per i prossimi due anni, con un opzione di prolungamento in caso di promozione. Soddisfatto l'ad di Randstand Italia.

«Quello con il Como non è una vera sponsorizzazione - spiega Marco Ceresa - ma uno scambio di valori. Da parte nostra noi oi dobbiamo imparare e trasmettere ai nuovi lavorato, la leadership di una organizzazione di una società come il Como e le capacità dei sui giocatori». Fautore di tutta l'operazione che ha legato questi due realtà è il direttore marketing, Flavio Farè.

«È importante per noi avere un marchio solido ed internazionale come RandStad e collaboreremo con il loro ramo sportivo la Randstad Sport. Abbiamo voluto una maglia che rispettasse il territorio e che legasse ancora di più la squadra alla città e al suo lago».

Enrico Levrini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La presentazione delle nuove maglie del Como per la stagione 2020-21

MICHAEL GANDLER

«Così il nostro club ha un marchio di prestigio internazionale»