Visa Champions Women alla FIFA Women’s World Cup di Francia 2019™

*Visa porta l’innovazione dei pagamenti in Francia con Branding esperienziale, braccialetti abilitati al pagamento e Visa Everywhere Initiative: Women's Global Edition*

**Milano – 23 maggio 2019** – Ogni giorno, Visa (NYSE: V) supporta le donne imprenditrici, cardholders, proprietarie di piccole imprese e atlete. In occasione di FIFA Women's World Cup France 2019 ™, la società estenderà ulteriormente tale supporto a conferma del suo costante impegno per la diversity e l'inclusione.

Come Partner Ufficiale dei Servizi di Pagamento FIFA, oggi Visa ha presentato la sua campagna marketing globale per FIFA Women's World Cup France 2019 ™ “One Moment Can Change the Game.” La campagna enfatizza gli atti significativi compiuti dalle donne dentro e fuori il campo da gioco, sia che ispirino la grandezza atletica sul campo, sia che influenzino le decisioni di acquisto in casa, sia che guidino i risultati aziendali in sala riunioni.

"Basandoci sul movimento globale a sostegno dell'empowerment femminile e sul sold out della partita di apertura e della finale1 di FIFA Women's World Cup France 2019, il calcio femminile è davvero a un momento cruciale", ha dichiarato Lynne Biggar, responsabile marketing e comunicazioni, Visa Inc . "La partnership di lunga data tra Visa e FIFA Women's World Cup è più di una sponsorizzazione, vuole essere un catalizzatore del cambiamento che elevi il calcio femminile".

"La FIFA Women's World Cup France 2019 sarà il più grande evento sportivo femminile dell'anno e siamo lieti che Visa possa unirsi a noi quest'estate per quella che sarà la migliore FIFA Women's World Cup di sempre", ha detto Sarai Bareman, Chief Football Officer FIFA femminile. "Per la crescita del calcio femminile è importante avere partner come Visa, fortemente coinvolti nel nostro evento di punta, e sono lieta di sostenere il lancio della loro campagna globale incentrata sull'empowerment femminile".

La campagna globale mostrerà una serie di momenti di vita autentici, ispirati a storie vere delle giocatrici della squadra Visa, **Lucy Bronze** (Gran Bretagna), **Eugenie Le Sommer** (Francia), **Kim Little** (Scozia), **Dzsenifer Maroszan** (Germania) e **Nadia Nadim** (Danimarca). Con il calcio come sfondo, i film mostrano come dei momenti di accettazione e di empowerment possono avere un profondo impatto nella propria vita. Che Maroszan stia calciando il goal decisivo durante la finale dei Giochi Olimpici di Rio 2016, o che Nadim sia stata selezionata come membro della squadra regionale under-15 in Danimarca dopo essere arrivata nel paese come rifugiata afgana, ognuna di queste atlete ha vissuto momenti che hanno definito le loro vite, ispirandole a fare grandi cose. La campagna globale sarà attivata in 33 mercati, caratterizzata da una combinazione di “film di eroi”, film per il sociale e trasmissioni televisive, digitali, sociali, carta stampata e out-of-home.

**La presenza di Visa al torneo**

La FIFA Women's World Cup™ è una delle tante iniziative Visa incentrata sulla celebrazione delle donne in tutto il mondo. Nel marzo 2019, Visa [ha lanciato](https://usa.visa.com/about-visa/newsroom/press-releases.releaseId.16261.html) la prima [Global Visa Everywhere Initiative: Women's Global Edition](https://usa.visa.com/visa-everywhere/everywhere-initiative.html#2), invitando le imprenditrici ad affrontare sfide di FinTech e Social Impact. Dopo una serie di semifinali regionali in tutto il mondo, 12 startup saliranno sul palco e parteciperanno a un evento live-pitch finale durante la settimana di apertura del torneo. I due vincitori riceveranno $ 100.000 ciascuno, tutoraggio e accesso alla rete di partner e clienti di Visa.

Attraverso il suo portfolio di sponsorizzazioni, Visa cura esperienze esclusive e indimenticabili per consumatori e clienti di tutto il mondo. Queste esperienze irripetibili forniscono ai fan l'accesso esclusivo di Visa al centro campo e ai warm up delle squadre prima delle partite ufficiali. Al torneo di quest'anno, Visa ospita oltre 700 consumatori provenienti da 28 paesi diversi e oltre 65 clienti provenienti da tutta Europa e dal Nord America.

Facendo il suo più grande investimento onsite di sempre nel calcio femminile, Visa garantirà ai fan anche la migliore esperienza, fornendo le più recenti tecnologie di pagamento in tutti i luoghi:

* 1.600 terminali di punti vendita aggiornati in nove sedi ufficiali
* Tutti i terminali POS saranno abilitati con sensory branding Visa, a prova della transazione completata, attraverso un suono e un'animazione Visa personalizzati, dando ai fan la certezza che vogliono ogni volta che usano Visa
* Le carte prepagate commemorative Visa contactless e i braccialetti abilitati al pagamento saranno disponibili presso gli stand del servizio clienti Visa in tutti i luoghi ufficiali.

###

**Visa**

Visa Inc. (NYSE: V) è leader mondiale nei pagamenti digitali. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso una rete di pagamento innovativa, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Il nostro avanzato sistema di elaborazione globale, VisaNet, fornisce pagamenti sicuri e affidabili in tutto il mondo ed è in grado di gestire oltre 65.000 messaggi di transazione al secondo. L'attenzione incessante dell'azienda verso l'innovazione è un catalizzatore per la rapida crescita del commercio connesso su qualsiasi tipo di device e una forza trainante dietro il sogno di un futuro senza contanti per tutti, ovunque. Mentre il mondo si muove dall'analogico al digitale, Visa sta dedicando il brand, i prodotti, le persone, la rete e le dimensioni per rimodellare il futuro del commercio. Per maggiori informazioni, visita [https://vision.visaeurope.com/,](https://vision.visaeurope.com/error?aspxerrorpath=/,.aspx) e seguici su @VisaNewsEurope.