

Banca Ifis, al via la campagna ADV per sostenere i giovani atleti del CONI e i valori dello sport

- *On air* la nuova campagna della Banca che racconta l'impegno a sostegno dello sport come motore di sviluppo economico e sociale del Paese.
- La campagna accompagna l'iniziativa di Banca Ifis a supporto dei giovani atleti medagliati del CONI attraverso le Borse di Studio.
- Il lancio rappresenta un ulteriore tassello nel percorso di crescita del brand Banca Ifis che, nel 2023, ha superato i 200 milioni di euro di valore (+63% dal rebranding del 2019).

Milano, 19 dicembre 2024 – **Banca Ifis** lancia la nuova campagna pubblicitaria dedicata ai giovani atleti del CONI e allo sport per evidenziare come l'attività sportiva rappresenti una forza propulsiva in grado di generare impatto economico e sociale rilevante per l'intero Sistema Paese. La campagna, svelata in anteprima in occasione della presentazione delle Borse di Studio ai giovani atleti medagliati del CONI, che la Banca ha erogato per il quarto anno consecutivo, per un totale di 640.000 euro, viaggerà per un mese sugli **autobus** delle città di **Roma** e **Milano** e sarà presente Always On Display (AOD) sui treni **Frecciarossa** di tutte le tratte nazionali.

"I valori dello sport sono parte integrante del DNA di Banca Ifis. Per questo, siamo vicini al sistema sportivo italiano, sia con i nostri prodotti e servizi finanziari che con iniziative sociali, con un'attenzione particolare ai giovani. La nuova campagna, nata dalla partnership strategica pluriennale con il CONI, rappresenta una ulteriore tappa nel percorso di crescita del brand Banca Ifis. Un brand che, anche grazie a iniziative di valore come queste, si conferma vicino ai territori e alle persone, per le quali la Banca sviluppa progetti a elevato impatto sociale, come dimostrano i risultati del nostro modello di misurazione di impatto che abbiamo sviluppato proprio per dare alla dimensione sociale un valore tangibile e concreto in grado di orientare tutte le nostre iniziative", dichiara **Rosalba Benedetto, Direttore Comunicazione, Marketing, Public Affairs & Sostenibilità di Banca Ifis.**

Attraverso il trattamento stilistico la nuova campagna - firmata dalla boutique creativa **Independent Ideas** - crea un parallelismo tra i movimenti degli atleti e l'impatto positivo, economico e sociale, che lo sport genera. La composizione dei tre soggetti protagonisti della campagna, infatti, mette in luce come ogni gesto sportivo non sia solo una vittoria individuale, ma rappresenti una manifestazione di valore collettivo.

Il percorso di branding di Banca Ifis

La campagna "**Banca Ifis e CONI insieme per i giovani atleti**" rappresenta una nuova tappa del più ampio percorso di rafforzamento e posizionamento del brand avviato da Banca Ifis nel 2019 con una importante operazione di rebranding. Un percorso ispirato dal **Presidente, Ernesto Fürstenberg Fassio**, e guidato da **Rosalba Benedetto**, Direttore Comunicazione, Marketing, Public Affairs & Sostenibilità di Banca Ifis, che ha portato la Banca ad entrare nella classifica Top 500 Banking Brands, la graduatoria delle maggiori 500 banche al mondo per valore del brand, e a superare per la prima volta, nel 2023, i 200 milioni di euro di valore del marchio con una crescita del 63% dall'operazione di rebranding. La crescita del brand è stata realizzata attraverso una serie di iniziative di ampio respiro in diversi campi: sostenibilità, ambientale e sociale, arte e cultura, sport.

