



America's Cup, Alovisi (Trenitalia): «Insieme a Luna Rossa valorizziamo identità italiana e parliamo a un pubblico globale»•

Descrizione

(Adnkronos) «La partnership Frecciarossa-Luna Rossa è coerente con il nostro obiettivo di rafforzare il brand, di trovare partner che abbiano lo stesso obiettivo di sostenibilità e velocità e che rappresentino questo Paese». Lo sottolinea Mario Alovisi, direttore Marketing e Revenue Management di Trenitalia, alla presentazione a Pietrarsa della partnership tra Frecciarossa e Luna Rossa in vista della 38esima America's Cup, che nel 2027 sarà ospitata a Napoli. «Questo appuntamento è l'inizio di un percorso che ci vedrà parte attiva nell'America's Cup. L'investimento è importante e, al di là dell'aspetto economico, è un investimento di persone, di effort e di volontà, dal punto di vista dei treni e delle persone che saranno coinvolte». «Stiamo ragionando come Ferrovie dello Stato e Trenitalia» aggiunge Alovisi. «Quindi sarà l'intero Gruppo a fare partnership importanti, che vedranno Napoli sul palcoscenico del mondo il prossimo anno».

«Vogliamo fare in modo che i nostri passeggeri apprezzino il nostro binomio con partner importanti. I passeggeri possono conoscere e vivere queste partnership anche attraverso i nostri programmi di loyalty, perché Trenitalia e il Gruppo Ferrovie dello Stato individuano partner coerenti con il proprio sviluppo». Per Alovisi, dunque, la collaborazione con Luna Rossa non si limita alla visibilità del marchio, ma rappresenta un percorso che coinvolgerà concretamente il sistema ferroviario in vista dell'arrivo a Napoli di migliaia di visitatori e appassionati.

«Saranno coinvolte più di 10 stazioni» spiega. Prevediamo e stiamo lavorando a 360 gradi, non solo con Trenitalia ma anche con Rfi e con tutto il Gruppo Ferrovie dello Stato, per essere pronti a questa manifestazione. «Napoli sarà sul palcoscenico del mondo il prossimo anno e noi vogliamo essere pronti a questo appuntamento. Stiamo lavorando perché tutto il sistema possa rispondere alle esigenze che arriveranno con l'America's Cup. Sarà un grande evento internazionale e ci permetterà di parlare a un pubblico globale. Per noi è un'opportunità importante per valorizzare l'identità italiana e, allo stesso tempo, rafforzare il brand Frecciarossa attraverso un appuntamento che porterà Napoli e il nostro Paese sotto i riflettori del mondo».

»

sport

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 3, 2026

Autore

redazione

default watermark