

**COMUNICATO STAMPA****INTESA SANPAOLO – A MANO A MANO****La nuova campagna pubblicitaria istituzionale con protagonisti****SERGIO CASTELLITTO e PIETRO CASTELLITTO****affiancati da****FRANCESCO “CICCIO” GRAZIANI e ROBERTO BOLLE****SULLE NOTE DI “A MANO A MANO” REINTERPRETATA DA MINA****E per la prima volta insieme alla regia****SERGIO CASTELLITTO e PIETRO CASTELLITTO****IMMAGINI E MATERIALI AL [LINK](#)**

*Roma, 14 ottobre 2026* – Si può spiegare che cos'è una banca, oppure mostrarlo. Con “A mano a mano”, la nuova campagna istituzionale, Intesa Sanpaolo sceglie la seconda strada: invece di raccontare che cos'è la banca fa vedere gli effetti concreti del proprio lavoro accanto ai clienti e al Paese: in una casa, in un'impresa, in una biblioteca, in un museo, in una sala di controllo. Storie diverse, con un punto in comune: la vicinanza di Intesa Sanpaolo.

**Stefano Lucchini**, Chief Institutional Affairs and External Communication Officer Intesa Sanpaolo, ha dichiarato: *“La campagna vuole sottolineare il modo di fare banca di Intesa Sanpaolo: il sostegno all'economia reale per imprese, giovani e famiglie, la presenza attiva nel sociale, l'impegno nella cultura. Per farlo abbiamo coinvolto grandi nomi orgoglio del nostro Paese che portano il talento italiano nel mondo insieme alle nostre colleghe e colleghi. Il mostrare e non spiegare, il coinvolgere e tenere vicino colleghi, clienti, persone, territori è quanto si vede e questo siamo noi”*.

La storia è costruita come una catena di mani che attraversa l'Italia e i protagonisti sono clienti e persone della Banca. Una giovane coppia nella prima casa, accanto a chi in filiale ha firmato il loro mutuo. Un produttore di vino e un'azienda di arredi per grandi imbarcazioni, clienti della Banca, con chi contribuisce alla realizzazione dei loro progetti. Una studentessa che ha potuto proseguire gli studi grazie al prestito d'onore, insieme a chi gestisce il programma. Francesco «Ciccio» Graziani con i ragazzi della società sportiva “Olmoponte Santa Firmina” di Arezzo, il progetto di calcio integrato e inclusivo sostenuto dalla Banca. Roberto Bolle, étoile del Teatro alla Scala, ambassador di Intesa Sanpaolo, ritratto nelle sale di Galleria Borghese a Roma per il capitolo dedicato all'arte e alla cultura. Un ingegnere di Terna, il gestore della Rete di Trasmissione Nazionale dell'energia elettrica in alta e altissima tensione con cui Intesa Sanpaolo lavora, accanto a chi in Banca finanzia le grandi opere e le grandi infrastrutture. Un nonno che

investe i risparmi di una vita, per sé e per il nipote, con la consulente che lo affianca nelle scelte di finanza personale e familiare. Ogni protagonista si presenta con poche parole scritte a mano: i clienti raccontano la propria storia, le persone della Banca indicano i numeri che quella storia ha reso possibile. Le cifre danno la misura dei progetti di chi li ha realizzati e dei servizi che Intesa Sanpaolo contribuisce a garantire al Paese.

Il filo del racconto è affidato a Sergio e Pietro Castellitto, per la prima volta insieme nella regia. La complicità è uno degli elementi centrali della campagna e ne incarna l'idea di fondo: insieme si costruisce qualcosa di concreto. Tra i due c'è un affetto scanzonato, vivace, fatto di gesti, battute e sguardi che chiunque riconosce nella propria famiglia, ed è attraverso questo legame che lo spettatore entra nel racconto.

Con loro emergono i frutti di un lavoro comune che costituiscono l'essenza del nostro Paese: il sostegno incondizionato allo studio e alle nuove generazioni, un'impresa che cresce, una comunità radicata nei territori e che non lascia indietro nessuno, la tutela del patrimonio culturale.

