

COMUNICATO STAMPA

INTESA SANPAOLO SCENDE IN CAMPO PER I GIOVANI: ZERO COSTI, TANTO SPORT E SOSTEGNO AGLI EVENTI DEL CUORE

Presentazione stampa di Intesa Sanpaolo e Panini con la partecipazione di Martina Rosucci e Filippo Romagna, giovani talenti del calcio italiano.

- Intesa Sanpaolo conferma la grande attenzione al mondo dei giovani: 2,3 milioni i clienti under 35 della banca, il 20% della clientela. Erogati 7,5 miliardi di Mutui Giovani.
- Rinnovata la collaborazione con il gruppo Panini, al centro della nuova campagna pubblicitaria
- L'iniziativa si tinge di rosa con le figurine omaggio della serie A femminile, della nazionale e della nazionale under 21
- Al via il Panini Tour Up! 2019 con 36 tappe in tutta Italia e in 24 filiali del gruppo Intesa Sanpaolo
- Nel 2018 sottoscritti 84.000 nuovi XME Conto UP! per i minori di 18 anni
- L'educazione al risparmio tra gli obiettivi: dal XME Salvadanaio, ai laboratori in filiale, al truck itinerante SAVE

Milano, 18 febbraio 2019 - Intesa Sanpaolo ha scelto di giocare una partita che è anche una scommessa per il futuro: quella della banca che **riserva ai giovani servizi gratuiti**, promuove l'**educazione al risparmio** ed è **presente nei luoghi e agli eventi cult**. In quest'ottica banca e gruppo Panini rinnovano **oggi la collaborazione avviata un anno fa**. All'evento stampa presso la filiale di Milano Piazza Cordusio presenti **Filippo Romagna** della **nazionale under 21** e **Martina Rosucci** della **nazionale femminile**. Hanno dato voce a uno **stile di comunicazione giovane**, ma anche molto **attento alla parità** di genere. Per Intesa Sanpaolo è intervenuto **Andrea Lecce**, responsabile Sales & Marketing Privati e Imprese Retail e per Panini **Antonio Allegra**, direttore Mercato Italia Figurine e Card.

La collaborazione tra Intesa Sanpaolo e Panini ha permesso di conseguire **risultati importanti**: oltre **84.000 nuovi conti under 18** in meno di un anno e decine di migliaia di partecipanti al **Panini Tour Up! 2018**, di cui **6.000** agli eventi promossi nelle filiali della banca. Nel 2019 l'**Album Calciatori**

2018-2019 e una **box con 500 figurine** saranno ancora l'ambito omaggio abbinato ad ogni **XME Conto UP!**. Inoltre, l'**iniziativa si tinge di rosa** con le figurine della serie A femminile, della nazionale e della nazionale under 21.

Il **Gruppo DDB Italia** firma la **nuova campagna**: due soggetti **on air per 5 settimane** su tv, web e cinema per raccontare una passione che parte da lontano. Il primo spot mostra un gruppetto di bambini intento a giocare per strada, che si immaginano grandi calciatori, applauditi dai genitori sugli spalti, mentre corrono in un vero stadio. Il secondo racconta la domenica mattina di una bimba che gioca a fare la grande ma, inaspettatamente, nel suo futuro non immagina scarpe col tacco bensì scarpe con i tacchetti: la sua vera passione, infatti, è il calcio.

Dal 23 febbraio al 31 marzo torna il **Panini Tour Up! 2019**, l'iniziativa itinerante per il lancio della collezione **Calciatori 2018-2019**, in partnership con Intesa Sanpaolo, che ospiterà il tour in **24 filiali** di altrettante città. Ad accogliere i partecipanti ci sarà anche **Pepper**, il robot umanoide di **Intesa Sanpaolo Innovation Center**, in spedizione sulla Terra dal pianeta Pepperone per imparare le regole del calcio terrestre. Per facilitare la partecipazione, i collezionisti si possono registrare online sul sito www.paninitourup.it o prenotare direttamente in filiale.

