

Gli Internazionali al Foro Italico pronti a superare gli incassi da 13,2 milioni del 2019

Tennis, Roma batte il record

Bnl sponsor per la 16esima volta, poi da Bmw a Emirates

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Gli Internazionali di tennis a Roma, dal 2 al 15 maggio con il torneo maschile e femminile, dovrebbero battere lo storico record di incassi del 2019, quando al Foro Italico la biglietteria registrò entrate per 13,2 milioni di euro. Come spiega il presidente della Federtennis, **Angelo Binaghi**, infatti, al momento «abbiamo registrato già un incremento della prevendita dei biglietti dell'11% rispetto al record storico del 2019 e, me- teo permettendo, batteremo il record di incassi di 13.256.000 euro. Il nostro tennis, quello che il pubblico troverà al Foro Italico, è straordinariamente diverso rispetto a quello a cui era abituato. Ci auguriamo che gli oltre 200 mila spettatori paganti attesi diventino tifosi dei nostri giocatori più in forma».

Bnl Bnp Paribas è per la 16esima volta consecutiva il title sponsor del torneo, e ci sono anche Bmw, Joma, Reale Mutua, Emirates, Dunlop, Algida, Valmora, Frecciarossa, Ricoh, Ticketone, Herbalife Nutrition, Emu, Technogym e Solgar come official sponsor.

Insomma, si prova a sostenere lo sforzo di un ritorno alla normalità, anche se basta dare una occhiata al montepremi per capire che si sta viaggiando ancora con una «economia di guerra»: il torneo maschile si spartirà, infatti, 2,56 milioni di euro in totale, esattamente come lo scorso anno, e il 55% in meno rispetto ai 5,79 milioni del 2020 (il prize money era stato fissato prima dello scoppio della pandemia); le tenniste, invece, avranno premi complessivi per 1,83 milioni di euro, con un -47% rispetto al 2020.



Angelo Binaghi, presidente della Federtennis

Comunque Binaghi sprizza ottimismo: «La crescita incessante del nostro sport non è stata interrotta nemmeno dalla pandemia. Con un grande aumento dei nostri tesserati (575 mila nel 2022, rispetto ai 473 mila del 2021 e ai 326 mila del 2020, ndr) frutto delle riforme che abbiamo fatto, dei risultati dei nostri atleti e del lavoro delle socie-

tà sportive e dei dirigenti. Adesso dobbiamo diventare la Federazione con il maggior numero di praticanti in Italia. E per farlo adotteremo tre linee di azione: la prima che porterà il tennis e il padel a entrare nella scuola dell'obbligo, la seconda che ci permetterà di creare una struttura professionale per il padel che ancora manca e la terza che diffonderà la

presenza del tennis in ogni zona d'Italia: vogliamo che in ogni comune, anche il più piccolo, ci sia almeno un campo di tennis e uno di padel. Per farlo vogliamo utilizzare i proventi delle manifestazioni di alto livello come gli Internazionali in modo da finanziare queste nuove strutture».

Tornato al 100% di capienza, l'impianto romano del Foro Italico necessita ancora di qualche intervento. E, come ricorda **Vito Cozzoli**, presidente e amministratore delegato di Sport e Salute (l'azienda pubblica che si occupa dello sviluppo dello sport in Italia), «per la copertura del campo centrale i primi 33 progetti sono stati scrutinati e ne sono rimasti sette. Entro luglio sarà scelto il progetto che dovrà essere il più rispettoso dell'area storica del Foro Italico».

— © Riproduzione riservata —

Prevedere il futuro, anzi trasformarlo

Un libro sul futuro, che si interroga sulle possibilità che ha la scienza di conoscere i fatti che accadranno così come le scienze storiche servono a conoscere i fatti del passato. Lo ha scritto **Roberto Paura**, presidente dell'Italian Institute for the Future e cofondatore dell'Associazione futuristi italiani. Il tema non è facile: da sempre ha influenzato economisti, politologi, strateghi e cibernetici. Deve fare i conti con i limiti della capacità di previsione dell'uomo e con la complessità dei sistemi sociali. «Occupare il futuro - Prevedere, anticipare e trasformare il mondo di domani» (Codice edizioni, 368 pagine, 23 euro), racconta l'evoluzione degli studi di previsione e gli scenari indagati dai futurologi sui rischi globali, ma delinea anche un manifesto che invita a usare questi strumenti per immaginare nuovi futuri possibili.



