Enel nuovo official energy partner dell'Inter

Enel scende in campo e diventa official energy partner di Fc Internazionale Milano, per accelerare il percorso di elettrificazione del mondo nerazzurro. Grazie a questo accordo, Enel mette infatti a disposizione del club e dei suoi tifosi i migliori servizi e soluzioni all'avanguardia per la transizione verso l'utilizzo di elettricità generata da fonti di energia rinnovabili. La partnership, che unirà i due brand fino alla stagione 2025-2026, celebra la sinergia tra due marchi globalmente riconosciuti come leader dei rispettivi settori e che condividono la ricerca della continua innovazione. Enel sarà presente allo stadio di San Siro, con il logo che comparirà sui led a bordo campo, sui maxischermi e sui backdrop utilizzati per le interviste pre e post partita durante i match casalinghi di campionato. A disposizione dei clienti e degli stakeholder dell'azienda anche pacchetti personalizzati per assistere alle partite casalinghe messi a disposizione dal club. "La collaborazione con Fc Internazionale Milano rappresenta un impegno congiunto che unisce i mondi dell'energia e del calcio per raggiungere lo stesso obiettivo: la sostenibilità", ha detto Roberto Deambrogio, head of communications di Enel; "oggi facciamo un passo significativo al fianco di una delle più importanti squadre italiane per poter offrire a un pubblico sempre più ampio tutto il portafoglio integrato di servizi e prodotti che abbiamo pensato e realizzato per rendere le scelte energetiche delle persone più semplici e vantaggiose".

Fitp e Lavoropiù, la partnership si estende e si rinnova fino al 2026

In occasione della fase a gironi della Coppa Davis che ha visto l'Italia impegnata all'Unipol Arena di Casalecchio di Reno, la Federazione italiana tennis e padel e Lavoropiù hanno annunciato il prolungamento del loro rapporto fino al 2026, includendo oltre alla nazionale maschile anche quella femminile impegnata nella Billie Jean King Cup. L'accordo si basa

Matteo Naldi, Raimondo Ricci Bitti, consigliere nazionale della Fitp e il ct nazionale Filippo Volandri.

sulla condivisione di valori tipici dello sport come l'inclusione, la parità di genere, la meritocrazia, la determinazione e la ricerca dell'eccellenza nel costante rispetto del fair play. "La partnership con Fitp si inserisce in un progetto più ampio che negli ultimi anni ha visto Lavoropiù rafforzare la propria presenza nel mondo delle discipline tennistiche", ha dichiarato Matteo Naldi, direttore marketing di Lavoropiù, un'agenzia per il lavoro che da 25 anni fornisce servizi hr alle imprese con una rete che comprende oltre 100 sedi sul territorio, distribuite in sei regioni italiane e all'estero; "per un territorio con una grande tradizione sportiva come l'Emilia-Romagna è fondamentale riuscire ad attrarre eventi come la Coppa Davis. Affiancare una nazionale poi è sempre motivo di orgoglio, in particolare per una realtà come la nostra, che ha fatto della connessione con il tessuto sociale e culturale delle proprie comunità di riferimento un elemento caratterizzante".

Tour of the Alps e Infront insieme per scalare nuove vette

Il Gs Alto Garda, società organizzatrice del Tour of the Alps, evento ciclistico per professionisti su strada di categoria Uci Pro Series, e Infront, l'azienda leader nello sport business con headquarter in Svizzera, hanno sottoscritto un accordo di cinque anni per i diritti media e marketing e la produzione audiovisiva dell'evento ciclistico che si svolge fra Trentino, Alto Adige e Tirolo austriaco. Già nell'edizione 2023, Tour of the Alps e Infront avevano dato inizio a un rapporto di collaborazione legato all'area marketing dell'evento euroregionale.

La partnership partirà con l'edizione 2024, in programma dal 15 al 19 aprile. L'obiettivo è di dare ulteriore impulso alla crescita e all'appeal internazionale della gara a tappe italoaustriaca, già riconosciuta come realtà di eccellenza organizzativa e comunicativa dal settore e dagli addetti ai lavori. Nell'ambito dell'intesa, Infront acquisisce in esclusiva tutti i diritti di sfruttamento e trasmissione del Tour of the Alps a livello globale, oltre ai diritti commerciali e promopubblicitari. Gs Alto Garda, invece, conserverà in via diretta i rapporti promozionali con gli enti partner

dell'evento – Trentino, Alto Adige e Tirolo, nell'ambito dell'Euregio che ne porta il nome – e con i partner storici dell'evento. "Il nostro portfolio ciclistico comprende numerosi eventi di primo livello, tra i quali il Giro delle Fiandre, il Tour de Suisse, il Giro del Veneto, la nuova Veneto Classic e la Serenissima Gravel", ha affermato Alessandro Giacomini, managing director Infront Italy; "come Infront stiamo puntando con convinzione sul settore e siamo certi che il Tour of the Alps sia un'importante occasione per mettere in luce le nostre competenze dal punto di vista della produzione tv, dell'intermediazione dei diritti media e della gestione degli sponsor".