



Energia, passione, idee ed un grande partner: Adecco. La LNP si è svelata

Descrizione



Il desiderio di mandare un segnale, chiedere attenzione attraverso un'idea di cambiamento. Il messaggio è stato lanciato forte e chiaro alla presentazione dei campionati 2013-2014 di **LNP**, che scattano nel weekend. Ospite della Triennale di Milano, in uno degli spazi più suggestivi come Teatro Agorà, pareti arancioni come la palla da basket e tanto legno come il parquet dei campi da gioco, alle parole si sono alternati gli spot appositamente realizzati per ogni singolo campionato: Gold, Silver, DNB, DNC. Un plotone ricco di 178 squadre, una diffusione capillare sul territorio (presenti in 19 regioni, manca solo la Valle D'Aosta), un'eredità di 700.000 spettatori nella passata stagione. Numeri che rendono questa nuova entità, nata dalla decisione della Fip di creare un unico contenitore al di sotto della Serie A, il cuore pulsante della pallacanestro italiana. Giocata dagli italiani: il 96.5% dei giocatori che scenderanno in campo sono prodotti dei nostri vivai.

Rinnovamento, passione, energia, entusiasmo, positività, professionalità: queste le sensazioni emerse da chi ha raccontato di se stesso, ma anche dai tanti che in platea hanno raccolto l'identico messaggio. Quella condotta da **Alessandro Mamoli** (Sky Sport) è stata una presentazione ricca di ritmo, le giuste parole alternate dalle immagini dei video che gli appassionati avranno modo di vedere nei prossimi giorni anche sui siti dei propri club; in realtà già visibili seguendo lo streaming della presentazione a disposizione sulla nostra piattaforma.

Lo slogan è stato "Non c'è campo? Cercalo da noi". *"Vero, perché noi ne abbiamo 178 in tutta Italia e vorremmo coinvolgerli tutti col nostro desiderio di una ripartenza, che siano quelle dei club realtà piccole o grandi"* ha detto **Graziella Bragaglio**, appena rieletta Presidente di LNP.

Presentato l'aspetto agonistico, è caduto il velo sulla notizia che rappresenta uno snodo cruciale per la



Il Direttore Generale, **Claudio Coldebella**, ha introdotto l'annuncio, raccontando le sue esperienze nel corso manageriale avviato quando ancora era giocatore attraverso corsi di formazione; e da lì, introdotta da un clip curiosa, è stata ufficializzata la prestigiosa partnership con Adecco Italia. Che da oggi è title sponsor del torneo Gold e Silver ed al tempo stesso partner ufficiale di Lega Nazionale Pallacanestro.

*“Sono particolarmente soddisfatto di essere qui, assieme a voi – ha detto **Andrea Malacrà**, Direttore Commerciale e Marketing di Adecco Italia – Questa partnership è frutto di una scommessa fatta con Claudio Coldebella. La cosa che lega noi e la LNP è che ogni giorno lavoriamo sui talenti. Vuol dire che i nostri obiettivi sono molto simili a quelli delle squadre che vanno in campo impegnate. Per questo c'è grande affinità tra noi e questa nuova organizzazione”.*

A seguire, Coldebella ha annunciato gli accordi di partnership con altre sei aziende, il frutto di un mese e mezzo di grande lavoro per una Lega che è partita da zero: Molten (pallone ufficiale), Dalla Riva (parquet sportivi), Best Union (ticketing eventi LNP), Oiko (produttore dell'unico sticker antiscivolo), Mobyt (messaggistica per telefonia mobile), Dailybasket (che realizzerà la Guida Ufficiale dei tornei LNP). Infine, nell'ambito delle iniziative LNP Cares rivolte al sociale, il patrocinio dell'iniziativa di Viva! per la settimana di prevenzione contro l'arresto cardiopolmonare (sui campi di Gold e Silver il 12 e 13 ottobre).

Ma per rivivere l'atmosfera della presentazione vi invitiamo a gustarvi lo streaming dell'evento: compreso l'omaggio ai ragazzi dell'Under 20 campioni d'Europa. Se loro hanno l'oro, ora noi abbiamo loro. E ne dobbiamo essere tutti orgogliosi.

Categoria

1. Pallacanestro

Tag

1. LNP

Data di creazione

30 Settembre 2013

Autore

dstraface