— © Riproduzione riservata —

BREVI

Anci con Ett contro lo spreco alimentare. L'associazione nazionale comuni italiani lancia la nuova campagna, realizzata da Ett, per incentivare i ristoranti (che generano il 12% sul totale di cibo sprecato), a consegnare ai clienti le porzioni di cibo non consumate, in contenitori da asporto chiamati food bag. La campagna dal nome «Bis!», Buono Intelligente e Sostenibile, è finanziata dal ministero della transizione ecologica, e realizzata in collaborazione con Xedum, agenzia di comunicazione e digital design di Ett.

Meta aiuta le pmi a essere più green. Si tratta dell'iniziativa «Meta Boost: Guide to Green» promossa da Meta per stare al fianco delle pmi (circa il 99,7% delle aziende dell'Ue), aiutandole nella loro crescita sostenibile. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con Sme Climate Hub, Legambiente e Giovani Imprenditori Confcommercio, per avviare azioni concrete contro l'inquinamento industriale e per ridurre le emissioni di carbonio.

Hogan entra nel Metaverso con Pwc. Il marchio di Tod's si è affidato al gruppo di consulenza legale e fiscale per il suo ingresso nel Metaverso durante la Metaverse Fashion Week organizzata su Decentraland. Pwc Italia ha assistito il brand con la gestione degli Nft e delle relative cryptocurrency, nella valutazione degli impatti legali e fiscali e con la protezione dati durante la negoziazione con gli stakeholder.

Epr si fa il rebranding per i suoi 30 anni. L'agenzia di relazioni pubbliche di Roma, in occasione del suo compleanno, rinnova il sito con un nuovo marchio e logo, realizzati dal Gruppo Armando Testa, con un verde caraibico che richiama il tema della sostenibilità.

Pan di Stelle presenta il suo primo cono gelato. In partnership con Algida, Pan di Stelle torna sugli schermi con lo spot tv per il lancio del nuovo cono gelato con la ciadla di cacao. La campagna prodotta da Bruw Filmland è frutto del lavoro di Armando Testa in collaborazione con l'agenzia e il marketing di Barilla e Unilever.

New entry nell'Assobibe. Ferrarelle Società Benefit e Refresco-spumador entrano nell'associazione di Confindustria presieduta da Giangiacomo Pierini che rappresenta i produttori di bevande analcoliche in Italia. L'ingresso delle due aziende segue quelli di Romanella Drinks, Sensient e Agrumaria Reggina dell'ultima parte del 2021.

— © Riproduzione riservata —

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 30/12/21	
FTSE IT ALL SHARE	27.162,6	1,01	-9,28	
FTSE IT MEDIA	9.383,05	0,09	-14,45	
Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 30/12/21	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	2,3300	1,08	14,22	313,2
Caltagirone Editore	1,1300	-	0,44	141,3
Class Editori	0,0850	7,05	-1,39	14,6
Il Sole 24 Ore	0,5120	-	0,79	28,8
MFE B	0,9770	-0,10	-21,53	1.154,1
Mondadori	1,9880	-0,85	-2,55	519,8
Monrif	0,0676	-0,29	-8,65	14,0
Rcs Mediagroup	0,7680	-	-13,22	400,8

ItaliaOggi

Il primo quotidiano dei professionisti dell'economia, del diritto e della politica



Scopri le offerte di abbonamento su www.italiaoggi.it/abbonamenti

L'INFORMAZIONE PROFESSIONALE DELL'ITALIA DI OGGI.

YO TempoReale

I fatti, spiegati mentre accadono

SEGUICI ANCHE SU



WWW.ITALIAOGGI.IT