Nel complesso l'iniziativa seguirà **tre percorsi**, toccando **oltre 30 città da nord a sud** per un totale di 36 tappe e 48 giornate evento. Piccoli e grandi collezionisti potranno così darsi appuntamento per scambiare le doppie e per partecipare alle **Figuriniadi**. In palio, **l'Almanacco illustrato del Calcio 2019**, zainetti, portachiavi e tante bustine di figurine. Ci sarà anche una speciale cabina per scattare una foto ricordo e da condividere sui social. Aver completato l'album garantisce l'accesso all'area esclusiva del **Panini box** per ritirare uno straordinario kit di regali e il prestigioso timbro ufficiale **Album completato**.

I clienti under 35 di Intesa Sanpaolo **sono 2,3 milioni, il 20% della clientela**. Intesa Sanpaolo è entrata nel loro mondo con un numero crescente di iniziative e il **sostegno dei più importanti eventi** che li coinvolgono: da *X Factor* agli appuntamenti musicali più amati, i fumetti, a cominciare da *Lucca Comics*, i videogame, il fantasy, il *Festival dei Giovani di Gaeta*. L'obiettivo è dialogare con i giovani e accompagnarli nella loro crescita: con un **Prestito d'Onore** che li aiuta a concentrarsi sullo studio, senza chiedere garanzie alla famiglia; il **Microcredito** a sostegno dell'impresa giovanile; il **Mutuo Giovani** che consente l'accesso anche ai lavoratori a tutele crescenti e ha raggiunto **7,5 miliardi** di erogazioni in due anni. I clienti "in erba" della banca potranno **accedere via via a servizi sempre più evoluti** senza nemmeno dover cambiare l'Iban del conto. Il XME Conto UP! a loro dedicato, fino ai 18 anni, è **esente da ogni costo**, compresa l'imposta di bollo. Inoltre, riconosce un **bonus dell'1%** sulle **giacenze**, che verrà accreditato al compimento della maggiore età. Anche la **carta** per i prelievi e i pagamenti in Italia e all'estero è **gratuita**. La maggior parte dei servizi è accessibile **in digitale e in autonomia**, ma sempre con un **parental control** a distanza. Un punto di attenzione è l'**educazione al risparmio**: un valore da insegnare attraverso un approccio ludico e al passo con i tempi. A questo ci pensa il **XME dindi**, il rivoluzionario **salvadanaio** a forma di **coccinella** o di **maialino** con touch screen in grado di interagire con i piccoli risparmiatori.

*"Intesa Sanpaolo non è più la banca che i giovani italiani hanno ereditato da genitori e nonni affezionati e fedeli clienti da generazioni, ha voluto sottolineare **Andrea Lecce**, responsabile Sales & Marketing Privati e Imprese Retail di Intesa Sanpaolo. "Intesa Sanpaolo sta diventando la banca che 2,3 milioni di giovani hanno scelto in autonomia perché offre le migliori condizioni per conti e mutui, i programmi di alternanza scuola lavoro più completi, i prestiti d'onore per finanziare gli studi, l'appoggio per avviare una startup e, non da ultimo, le partnership più divertenti, come quella che rinnoviamo oggi con il gruppo Panini".*

*"Dopo la fortunata esperienza dello scorso anno, anche questa nuova edizione del Panini Tour risulta impregiata dalla partnership con Intesa Sanpaolo", ha dichiarato **Antonio Allegra**, direttore mercato*

Italia di Panini. *“Ben 24 filiali della banca in tutta la penisola, oltre a piazze e centri commerciali, diverranno occasione di aggregazione per i fans delle figurine Calciatori, che potranno vivere un arricchimento dell’esperienza di collezionamento e condivisione della propria passione grazie ai momenti ludici e di intrattenimento tipici del Panini Tour”.*

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Ufficio Media Banca dei Territori e Media locali

Tel. +39 011.555.6652 - 02.8796.2747

stamp@intesasnpaolo.com

Panini Spa

Mediarkè srl

Tel. +39 06.45476584

panini.ufficiostampa@mediarke.it