Il film non ha voce narrante: a parlare è solo la musica. "A mano a mano", scritta nel 1978 da Riccardo Cocciante e Marco Luberti e resa celebre dall'interpretazione di Rino Gaetano, è reinterpretata da Mina. Più che accompagnare le immagini, la canzone fa da raccordo tra una storia e l'altra, fino a tornare al punto di partenza: la finanza si vede nella vita quotidiana di ciascuno e Sergio e Pietro ne sono i testimoni. Ed in chiusura sarà proprio Mina a rivolgersi direttamente allo spettatore.

**Roberto Bolle** ha dichiarato: *"È un piacere prendere parte a questa campagna istituzionale di Intesa Sanpaolo e contribuire, attraverso la mia presenza, a rappresentare il valore della cultura, dell'arte e della bellezza, e il patrimonio di valori che esse portano con sé. Da molti anni sono impegnato in progetti educativi e formativi rivolti soprattutto alle nuove generazioni e nella diffusione della danza e dei suoi valori, attraverso OnDance e la Fondazione Roberto Bolle. In questo percorso ho potuto constatare quanto il sostegno di realtà come Intesa Sanpaolo sia fondamentale: senza il loro contributo, molti progetti capaci di creare opportunità, trasmettere conoscenza e avvicinare le persone all'arte non potrebbero diventare realtà. Il mio è un piccolo cameo all'interno della campagna, ma vuole essere anche una testimonianza del valore di un'alleanza importante, quella tra il mondo dell'impresa e quello della cultura, capace di generare valore per la società e costruire opportunità per il futuro".*

**Francesco "Ciccio" Graziani** ha dichiarato: *"Aver avuto la possibilità, grazie allo spot di Intesa Sanpaolo, di raccontare la realtà dell'associazione che rappresento e dare visibilità ai ragazzi con disabilità che ne fanno parte è stato prezioso. Ringrazio Intesa Sanpaolo per l'opportunità".*

L'idea creativa è di MEP - Meta Europe Production MEP, Luca Josi, produttore televisivo — tra i suoi programmi Passaparola e Sarabanda e oltre 5000 ore di prime time — e poi alla guida della comunicazione di gruppi come TIM, e Allegra Scattaglia, con all'attivo campagne per Italo, Breil, Autostrade per l'Italia, Luiss Guido Carli. La società si occupa di comunicazione: posizionamento, strategia di marca, piani di comunicazione e media per imprese e istituzioni. Sviluppa campagne pubblicitarie, format, contenuti editoriali, produzioni video e progetti digitali.

La produzione è stata affidata a Think Cattleya, casa di produzione pubblicitaria del gruppo Cattleya e parte del broadcaster internazionale ITV Studios, che ridefinisce i linguaggi della comunicazione visiva. Con oltre 100 spot, 130 pitch, 20 video musicali e 50 eventi realizzati ogni anno, la società supera da sempre i confini della pubblicità tradizionale, arricchendo le proprie competenze grazie a un'attenta e continua attività di ricerca e sviluppo. Con sedi operative a Milano e Roma e una forte sinergia con il Gruppo, rappresenta un modello produttivo completo, innovativo e all'avanguardia. La guida e la gestione operativa di Think Cattleya sono affidate al management: Monica Riccioni, Founder e CEO, guida la production house verso la leadership globale nella produzione di contenuti d'eccellenza; Martino Benvenuti, General Manager ed Executive Producer, unisce una profonda competenza tra cinema, ADV ed eventi a un'attitudine imprenditoriale innovativa nel settore dei media.

Si ringraziano per il prezioso contributo: Esclapon & Co., Marco Fanfani e Fabrizio Paschina.

La campagna partirà domenica 18 ottobre e prevede una pianificazione continuativa di circa tre settimane, con una copertura nazionale. La comunicazione utilizzerà un impianto multicanale con TV, stampa, radio, digital, affissione e cinema.

