

## COMUNICATO STAMPA

### LONDRA 2012: INTESA SANPAOLO È *MAIN SPONSOR* DEL CONI, DELLA SQUADRA OLIMPICA E DI CASA ITALIA

- Con il sostegno al CONI per il triennio olimpico 2012-2014, Intesa Sanpaolo ribadisce la sua vicinanza al mondo dello sport e ai migliori valori che esso trasmette
- Obiettivo comune è promuovere progetti per lo sviluppo e la diffusione della pratica e della cultura sportiva a tutti i livelli della società, contribuendo in questo modo al benessere del Paese
- Intesa Sanpaolo sponsor unico anche di Casa Italia Social, il nuovo progetto del CONI che farà vivere notizie e curiosità sui *social network* in modo diretto e spontaneo
- È di oltre 41 miliardi di euro il giro d'affari dello sport italiano, pari al 2,6% del PIL

Milano 26 luglio 2012

#### LA PARTNERSHIP

L'accordo, firmato a Milano lo scorso novembre, attribuisce a Intesa Sanpaolo la qualifica di "**Main Sponsor Ufficiale**" del Coni, della Squadra Nazionale Olimpica Italiana (Italia Team) e di Casa Italia per il **triennio 2012-2014**, che vede in calendario alcuni fondamentali appuntamenti. Tra questi spiccano le Olimpiadi di Londra 2012, i Giochi del Mediterraneo a Mersin 2013, in Turchia e le Olimpiadi Invernali di Sochi 2014, in Russia.

Nell'ambito di **Casa Italia a Londra**, Intesa Sanpaolo sarà presente con uno spazio - espressione del proprio supporto allo sport e alla sfida dei campioni della nazionale olimpica rappresentati dai quattro atleti Valentina Vezzali, Eleonora Lo Bianco, Giulia Quintavalle e Daniele Molmenti - per coinvolgere il pubblico presente in sfide sportive, giochi e attività a sostegno dei campioni azzurri promuovendo l'eccellenza italiana, valore fondante in cui la Banca si riconosce.

Intesa Sanpaolo sarà anche *sponsor* unico di **Casa Italia Social**, il nuovo progetto del CONI per far vivere i contenuti di Casa Italia sui **social network** in modo diretto e spontaneo entrando in contatto con tutti coloro che seguiranno i giochi olimpici attraverso i canali più innovativi. Il progetto prevede infatti la distribuzione di contenuti, appositamente prodotti durante le Olimpiadi, attraverso una multiplatforma studiata per essere fruibile da diversi *device*, sia *desktop* che *mobile*.

Lo scorso 25 maggio, l'iniziativa "**Casa Italia in tour**", un progetto voluto dal Comitato Olimpico Nazionale Italiano, ha debuttato sul lungomare Caracciolo di Napoli. Obiettivo del *tour*, durato circa un mese, è stato quello di **portare nelle principali piazze italiane un'atmosfera di sport e divertimento** per raccontare a tutti le emozioni olimpiche del passato, far conoscere da vicino le specialità e i nostri campioni, ma anche per prepararsi al meglio alle Olimpiadi 2012, in partenza il prossimo 27 luglio. Per questo il CONI, in collaborazione con i propri partner, ha creato un vero e

proprio **villaggio olimpico itinerante organizzato in cinque aree dedicate ad altrettante specialità**: l'atletica, gli sport acquatici (nuoto, canoa, vela), il tatami, la pallavolo, e gli sport su campo, come calcio e rugby.

Così, nelle piazze, **curiosi e appassionati hanno potuto cimentarsi nelle diverse discipline**. I più fortunati hanno addirittura potuto sfidare gli atleti ospiti della manifestazione, come le presenze fisse Jury Chechi e Antonio Rossi. Ma ricche di iniziative e di ospiti d'eccezione sono state anche le altre tre tappe del tour. Dopo Napoli è stata la volta di Torino, dove Casa Italia ha traslocato dall'8 al 10 giugno, precisamente in piazza Castello, per poi approdare in piazza Duomo a Milano (dal 15 al 17 giugno) e concludere il tutto a Roma, in piazza del Popolo, dal 22 al 24 giugno. Il *road show* si è concluso a Roma accogliendo, nel villaggio in Piazza del Popolo, l'intera delegazione olimpica al ritorno dalla consegna del tricolore da parte del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano.

## **L'IMPORTANZA SOCIALE ED ECONOMICA DELLO SPORT**

Intesa Sanpaolo e il CONI condividono i valori dello sport promossi dal movimento olimpico internazionale. Obiettivo comune è promuovere progetti per lo sviluppo e la diffusione della pratica e della cultura sportiva a tutti i livelli della società, contribuendo in questo modo al benessere del Paese. I dati aggiornati al 2011 stimano 13 milioni di praticanti nel nostro Paese. Il *target* giovanile è quello più coinvolto nella pratica sportiva con ben il 73% di praticanti tra i 18 e i 24 anni e il 67% tra i 25 e i 34 anni.

