

FRIGICOLL RENUEVA SU APUESTA POR LOS CHALLENGER

- Frigicoll y su marca representada Midea han renovado un año más su compromiso con Ultimate Padel Company (UPC) y su patrocinio de los WPT Challenger 2022.
- La palanca de notoriedad que le supone a la firma española, pionera en la introducción de soluciones tecnológicas en diversos sectores industriales, avalan el nuevo acuerdo.
- UPC agradece la renovada confianza de Frigicoll y compromete una serie de novedades en los Challenger que los dotarán de mayor visibilidad, notoriedad y reconocimiento.

Valencia, 09 de marzo de 2022. La empresa familiar española Frigicoll ha renovado, con Ultimate Padel Company (UPC), su compromiso como patrocinador oficial de los WPT Challenger para la temporada 2022.

Tras la firma del acuerdo, Juan Rigol Coll, consejero delegado de Frigicoll, ha asegurado que “los valores impulsados por los WPT Challenger como el entusiasmo, el esfuerzo y el compromiso son también los pilares sobre los que se sustenta nuestra compañía”. Este hecho, sumado a otras razones de peso como son la fuerte notoriedad y el reconocimiento que tiene en el sector deportivo el circuito mundial de pádel World Padel Tour, ha impulsado la renovación del acuerdo de patrocinio un año más.

“Una colaboración de este tipo, tanto para Frigicoll como para la marca que representamos de climatización y electrodomésticos Midea, supone una palanca decisiva para incrementar nuestra notoriedad”, ha afirmado Rigol Coll. Quién, para acabar, ha manifestado, en nombre de toda la empresa, su apoyo a la iniciativa Challenger y ha deseado “muchos éxitos para este año 2022 y que podamos seguir compartiéndolos juntos”.

En nombre de Ultimate Padel Company, su presidente Jesús Ferrer, ha agradecido a Frigicoll y a Juan Rigol Coll su apoyo y confianza mantenida en el proyecto de renovación de los WPT Challenger. “El año pasado, superamos con nota el primero de nuestros retos, me refiero, al de hacer evolucionar el formato Challenger. Objetivo en el que las firmas patrocinadoras como Frigicoll nos ayudaron y mucho”.

Pero 2022, supone para UPC otro salto cualitativo importante, “por cuanto, queremos que los Challenger ganen en visibilidad, notoriedad y reconocimiento no sólo entre jugadores/as, sino también entre aficionados/as al pádel y potenciales firmas patrocinadoras”, ha afirmado Ferrer.

Esta nueva temporada arranca con grandes novedades como la retransmisión, en cuartos de final (jornada de viernes), de 6 partidos y no 4 como en 2021, además de las 4 semifinales (sábado) y las 2 finales (domingo), a través de World Padel Tour TV y el canal de Youtube de World Padel Tour. Los/as jugadores/as sumarán más puntos por prueba y quienes alcancen el cuadro final se beneficiarán de importantes mejoras en la ‘hospitality’. Sin obviar, el incremento en la dotación económica de los premios, que casi se triplica respecto al pasado año.

“Todos juntos conseguiremos batir los registros y las buenas sensaciones que dejaron las pruebas Challenger de World Padel Tour en su primera temporada”, ha asegurado el presidente de UPC.