Per quanto riguarda la sostenibilità sociale, nel 2022, Banca Ifis ha lanciato **Kaleidos, il Social Impact Lab** che raccoglie iniziative a elevato impatto sociale intervenendo in tre aree: territori, per sostenere la crescita collettiva e la valorizzazione della diversità; cultura, intesa come driver di sviluppo sostenibile e di inclusione; benessere delle persone, per sensibilizzare verso i temi della salute e della ricerca scientifica. Un progetto che, nel **triennio 2022-2024, ha previsto un piano di investimenti di 7 milioni di euro** e che, a oggi, ha permesso la realizzazione di **37 iniziative sociali** ad alto valore aggiunto su tutto il territorio italiano. Iniziative che la Banca, grazie all'applicazione del modello di "**Misurazione d'Impatto**", sviluppato in collaborazione con Triadi - spinoff del Politecnico di Milano - riesce a quantificare, monitorando l'impatto generato dai progetti incubati in

Kaleidos e traducendo così la dimensione “Sociale” dell’acronimo ESG (da sempre considerata intangibile) in un set di obiettivi concreti e risultati tangibili.

Più di recente, Banca Ifis ha lanciato **Ifis art**, il brand che raccoglie tutte le iniziative pensate per valorizzare il patrimonio di arte e cultura. Il progetto trova la sua massima espressione nel **Parco Internazionale di Scultura**, già oggi case history internazionale in materia di *corporate collection* e *cultural and social responsibility*. Tra i progetti più significativi di Ifis art vi è il recupero e restauro di “Migrant Child”, una delle sole due opere di Banksy presenti in Italia, e il Palazzo San Pantalon sul quale è realizzata.

L’impegno di Banca Ifis nel campo dello sport e la misurazione d’impatto delle borse di studio CONI

Per Banca Ifis lo sport rappresenta uno strumento di inclusione sociale e un veicolo dei valori della Banca. Da quattro anni Banca Ifis sostiene i medagliati *juniores* italiani con borse di studio erogate attraverso il **CONI**. All’iniziativa, la Banca ha applicato il proprio modello di misurazione d’impatto per quantificare, attraverso criteri oggettivi, il valore sociale generato dalle borse di studio sulla vita dei giovani atleti e sulle comunità in cui vivono. In particolare, l’analisi di Banca Ifis ha rilevato che i 160.000 euro erogati in favore dei **116 azzurri medagliati juniores del 2023** hanno avuto un **moltiplicatore d’impatto pari a 4,1**. Tradotto in termini pratici, le borse di studio 2023 di Banca Ifis hanno generato un **impatto sociale pari a 656.000 euro**. Si tratta di un risultato in forte crescita rispetto a quello registrato dalle borse di studio assegnate ai medagliati juniores del 2022, che avevano generato un moltiplicatore d’impatto pari a 3,3.

La collaborazione con il CONI non è però l’unico ambito di impegno di Banca Ifis nel campo sportivo. Tra le iniziative sostenute rientrano il **Torneo Ravano di Genova** - il principale appuntamento calcistico europeo dedicato alle scuole primarie - supportato dalla UEFA; la realizzazione, nel 2022, di un nuovo campo da calcio per l’**Istituto Opera Don Bosco Sampierdarena di Genova**, situato in una delle aree più critiche della città.

L’impegno della Banca nello sport abbraccia anche la dimensione economica e sociale di tutte le componenti dello sport: per offrire ai decisori, pubblici e privati, dati e informazioni utili per l’implementazione di progetti strategici a favore del settore, Banca Ifis pubblica annualmente l’**Osservatorio sullo Sport System** italiano: <https://www.bancaifis.it/chi-siamo/ricerche-progetti/ifis-sport/>. Dal 2021, inoltre, Banca Ifis è main jersey sponsor di tutte le squadre maschili, femminili e giovanili di **UC Sampdoria**, società con cui porta avanti anche numerose iniziative di inclusione sociale sul territorio ligure.

Rosalba Benedetto

Direttore Comunicazione, Marketing, Public Affairs & Sostenibilità di Banca Ifis
Banca Ifis S.p.A.

Davide Pastore

Responsabile Relazioni con i Media
davide.pastore@bancaifis.it
+39 337 1115357

Davide Tammaro

Head of Brand, Corporate Communications and Sustainability
davide.tammaro@bancaifis.it
+39 366 6258525

Giulia Di Martella Orsi

Relazioni con i Media
giulia.dimartellaorsi@bancaifis.it
+39 366 6579799