#### **Intesa Sanpaolo**

Media and Associations Relations

[stampa@intesasnpaolo.com](mailto:stampa@intesasnpaolo.com)

<https://group.intesasnpaolo.com/it/sala-stampa/news>

## **I MESSAGGI DELLA CAMPAGNA: IL CONTRIBUTO DI INTESA SANPAOLO ALL'ITALIA**

### **SOLIDITA' E CRESCITA**

#### **Risultati finanziari del Gruppo, primo semestre 2026**

- Utile netto semestre: 5,6 miliardi di euro.
- Prospettiva utile netto 2026: oltre 10 miliardi di euro.
- Risultato corrente lordo: +8,5% rispetto al primo semestre 2025.
- Risultato della gestione operativa: +9,1% rispetto al primo semestre 2025.
- Leader nel Wealth management, protection and advisory con 1.500 miliardi di attività finanziarie della clientela.
- Investimenti in tecnologia: 6 miliardi di euro dal 2022.
- Imposte generate: 3,6 miliardi di euro.

#### **Sostegno ai territori**

- **44 miliardi** di euro di finanziamenti a supporto di famiglie e imprese nei primi sei mesi del 2026, tra cui 9,7 miliardi di euro destinati a nuovo credito a medio-lungo termine per la transizione sostenibile e 3 miliardi di euro a nuovo credito sociale.
- 1.200 aziende riportate in bonis preservando **6.000 posti di lavoro**
- **Vicinanza ai territori:** l'8 ottobre è stato firmato un accordo con Confcommercio, Federalberghi e Confartigianato di sostegno alle microimprese italiane: 20 miliardi di euro di finanziamenti, agevolazioni sui sistemi di pagamento digitale. Un patto di sistema per favorire ricadute economiche e stabilità occupazionale.
- **Cinema:** Intesa Sanpaolo è il principale interlocutore finanziario dell'industria audiovisiva italiana e sostiene da anni lo sviluppo del settore cinematografico e televisivo con strumenti finanziari dedicati e servizi di consulenza specialistica. Dispone di un Desk specialistico dedicato al supporto delle imprese del comparto. Attraverso isybank Intesa Sanpaolo promuove il contest cinematografico per nuovi autori under 35.
- Dal 2009 la banca ha erogato circa €4 miliardi a favore del comparto e ha supportato la produzione di oltre 750 opere tra film e serie TV nazionali e internazionali - oltre a 214 produzioni tra spot pubblicitari, factual e format televisivi, per un totale di 964 contenuti audiovisivi.

#### **Attenzione alle persone**

- **Primo datore di lavoro privato** in Italia: 90 mila persone di cui 70 mila in Italia.
- Il Piano d'Impresa 2026-2029 prevede circa 6.300 nuove assunzioni entro il 2030.
- Uno dei **welfare più ricchi e articolati:** settimana corta, smart working, misure per le giovani famiglie, paternità, iniziative di inclusione, 80 disability manager.
- **Formazione** per tutte le persone del Gruppo con l'apporto dei migliori atenei italiani e stranieri, riqualificazione delle competenze per adeguarle alle nuove esigenze.

## IMPATTO SOCIALE

- Posizionamento ai vertici mondiali per **impatto sociale**, con interventi rivolti **al contrasto delle povertà e alla riduzione delle disuguaglianze**. Il sostegno sociale è uno dei pilastri della banca e ha origini storiche.
- Unità organizzative espressamente dedicate al sociale: Direzione Impact per il credito al Terzo settore e Intesa Sanpaolo per il sociale per iniziative di contrasto alle disuguaglianze.
- **Direzione Impact**: sostiene oltre 110.000 organizzazioni dell'economia sociale con circa 400 milioni di euro di credito l'anno. Tra il 2022 e il 2025, 720 milioni di euro di finanziamenti hanno sostenuto oltre 2.500 iniziative sociali, generando un impatto sociale atteso di 2,2 miliardi di euro e raggiungendo più di 11 milioni di beneficiari.
- Primi in Italia per raccolte fondi a scopo benefico con la piattaforma di raccolta fondi **For Funding**.
- **Piano d'Impresa 2026–2029**: circa 25 miliardi di euro di credito sociale previsti nel quadriennio e un contributo filantropico aggiuntivo di 1 miliardo di euro in liberalità per contrastare povertà e disuguaglianze con ricadute sui territori **pari a 3 miliardi**.
- Dal 2023 oltre **1 miliardo di euro già destinato** al contrasto di povertà e disuguaglianze.
- Migliorate le condizioni di **200 mila persone in difficoltà** nel primo semestre 2026.
- **Prestiti d'onore Per Merito** a 25 mila studenti; **18 mila studenti** coinvolti in iniziative gratuite nell'istruzione, occupabilità.
- **Inclusione e accessibilità anche nei musei delle Gallerie d'Italia di Intesa Sanpaolo a Milano, Napoli, Torino e Vicenza**: circa 750 percorsi e iniziative dedicati a persone con disabilità o in situazioni di fragilità.

