

## **Al via la seconda edizione di “Coltiva il tuo sogno” il progetto di educazione al risparmio di ING DIRECT dedicato a bambini, insegnanti e genitori.**

**Milano, 21 settembre 2009** – Torna nelle scuole elementari “**Coltiva il tuo sogno**”, l’innovativo progetto ludico-didattico lanciato lo scorso anno da **ING Direct, la banca diretta più grande d’Italia**, e dedicato a bambini e insegnanti delle scuole elementari con l’obiettivo di educare i più piccoli ad assumere un ruolo attivo e propositivo nei confronti del risparmio, riducendo gli sprechi e imparando ad utilizzare correttamente le risorse a propria disposizione.

“Coltiva il tuo sogno” propone un percorso interattivo che evidenzia il valore positivo della progettualità e del risparmio come mezzo per raggiungere i propri sogni. Il progetto prevede la distribuzione gratuita alle scuole che ne fanno richiesta di un kit didattico contenente materiali che propongono giochi e attività sul tema del risparmio da svolgere a scuola e a casa.

La prima edizione dell’iniziativa ha raccolto ottimi risultati e un ampio apprezzamento da parte di alunni e insegnanti: oltre **2.900 i kit didattici distribuiti** nelle cinque regioni interessate, per un totale di circa **1.600 scuole e 200.000 persone coinvolte**. Il progetto è stato giudicato più che positivamente dai docenti: il 98,6% del campione intervistato valuta positivamente il fatto che le aziende propongano alle scuole percorsi educativi a partire dalla loro esperienza e il 99,7% ritiene utile che ING Direct continui a promuovere iniziative su questi temi.

Inoltre, partecipando al concorso *Semi di futuro* associato al progetto, le classi hanno avuto modo di contribuire all’iniziativa benefica **ING Chances for Children**, promossa da ING insieme ad UNICEF per abbattere gli ostacoli alla scolarizzazione in Brasile, Etiopia e India. Per ognuna delle **442 classi che hanno aderito** all’iniziativa, ING Direct ha versato 30 euro al progetto, l’importo necessario per sovvenzionare un anno di Scuola Primaria per un bambino dei tre paesi coinvolti.

Il progetto - che quest’anno sarà dedicato a 9 regioni: Lazio, Lombardia, Piemonte, Sicilia, Veneto Campania, Emilia Romagna, Puglia e Toscana - ha chiari obiettivi educativi e didattici che coinvolgono il concetto di risparmio a 360°. Per supportare insegnanti e alunni nel percorso, ING Direct propone un **kit gratuito** composto da: una **guida per l’insegnante** con proposte di attività coinvolgenti, un **poster** per la classe, un **pieghevole per i genitori** che potrà essere utilizzato come strumento per educare nella quotidianità i bambini al valore del risparmio e, **per i più piccoli**, un divertente album e semini di zucca, che i bambini potranno interrare, crescere e curare fino a farli diventare splendide piantine, imparando così il valore positivo della progettualità e dell’importanza del **risparmio come mezzo per realizzare i propri progetti di vita**.

Il sito dedicato [www.coltivailtuosogno.it](http://www.coltivailtuosogno.it), a disposizione di bambini, famiglie e insegnanti, sarà rinnovato e implementato: giochi interattivi sul risparmio, esercizi legati ai materiali didattici, attività educational sul mondo on line (funzionalità e sicurezza), consigli pedagogici e di lettura per i genitori. E, da quest’anno, anche una divertente novità: la zucca virtuale - che ogni bambino potrà far nascere e crescere - a esemplificare l’impegno e la costanza di cui necessitano i nostri sogni per essere realizzati.

“Non abbiamo avuto dubbi sul riproporre questa attività – spiega **Sergio Rossi, Direttore Marketing e Comunicazione di ING DIRECT Italia** – non solo per il successo avuto l’anno scorso, ma soprattutto perché ING DIRECT crede che questo genere di progetti siano utili per accrescere la cultura al risparmio, elemento imprescindibile per poter costruire il proprio futuro. I bambini, infatti, con l’aiuto di genitori e insegnanti potranno fare esperienza concreta del valore del denaro e delle risorse a loro disposizione, in modo divertente e coinvolgente”.

**ING DIRECT** è la banca diretta – ovvero via internet e telefono – più grande al mondo con oltre **22 milioni di clienti** e **323 miliardi di € raccolti**. Fa parte del colosso olandese ING, uno dei principali gruppi bancari e assicurativi al mondo oggi presente in 50 Paesi con 130.000 dipendenti e 85 milioni di clienti. La mission di ING DIRECT in tutto il mondo è **offrire esclusivamente via internet e telefono prodotti retail semplici e con le migliori condizioni economiche sul mercato**.

In **Italia** ING DIRECT è presente dal 2001 e offre oggi quattro linee di prodotti: l’ormai noto **Conto Arancio**, il conto di deposito a costo zero per remunerare la liquidità del conto corrente, i **Mutui Arancio**, mutui a zero spese per acquisto, sostituzione e rifinanziamento, gli **Investimenti Arancio**, i primi fondi low cost e il **Conto Corrente Arancio**, il primo con le spese sotto zero. Grazie al suo modello di business innovativo, fondato su semplicità e sulla logica del low cost, ING DIRECT Italia ha raggiunto **risultati sorprendenti**: 1° banca on line, 7° banca per raccolta diretta da clientela privata, 1.100.000 clienti, 20 miliardi di volume di attività e una notorietà di marchio del 94%.

Per informazioni:

Silvia Colombo – Media Relations Manager ING DIRECT – tel, 0255226645 – [silvia.colombo@ingdirect.it](mailto:silvia.colombo@ingdirect.it)

Sara Cassina - Media Relations Specialist ING Direct - tel. 0255226761 - [sara.cassina@ingdirect.it](mailto:sara.cassina@ingdirect.it)