Le Farfalle della Nazionale di ginnastica ritmica sono il nuovo testimonial di Fastweb

Milano, 2 aprile 2019 – Le ragazze della squadra nazionale italiana di ginnastica ritmica sono il nuovo testimonial di Fastweb fino al 2020. Grazie alla partnership siglata con la Federazione Ginnastica Italiana (FGI) le Farfalle "voleranno" insieme a Fastweb verso i Mondiali di Baku e saranno nei prossimi mesi le protagoniste della nuova campagna di comunicazione istituzionale della società che partirà con il nuovo spot in onda da domenica 7 aprile.

Letizia (Cicconcelli), Martina (Centofanti), Agnese (Duranti), Alessia (Maurelli) e... un'altra Martina (Santandrea), campionesse del mondo nell'esercizio con 3 palle e 2 funi e oro continentale nei 5 cerchi, si affiancano così nel ruolo di testimonial a Filippo Tortu, l'italiano più veloce di sempre che ha battuto il primato appartenuto alla leggenda dello Sport Pietro Mennea correndo i 100 metri sono i 10 secondi, e che passerà solo temporaneamente il testimone alle ragazze azzurre.

In continuità con la comunicazione inaugurata con Filippo, anche con la nuova campagna Fastweb intende accompagnare tutti gli italiani e le Farfalle verso un sogno "*nientecomeprima",* un sogno che anche per le ragazze azzurre in virtù dell'argento conquistato ai Mondiali di Sofia del 2018 è "olimpico" mentre per Fastweb è connettere il Paese, in un mondo senza più confini tra fisso e mobile, grazie alla tecnologia 5G.

"La scelta di avere con noi le Farfalle, che rappresentano la potenza unita alla grazia, alla velocità e alla precisione, come testimonial rafforza ulteriormente la nostra strategia di comunicazione che si esprime attraverso i volti e le imprese di giovani atleti, pieni di talento, pronti ad affrontare le sfide più grandi con passione e determinazione dando il meglio di sé in ogni competizione" ha dichiarato Luca Pacitto, Head of Communication di Fastweb. "Il sogno olimpico di questi atleti è infatti paragonabile all'ambizione con la quale Fastweb punta a diventare il primo operatore convergente fisso-mobile grazie al 5G entro il 2020 dopo aver ricoperto un ruolo indiscusso nello sviluppo delle reti in fibra ottica sul territorio nazionale e nella diffusione di connessioni a banda ultra larga per famiglie e imprese".

"Il fatto che un'azienda prestigiosa come Fastweb abbia scelto la Ginnastica in generale e la Squadra Nazionale di Ritmica in particolare come testimonial della sua nuova campagna di comunicazione è un ulteriore riconoscimento al lavoro che il nostro movimento sta portando avanti da 150 anni – ha aggiunto il Presidente della Federazione Ginnastica d'Italia, il cav. Gherardo Tecchi - La FGI infatti non è soltanto la decana delle Federazioni Sportive riconosciute dal CONI, ma anche quella che può vantare la base più giovane. Oltre l'80% dei nostri praticanti sono Millenial. Ragazzi abituati a navigare in rete alla stessa velocità con la quale eseguono evoluzioni sugli attrezzi ginnici. L'enorme tradizione ultrasecolare che ci portiamo dietro è condivisa da generazione a generazione, quasi a creare una rete di comunicazione valoriale che dal Gymnasium dell'Antica Grecia ci proietta verso un futuro dalle potenzialità ancora inesplorate".

Il nuovo capitolo della campagna istituzionale rimette al centro l'idea del sogno da raggiungere e da realizzare *Together*, insieme, grazie anche alla velocità delle connessioni di Fastweb, alle tecnologie e ai servizi offerti a tutti gli italiani che per qualità ed efficienza si distinguono sul mercato. Con *#nientecomeprima*, la strategia avviata da circa due anni e volta alla chiarezza e trasparenza delle tariffe e all'eliminazione di tutti i costi nascosti sul mobile così come sul fisso Fastweb ha infatti rivoluzionato il mercato delle telecomunicazioni in Italia. Il 5G rappresenta dunque il nuovo traguardo della società per far compiere a tutti gli italiani il passaggio verso la piena digitalizzazione.

La creatività della nuova campagna è ideata da Take con la strategia creativa di Giuliano Lasta, Alessandro Stenco (art director) e Lorenzo Rocchi (copy writer). La casa di produzione è BRW Filmland e la regia di Sebastien Grousset. La pianificazione è curata da Vizeum. Lo spot è accompagnato dalle note della canzone "Dream on" degli Aerosmith.

La campagna, pianificata con Vizeum, sarà on air in TV con spot da 60, 30 e 15 secondi su Rai, Mediaset e La7 (anche in occasione della diretta della World Cup di Ritmica in programma a Pesaro domenica 7 aprile), sui canali satellitari di Sky, sui canali del Digitale Terrestre, su Internet attraverso attività di video, display, social e keywords e in Outdoor tramite affissioni.

Le Farfalle allenate dalla DTN Emanuela Maccarani, impegnate nella preparazione per il circuito di Coppa del Mondo che inizierà a Pesaro dal 5 al 7 aprile e per la 37ª edizione dei Mondiali di Baku in programma dal 17 al 22 di settembre, affronteranno le prossime sfide con la speranza di raggiungere con la linea veloce di Fastweb l'obiettivo principale del quadriennio, il podio olimpico.

Per ulteriori informazioni:
Ufficio Stampa Fastweb

Roberta Dellavedova
Tel: 02 4545 4365
Roberta.dellavedova@fastweb.it

Ufficio Stampa FGI

David Ciaralli
Tel: 334.6558918
stampa@federginnastica.it