

## **Ridurre gli sprechi e ottimizzare le risorse: torna nelle scuole elementari “Coltiva il tuo sogno”, il progetto di educazione al risparmio di ING DIRECT dedicato a bambini, insegnanti e genitori**

***Parte la terza edizione dell'iniziativa, che quest'anno coinvolgerà le primarie di tutta Italia***

**Milano, 25 ottobre 2010** – Arriva nelle scuole la terza edizione di **“Coltiva il tuo sogno”**, l'innovativo progetto ludico-didattico lanciato da **ING DIRECT**, la banca diretta più grande del mondo, e dedicato gratuitamente a bambini, insegnanti e genitori, 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.

Le prime due edizioni dell'iniziativa – dedicate rispettivamente a 5 e poi a 9 regioni - hanno riscosso ampio successo, tanto che da quest'anno il progetto coinvolgerà gli istituti di tutta Italia. **Telefonando al numero verde 800.424088 o visitando il sito [www.scuola.net](http://www.scuola.net)**, le scuole interessate potranno richiedere **l'invio gratuito di un kit didattico**. All'interno del kit insegnanti, alunni e genitori, troveranno materiali che propongono giochi e attività sul tema del risparmio coinvolgendo tutte le aree disciplinari e sottolineando il valore positivo della progettualità come mezzo per realizzare i propri sogni. I bambini verranno accompagnati nel percorso dal *folletto semina sogni* che illustra semplici accorgimenti per evitare spese inutili e, attraverso la metafora del seme, insegna loro l'importanza del risparmio a 360°, non solo quindi di denaro, ma anche di altre preziose risorse come l'ambiente e il tempo. Il progetto attiva nei più piccoli capacità valutative, critiche, organizzative e progettuali e si sviluppa sia in aula, integrando i normali programmi curricolari, sia a casa, con la partecipazione delle famiglie.

Nell'edizione **2009-2010** di *Coltiva il tuo sogno* sono stati richiesti quasi **3.000 kit didattici** da oltre **1.700 scuole per un totale di 200.000 soggetti coinvolti**. Per quest'anno scolastico si prevede l'invio di 4.000 kit in 2.000 istituti e la partecipazione al progetto di circa 270.000 persone.

All'iniziativa è inoltre legato un concorso – *Semi di futuro* – partecipando al quale le classi hanno modo di contribuire al progetto benefico **ING Chances for Children**, promosso da ING insieme ad UNICEF per abbattere gli ostacoli alla scolarizzazione in Zambia, Etiopia e India. Per ognuna delle **840 classi che hanno partecipato al concorso** nell'edizione passata, ING Direct ha infatti versato 30 euro al progetto, l'importo necessario per sovvenzionare un anno di Scuola Primaria per un bambino dei tre paesi coinvolti.

Il concorso invita le classi a raccogliere i materiali realizzati durante il percorso a scuola e a casa e a produrne di nuovi, rielaborando creativamente i temi del progetto. La fantasia viene stimolata offrendo una cornice aperta a qualsiasi sviluppo e modalità espressiva, con spunti e idee che si possono ritrovare, oltre che nel kit didattico, anche sul mini-sito **[www.coltivaituosogno.it](http://www.coltivaituosogno.it)**.

Il sito, rinnovato e implementato, resta a disposizione di bambini, genitori e insegnanti per scaricare materiali didattici e giochi interattivi e per divertirsi con la zucca virtuale, che ogni bambino potrà far nascere e crescere imparando come impegno e costanza siano indispensabili per realizzare i sogni e raggiungere gli obiettivi.

“Siamo molto fieri di questa iniziativa – afferma **Sergio Rossi, Direttore Marketing e Comunicazione di ING DIRECT Italia** – che ci permette non solo di condividere con genitori, studenti e insegnanti valori importanti come il risparmio e la progettualità, ma soprattutto di tradurli in un’importante azione benefica che consente a bambini di Paesi come Zambia, India ed Etiopia di frequentare gratuitamente un intero anno di scuola primaria. Solo nell’ultima edizione, infatti, grazie anche all’entusiasmo con cui le scuole hanno accolto il progetto, ING Direct ha destinato oltre 25.000 euro all’iniziativa Chance for Children portata avanti insieme ad UNICEF. Questo significa che nel 2011 in Zambia, India ed Etiopia, 840 bambini avranno la possibilità di studiare per un anno senza dover sostenere alcuna spesa.”

### **I bambini che hanno partecipato scrivono...**

“Quanta pazienza e dedizione ci vuole solo per far crescere un semplice seme! E la stessa cosa vale anche per i nostri sogni: per farli crescere bisogna metterci l'anima e impegnarsi”.

**La classe V A  
Scuola Elementare “C. Corradi”, Roma**

“Vi ringraziamo perché, con la nostra partecipazione, un bambino potrà frequentare la scuola per un anno!”

**I bambini e le insegnanti di III B  
Scuola Elementare “Renzo Pezzani”, Lodi**

“In questo lavoro piacevole e divertente la cosa importante che più ci ha fatto riflettere è che insieme nel risparmio si può veramente costruire un futuro migliore!”

**Gli alunni di IV A e B  
Scuola Elementare “Pietro Novelli”, Monreale (PA)**

“La riflessione sul risparmio ha coinvolto molto gli alunni e i loro genitori, stimolandoli a discutere su come risparmiare per realizzare i propri sogni e progetti nel futuro”.

**L’insegnante e la classe 4E  
Scuola Elementare di Biancavilla (CT)**

**ING DIRECT** è la banca diretta – ovvero via internet e telefono – più grande al mondo con oltre **23 milioni di clienti** e **387 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, ultimo arrivato, il **Conto Corrente**. 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, 1.206.000 clienti, 22 miliardi di volume di attività e una notorietà di marchio del 94%.

Per informazioni:

**Silvia Colombo**, Head of Pr & Communication ING DIRECT Italia, tel. 02552261 [silvia.colombo@ingdirect.it](mailto:silvia.colombo@ingdirect.it)

**Sara Cassina**, Pr & Communication Specialist ING DIRECT Italia, tel. 02552261 [sara.cassina@ingdirect.it](mailto:sara.cassina@ingdirect.it)

**Elisa Pavan**, Pr & Communication Specialist ING DIRECT Italia, tel. 02552261 [elisa.pavan@ingdirect.it](mailto:elisa.pavan@ingdirect.it)