

COMUNICATO STAMPA

NUOVA PARTNERSHIP TRA INTESA SANPAOLO ED IL CONI PER IL TRIENNIO OLIMPICO 2012-2014

- **Intesa Sanpaolo Main Sponsor del CONI, della Squadra Olimpica italiana e di Casa Italia**

Milano, 7 novembre 2011 – Presentato oggi, nella Filiale Flagship Superflash di via Torino, il nuovo accordo tra il CONI ed Intesa Sanpaolo. La partnership valida per il triennio olimpico 2012 – 2014 è stata illustrata alla stampa dal presidente del CONI, **Giovanni Petrucci**, dal segretario generale del CONI, **Raffaele Pagnozzi** e per Intesa Sanpaolo, dal consigliere delegato e CEO, **Corrado Passera**, e dal direttore generale vicario, **Marco Morelli**. Presenti all'incontro alcuni atleti della squadra olimpica italiana già qualificati per Londra 2012 e celebri campioni olimpici.

LA PARTNERSHIP PER IL TRIENNIO OLIMPICO 2012 –2014

Il nuovo accordo 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, le Olimpiadi Invernali di Sochi 2014, in Russia e i Giochi Olimpici Giovanili Invernali Innsbruck 2012. Tra gli altri appuntamenti vanno ricordati la Giornata Nazionale dello Sport (2012, 2013, 2014) ed il Natale degli Sportivi (2012, 2013, 2014).

L'IMPORTANZA SOCIALE ED ECONOMICA DELLO SPORT

Intesa Sanpaolo ed 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 ed il 67% tra i 25 e i 34 anni.

Il giro d'affari annuale in Italia supera i **41 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.

*“Legando il suo nome allo sport e al CONI - è il commento di **Corrado Passera** - Intesa Sanpaolo vuole anzitutto sottolineare la sua adesione ai valori universali che esso 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 tutti principi che ritroviamo nello sport e che sono fondanti proprio della migliore cultura d’impresa. E non va trascurato il valore economico dello sport che al pari della cultura, l’Italia deve riuscire a valorizzare anche per attirare verso il nostro Paese i nuovi turisti e far apprezzare il Made in Italy e lo stile di vita italiano”.*

*“Vogliamo contribuire allo sviluppo economico dei territori e delle persone ed essere parte attiva del processo di sviluppo sociale – ha commentato **Marco Morelli**. L’obiettivo a cui tende il Gruppo attraverso le Banche dei Territori e all’accordo con il CONI è diffondere lo sport come valore etico e sociale, attraverso attività sportive rivolte ai giovani. Lo sport è infatti un potente strumento di inclusione sociale. L’impegno sul territorio si traduce nella ferma volontà di diventare un riferimento per le società sportive, sviluppando linee di prodotti legati al mondo dello sport e dedicati all’esigenze di queste strutture”.*

Per informazioni

Intesa Sanpaolo – Rapporti con i Media
stampa@intesanpaolo.com

CONI – Ufficio Stampa
comunicazione@coni.it
 Tel: 06 36857241

Mirella Gai
 mobile +393346538080
mirella.giai@intesasanpaolo.com

Danilo Di Tommaso
 Mobile +393358468248
danilo.ditommaso@coni.it

Giovanni La Barbera
 Mobile +393357438262
giovanni.labarbera@intesasanpaolo.com