## CULTURA E SPORT

### Il Progetto Cultura di Intesa Sanpaolo

- **Una collezione di 40.000 opere d'arte** Intesa Sanpaolo, tra cui il Martirio di Sant'Orsola, capolavoro di Caravaggio, opere di Balla, Boccioni, Fontana.
- **Quattro musei delle Gallerie d'Italia**: Milano, Napoli, Torino e Vicenza, con collezioni permanenti, mostre temporanee e attività culturali rivolte a pubblici diversi.
- **Visitatori**: nel 2025, circa 750.000 presenze complessive alle Gallerie d'Italia e alla mostra Restituzioni a Roma, di cui circa 143.000 bambini e ragazzi.
- **Collaborazioni con le principali istituzioni culturali italiane ed estere**, tra cui Louvre, Prado, National Gallery, musei Usa e sudamericani. In Italia Palazzo Barberini, Galleria Borghese, Palazzo Strozzi.
- **Programma Restituzioni** per la tutela del patrimonio storico-artistico dell'Italia in collaborazione con il Ministero della Cultura: **dal 1989 restaurate e restituite 2.200 opere**.
- **Archivio Storico Intesa Sanpaolo**: oltre 20 km lineari di documenti, relativi a un arco cronologico dal 1390 al 2006. Custodisce anche l'Archivio Publifoto: oltre 7 milioni di fotografie di cronaca sulla storia del Paese dagli anni Trenta agli anni Novanta del Novecento.

### Sostegno a istituzioni e iniziative culturali e sportive, tra cui si citano:

- **Teatro alla Scala** di cui Intesa Sanpaolo è Socio Fondatore Sostenitore della Fondazione e Sponsor Principale delle stagioni di lirica, balletto e sinfonica, Teatro La Fenice di Venezia, Teatro Regio di Torino e altri enti lirici.
- **Nitto ATP Finals, Torino novembre 2026**: dopo i primi cinque anni, confermato il sostegno con il ruolo di Host Partner fino al 2030. Le Nitto ATP Finals vedono schierarsi i primi otto tennisti e le prime otto coppie di doppio del ranking mondiale per decretare il miglior campione.
- **Piazza di Siena**: storico concorso internazionale di equitazione nell'ovale presso il Parco di Villa Borghese a Roma sostenuto da diversi anni da Intesa Sanpaolo.

### Intesa Sanpaolo

Intesa Sanpaolo, con oltre 1.500 miliardi di euro di attività finanziaria della clientela e quasi 440 miliardi di euro di impieghi a fine giugno 2026, è il maggior gruppo bancario in Italia, con una significativa presenza internazionale. Intesa Sanpaolo è leader a livello europeo nel Wealth Management e opera attraverso una piattaforma integrata di Advisory, Asset Management e Protezione, costruita su fabbriche prodotte interamente controllate e reti distributive gestite sotto pieno controllo strategico. Con la Divisione International Banks, opera attraverso controllate che svolgono attività di *commercial banking* in 12 paesi dell'Europa centrale e orientale e in Egitto. Con la Divisione IMI Corporate & Investment Banking, è presente in 23 Paesi a supporto dell'attività cross-border dei suoi clienti. Intesa Sanpaolo si posiziona ai vertici mondiali per impatto sociale e conferma l'impegno per la decarbonizzazione e il supporto ai Clienti

nella transizione sostenibile. La rete museale della Banca, le Gallerie d'Italia, è sede espositiva del patrimonio artistico di proprietà e di progetti culturali di riconosciuto valore.

News: [group.intesasnpaolo.com/it/newsroom](https://group.intesasnpaolo.com/it/newsroom)

X: @intesasnpaolo

Substack: <https://newsfulcontent.substack.com/>