Il giro d'affari annuale in Italia supera i **42 miliardi di euro** con un'incidenza sul PIL italiano di oltre il **2,6%**. Le voci più rilevanti sono le spese legate allo *sportswear* non tecnico (14 miliardi secondo CENSIS-CONI) ai quali vanno aggiunti 8 miliardi di euro (Nomisma) per vacanze e/o *business* turistico legato allo sport e i 2,7 miliardi di euro legati alla produzione di articoli sportivi e attrezzature tecniche (comprese le biciclette), con un avanzo commerciale di circa mezzo miliardo di euro (Istat).

Sono oltre 13.000 le imprese attive nel comparto sportivo che hanno spesso saputo sfruttare le nicchie di mercato per mantenere leadership importanti. Tra questi il "*Made in Montebelluna*", uno dei principali poli per le calzature tecniche sportive e il comparto delle biciclette dove l'Italia rimane leader in Europa con oltre 12 mila addetti e 2,5 milioni di pezzi nel 2010 per una produzione superiore a 1,2 miliardi. Anche nei settori ad elevata tecnologia non mancano esempi di imprese con clamorose storie di successo, come la Technogym, leader nella produzione di attrezzature per il wellness.

## **INTESA SANPAOLO E LO SPORT**

Il sostegno al CONI per il triennio olimpico 2012-2014 offre ad Intesa Sanpaolo l'opportunità di ribadire la sua vicinanza al mondo dello sport e ai migliori valori che esso trasmette. Continua perciò il percorso comune che Intesa Sanpaolo e CONI hanno avviato nel 2008 con le Olimpiadi di Pechino, proseguito nel 2009 con i Giochi del Mediterraneo di Pescara e nel 2010 con le Olimpiadi Invernali di Vancouver.

Intesa Sanpaolo svolge un ruolo di primo piano nella crescita del Paese: in quest'ottica garantisce il proprio appoggio a eventi, come i Giochi Olimpici, che da sempre rappresentano la massima espressione dell'agonismo e del gesto sportivo. La scelta di sponsorizzare queste manifestazioni di forte visibilità dimostra la volontà della Banca di sostenere la promozione del Sistema Italia a livello sia nazionale sia internazionale.

*"La partnership con il CONI - sostiene **Enrico Tomaso Cucchiani, CEO** – esprime il sostegno di Intesa Sanpaolo ai valori universali che lo sport rappresenta. Valori come la sana competitività, il*

*rispetto delle regole, la dinamicità, il fair play, la dedizione, l'impegno per il superamento dei propri limiti, sono principi che ritroviamo nello sport e che sono alla base della migliore cultura d'impresa".*

Nell'ultimo decennio, la crescita del Gruppo è andata di pari passo con l'impegno nello sport. Nel biennio 2000 – 2002 si realizza la sponsorizzazione della Nazionale Italiana di Calcio anche in occasione dei Mondiali del 2002 in Giappone. Nel 2006 inizia il sostegno allo sport Olimpico con le Olimpiadi Invernali di Torino e Piemonte. L'impegno continua con la sponsorizzazione del Team Luna Rossa durante l'America's Cup di Valencia 2007.

Nel 2009 Intesa Sanpaolo è presente ai Mondiali di Nuoto a Roma, confermando la partnership con la Federazione Italiana per la promozione di attività agonistiche e istituzionali. Nel 2010 è Top Sponsor dei Mondiali di Pallavolo Maschile e nel 2011 degli Europei di Pallavolo Femminile.

Lo sport abbate le barriere ad ogni livello, non solo internazionale ma anche locale. Intesa Sanpaolo sul territorio è vicina a squadre come Milan, Fiorentina, Cagliari, Napoli, Bologna, Udinese per la Serie A di calcio, ad altre squadre di Serie B e ad alcune squadre di basket, pallanuoto, pallamano, pallavolo, atletica, rugby.

Lo sport è un potente strumento d'inclusione sociale: per questo Intesa Sanpaolo sostiene il progetto "Sportivamente" incentrato sugli aspetti del disagio mentale e l'emarginazione sociale attraverso approcci d'intervento di tipo sportivo.

Oggi lo sport rappresenta, insieme con la famiglia e la scuola, il terzo pilastro educativo. Tra gli obiettivi di Intesa Sanpaolo c'è lo sviluppo di *partnership* per la valorizzazione della pratica sportiva quale momento educativo e di crescita dei giovani, come nel caso dei progetti "Basket 3 nelle scuole", "Milan Junior" "Armani Junior Program" e le attività con il CUS Torino.

La fotografia dell'impegno dalla Banca è confermata anche dai numeri degli investimenti nelle sponsorizzazioni sportive. Nel 2010 lo Sport ha rappresentato il 28,2 % degli interventi in Italia, secondo solo alle sponsorizzazioni culturali.