Partnership La Molisana-Ac Milan

la-molisana-05b495a6

La Molisana Spa sarà **Official Partner di AC Milan** fino al 30 giugno 2020. L'azienda pastaia di Campobasso ha siglato l'accordo di partnership con la società rossonera, a conferma dell'importanza dello sport per il brand. Il calcio in particolare, veicola valori quali impegno, energia, sacrificio per uno stile corretto di vita accompagnato anche da una sana alimentazione.

Il marchio La Molisana sarà presente a bordo campo di San Siro, nelle aree hospitality dello stadio, sui social del Club e su alcuni prodotti personalizzati con il logo AC Milan. La "**Pasta del Milan**", linea dedicata alla squadra, 100% grano italiano, sarà disponibile presso i principali punti vendita della Gdo: i tifosi potranno trovare sugli scaffali lo Spaghetto Quadrato, che rappresenta il formato di punta firmato La Molisana e la Penna Rigata rigorosamente in una confezione studiata ad hoc nei colori rossoneri.

"Dalla Roma al Milan, uno dei Club più titolati a livello internazionale, con la possibilità di aprire una nuova finestra sul mondo – afferma **Giuseppe Ferro**, titolare e Amministratore delegato –. La Molisana è oggi quinto player nazionale, co-leader nel mercato dell'integrale ed esporta in 80 paesi esprimendo una quota export pari al 35% del suo fatturato. Contribuiamo anche noi, dunque, a rappresentare in Italia e nel mondo il meglio che il nostro paese produce. È una partnership strategica quella siglata con il Milan, il Nord è per noi un'area obiettivo, all'estero, invece, rappresenta ulteriore motivo di prestigio alla luce del percepito, assolutamente positivo, del Club rossonero".

"Siamo felici di aver siglato questo accordo – dichiara **Mauro Tavola**, Partnerships Director di AC Milan - e diamo il benvenuto a La Molisana all'interno della famiglia rossonera. Insieme possiamo raggiungere obiettivi importanti per due brand leader nel settore di riferimento e in perfetta sintonia con logiche che riguardano il benessere e il corretto stile di vita. Il nostro percorso verso una sempre maggiore internazionalizzazione del brand non potrà mai prescindere dall'individuazione di aziende italiane che condividono con noi la volontà di continuare a esportare l'eccellenza al di fuori dei confini nazionali".