



## **Ballarin (Europe Energy), 'sponsorship fondamentali, Covid stimolo per crescere'**

Il periodo che siamo vivendo con tutte le limitazioni legate alla pandemia del covid-19, come ogni evento che abbia avuto un impatto globale sull'uomo, porta inevitabilmente ad un cambiamento sia sociale che economico. Il momento che si sta vivendo può diventare un'opportunità, uno switch necessario per fare di ogni difficoltà una nuova possibilità di crescita e questo vale anche per lo sport che è stato uno dei settori che probabilmente ha accusato un colpo pesantissimo. I successi e le emozioni che sono arrivate dalle Olimpiadi e Paralimpiadi di Tokyo però potrebbero dare una spinta per la ripresa a livello di sponsorizzazioni.

"Quanto è importante tornare ad investire per grandi aziende nello sport? Penso che lo sport, così come anche le attività culturali in generale, abbia una grande importanza nella quotidianità di tutti noi perché ci appassiona, ci mette alla prova e ci permette anche di migliorare ogni giorno, sia fisicamente che mentalmente. Per questo la risposta risulta un po' scontata: soprattutto dopo un periodo così complesso e delicato, investire in queste attività è fondamentale. Noi di WithU ci crediamo e certamente continueremo a crederci". Sono le parole di Matteo Ballarin, Fondatore del Gruppo Europe Energy, che con il nuovo brand WithU, che unisce i servizi di Luce, Gas, Fibra, Telefono Fisso e Mobile con un solo fornitore, sponsorizza l'Ac Monza calcio e non solo, visto che gli investimenti nello sport riguardano anche il basket con la WithU Bergamo Basket, il motomondiale e il Rally.

"La passione per lo sport c'è sempre stata: abbiamo investito nel calcio, nel basket, ma anche e soprattutto nel mondo del motoracing, tessendo giorno dopo giorno partnership sempre più importanti come con SkyRacingTeamVR46, VR46RidersAcademy e HyundaiRallyTeamItalia - ha aggiunto Ballarin all'Adnkronos-. Sicuramente, nel periodo pandemico, il "ritorno" che abbiamo avuto non è stato quello che ci aspettavamo: le nostre scelte di partnership erano state pensate anche per offrire esclusive esperienze ai nostri clienti, vantaggi che non abbiamo potuto offrire a causa del Covid-19. Questo purtroppo ha impattato su di noi e la nostra azienda, ma sicuramente non ci ha fermati".

Sulle differenze nell'investire nel calcio piuttosto che nel motomondiale o in altri sport, Ballarin ha spiegato: "Ogni scelta di partnership ha il suo perché. Soprattutto nel mondo dello sport, bisogna stare attenti ed essere consapevoli che la scelta di sponsorizzare una squadra piuttosto che un'altra, un atleta piuttosto che un altro, può avere degli effetti sul target a cui si punta e a cui si vogliono vendere i propri servizi. Per noi di WithU, quindi, era molto importante scegliere un partner "maggiore", che avesse una certa visibilità a livello nazionale e un target di riferimento ampio e non di nicchia. La MotoGP sembrava il terreno perfetto: ottima presenza, nazionale e internazionale, e ottima risonanza. E da lì tutto è iniziato".

Nei prossimi mesi, uscendo dalla pandemia, ci sarà una ripresa da parte delle società che sono da anni presenti nel mondo dello sport. "Certamente, noi - come penso tutti - puntiamo ad una ripresa a 360 gradi. Anche da parte dei nostri partner poi, c'è la consapevolezza di tutte le difficoltà che noi, come loro, abbiamo dovuto affrontare, e quindi la volontà e la voglia di ripartire. Per questo siamo già in marcia, e contiamo di recuperare quello che il Covid-19 ci ha impedito di fare, anche grazie a soluzioni nuove e "alternative". Per il futuro poi, abbiamo in serbo tante novità, proprio con la collaborazione dei nostri partner sportivi. Alla fine, se si lavora bene e si comunica bene, un accordo si trova e le difficoltà si superano", ha concluso Ballarin.