

## COMUNICATO STAMPA

### **SOGNI DA CONDIVIDERE E DA REALIZZARE: SHARINGDREAMS, IL NUOVO *FORMAT* DI INTESA SANPAOLO PER INCORAGGIARE LA RIPRESA ECONOMICA**

- **Barrese: “Siamo la Banca di riferimento per la fiducia e la crescita del Paese. Nei primi sette mesi del 2017 abbiamo erogato credito per oltre 11 miliardi alle famiglie italiane, di cui oltre 8 miliardi di mutui”.**

Milano, 22 settembre 2017 – Rinnovata fiducia e slancio verso la crescita con attesa di miglioramento per la propria situazione economica nei prossimi mesi, perché ‘il peggio è passato’: questo il trend che si riflette nei dati della ricerca IPSOS presentata oggi presso Intesa Sanpaolo, che rispecchiano il reale miglioramento di tutti gli indicatori di recupero della fiducia dopo la crisi e segna una nuova partenza dell’economia del Paese.

Questi dati confortanti, supportati dalla storica elevata propensione al risparmio delle famiglie e la nuova vitalità italiana degli ultimi mesi in termini di investimenti di privati e imprese, stanno influenzando positivamente le scelte finanziarie degli italiani e confermano che essi guardano al futuro con maggiore fiducia. Segnali che indicano che si è usciti dall’emergenza della crisi e che si torna a utilizzare il risparmio e si ricorre al credito bancario per progetti specifici o di lungo termine e non per ripararsi da eventi critici. Crescono infatti i dati del mercato immobiliare e diminuiscono le surroghe dei mutui a favore di nuovi mutui.

In questo contesto ha preso forma il nuovo posizionamento di Intesa Sanpaolo che oggi ha presentato la nuova campagna *SharingDreams*, con l’idea di modificare le tradizionali logiche pubblicitarie reinterprestando contenuti condivisi in Rete per creare nuove narrazioni, nuovi messaggi. Una modalità di lavoro che ha richiesto ascolto, ricerca e monitoraggio di linguaggi espressivi più attuali, alternativi ai percorsi produttivi e creativi classici.

E’ il *sogno* da condividere, inteso come emozione che suscita un impulso o come progetto che trova compimento, il tema di comunicazione che Intesa Sanpaolo propone con *SharingDreams* su *digital* media, tv e cinema a partire da domenica 24 settembre per due settimane con un *format* che coinvolgerà tutte le filiali del Gruppo.

La nuova campagna di comunicazione si concentra sul mutuo e sul conto corrente, due prodotti universali e indirizzati a tutti, integrandovi la dimensione del sogno che ispira la motivazione, la fiducia e un nuovo sguardo ottimista verso il futuro se affiancato dal Gruppo bancario più solido e attento a supportare l’economia reale del Paese.

Ed è così che il *sogno*, protagonista dei due spot dedicati al **mutuo giovani** e a **XME CONTO**, è metafora di desideri, progetti e aspirazioni che motivano le scelte di vita dei singoli per i quali la Banca è luogo e strumento per realizzarli. Il sogno della casa, il più grande e importante per la maggior parte degli italiani, si realizza grazie a una proposta di mutuo per i giovani che possano affrontare rate più leggere, almeno per i primi anni,

rimandando il pagamento della quota capitale fino a 10 anni e con finanziamenti fino al 100%; il sogno di un proprio conto corrente, diventa realtà grazie alla possibilità di modularlo e personalizzarlo con prelievi gratuiti in tutto il mondo per gli *under30*.

Il Gruppo Intesa Sanpaolo, che ha saputo incoraggiare e accompagnare le scelte dei risparmiatori e delle imprese italiane anche nei momenti più difficili della crisi attraverso strumenti ad hoc di supporto ai bisogni finanziari di famiglie e privati e l'adozione della moratoria e della surroga sui mutui in anticipo rispetto all'intero settore bancario, prosegue nell'ascolto dei bisogni dei propri clienti per realizzarne i sogni nel percorso della condivisione, che è poi il principio ispiratore delle più importanti attività non solo commerciali di Intesa Sanpaolo, ma di comunicazione e coinvolgimento del pubblico (Expo2015 e SharingItaly, per citare iniziative recenti di grande successo).

Tutti i progetti di Intesa Sanpaolo sono, infatti, ispirati dall'idea della condivisione e della partecipazione per accompagnare le persone e i loro progetti nelle principali tappe della vita.

*“C'è una notevole evidenza di segnali che vanno in direzione di una svolta dell'economia”, commenta **Stefano Barrese, responsabile Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo**. “La fase più dura della crisi sembra essere alle nostre spalle, una fase nella quale Intesa Sanpaolo non ha mai interrotto l'erogazione di credito ed è sempre stata a fianco di famiglie e imprese con iniziative come la moratoria per le piccole imprese e con misure straordinarie per riportare in bonis oltre 60mila aziende tutelando 600mila posti di lavoro. Ora assistiamo a un significativo rilancio di consumi e investimenti e Intesa Sanpaolo è pronta ancora una volta a svolgere il proprio ruolo di banca per l'economia reale con un programma di erogazione di credito complessivo in Italia per il 2017 pari a 50 miliardi di euro, dei quali nei primi sette mesi abbiamo già erogato alle famiglie 11 miliardi di euro e di questi, oltre otto solo per i loro mutui. In tre anni abbiamo quasi raddoppiato la quota di mercato nell'erogazione dei mutui e questo perché nemmeno nei momenti più critici abbiamo ristretto le maglie del credito».*

*“Comunichiamo la Banca e facciamo business con modalità inedite e distintive per un operatore bancario”, dichiara **Vittorio Meloni, responsabile Direzione Relazioni Esterne di Intesa Sanpaolo**. “I cambiamenti socio-economici degli ultimi anni hanno imposto un'evoluzione del rapporto con la clientela bancaria e noi abbiamo deciso, da tempo, di incoraggiare la fiducia con nuovi schemi di comunicazione, partecipazione e condivisione. Una scelta vincente per accompagnare l'Italia fuori dalla crisi anche attraverso messaggi rassicuranti e coinvolgenti, unendo alla logica della redditività l'obiettivo di fare bene, di dare spazio ai bisogni delle persone”.*

*“La campagna **SharingDreams** include nel suo format nuovi linguaggi e le modalità espressive di un mondo sempre più connesso e partecipativo, dove il sogno è il motore emotivo di una fase di sviluppo e di crescita, collettiva e individuale”.*

Informazioni per la Stampa

**Intesa Sanpaolo**

Rapporti con i Media Banca dei Territori e Media locali  
[stampa@intesasanpaolo.com](mailto:stampa@intesasanpaolo.com)