

La quarta maglia della Feralpialò nata col voto social



Sul lungolago I giocatori della Feralpialò con la maglia

• L'ha creata «Calciatori brutti», una comunità digital con 6 milioni di follower: debutterà il 16 marzo con il Parma

SERGIOZANCA

SALÒ La Feralpialò non se la passa bene in classifica - è penultima - ma è attenta alle novità. L'ultima riguarda la quarta maglia ufficiale, realizzata da «Calciatori brutti», che vanta più di 6 milioni di followers tra Facebook e Instagram.

Per la prima volta nella storia del calcio una squadra professionistica indosserà una divisa votata da una community social di appassionati e tifosi. Debutto: il 16 marzo, a Piacenza con la capolista Parma.

Il protagonista della cassetta è l'animale simbolo del club, il leone. I grafici lo hanno disegnato in 3 versioni. Gli utenti hanno votato e scelto la maglia verde col volto del felino ruggente, i calzettoni dello stesso colore, i pantaloncini oro.

Ogni divisa avrà nel colletto una frase per ogni ruolo: «Le ragnatele le tolgo io» per i portieri; «Non sono bello ma spazzo» per la concretezza dei difensori; in «Mettila in banca» c'è l'e-

go dei mediani M «Mister spegni le luci, oggi illumino io» lo dice il regista; «Passamela e poi corri ad abbracciarmi» sa proprio di egoismo da attaccante.

La prima a Milano

La divisa verrà presentata il 12 marzo, alle 17.30, nel nuovo punto vendita «The Pitch - Football Store» in corso Europa, a pochi passi da Piazza San Babila, a Milano. A disposizione 100 pezzi per tutti gli appassionati, e si potranno prenotare per l'acquisto online su thepitchfootball.com.

«Calciatori brutti» è una comunità digital con sede a Torino. Come collaboratori ha una ventina di professionisti. L'iniziativa ha vissuto alcuni momenti chiave: l'idea di Matteo Oxilia, responsabile della comunicazione Feralpialò; l'annuncio della collaborazione; la proposta delle grafiche e i sondaggi nelle stories; la realizzazione dello shooting con 5 calciatori (Balestrero, Butic, Ceppitelli, Felici, Fiordilino) nelle vie del centro storico e sul lungolago, l'anteprima video della realizzazione dei primi prototipi che ha coinvolto quasi un milione di votanti, per un totale di 11 milioni di impression. In attesa dell'esordio ufficiale.