

Alleanza di ferro con il Coni per il futuro dei ragazzi

Malagò: «Una questione di salute, risparmierà la Sanità»

di **Marcello Parilli**

Qualcuno potrebbe ironizzare sul sostegno al nostro sport giovanile (4 milioni di euro all'anno) di un'azienda che è celebre per l'iconica Nutella, gli ovetti Kinder o l'Estathé. Ma il Gruppo Ferrero ha ormai da dieci anni fatto sua la filosofia che abbina la pratica corretta e costante di un esercizio fisico con un'alimentazione sana ed equilibrata. Lo scopo è intuitivo: far crescere bene, nello sport come nella vita. Una filosofia che, da proclama teorico, si è trasformata in un progetto a responsabilità sociale — il nome è Kinder+Sport — concreto, ad ampio respiro e lunga gittata.

Attraverso questo format, diverso nei 27 Paesi dove è presente, dal Messico alla Cina, in Italia l'azienda di Alba fornisce attrezzature tecniche alle scuole e sostiene a livello giovanile tornei e campionati di volley, atletica, scherma, pallacanestro, tennis, nuoto e vela. Un'attività che Ferrero svolge in partnership con il Coni e le relative Federazioni coinvolte (il calcio, volutamente, non è stato contemplato), oltre al ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (Miur). In dieci anni sono stati investiti oltre 30 milioni di euro, distribuiti 50 mila kit sportivi per l'avviamento alle varie discipline, 300 mila attrezzi, 1,5 milioni di magliette, con il risultato che ogni anno vengono «mossi» moltissimi bambini e ragazzi (1,8 milioni nel 2014, certificati dalle singole federazioni e dal Coni), anche coinvolgendo i campioni dello sport di ieri e di oggi in veste di ambasciatori della vita sana e attiva. Uno sforzo che ha un obiettivo ambizioso: raggiungere entro il 2018 5 milioni di bambini in 30 Paesi complessivi.

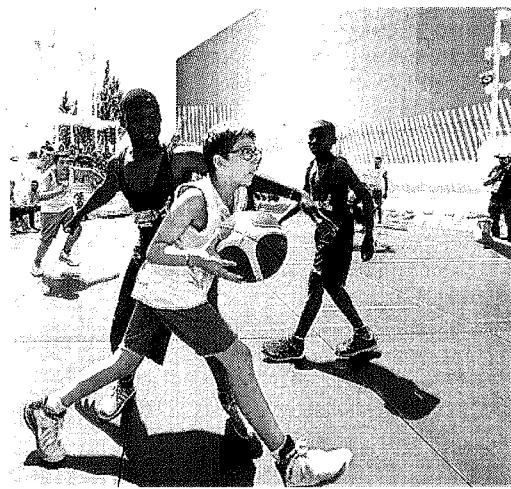
«Su di noi investono le aziende più svariate —

dice il presidente del Coni Giovanni Malagò —, ma con Ferrero abbiamo un rapporto antico, del tutto speciale, credo di assoluta e reciproca soddisfazione, oltre a una totale sintonia di valori». «Ci piace che facciano ricerca costante sulla qualità dei prodotti, sulla scelta delle materie prime, e che allo stesso tempo sottolineino il nesso tra buona alimentazione e attività fisica. Ma quello che più ci interessa è il loro impegno nello sport e nel sociale. Anche simbolicamente, noi non siamo legati a Nutella, Tic Tac o Rocher, ma al marchio Kinder+Sport, che nei supermercati non esiste, ma incarna un concetto, una filosofia, una cultura, un modo di essere».

Ampliando lo sguardo sulla situazione generale, per lo sport giovanile resta molto da fare, sottolinea Malagò: «In Italia abbiamo una grande debolezza e una grande forza: la debolezza sta nel sistema scolastico trascurato dalla politica — ora vedremo cosa succederà con la Buona Scuola — povero di denaro e infrastrutture, nel quale pompiamo una decina di milioni all'anno perché non possiamo ignorare esigenze sacrosante. La grande forza riguarda invece la presenza sul territorio di 80 mila società sportive, registrate dal Coni, sostanzialmente dilettantistiche. A queste fanno capo oltre 10 milioni di tesserati/affiliati a cui si aggiungono altri 20 milioni di praticanti, quelli che alla mattina presto si mettono i calzoncini e vanno a farsi una biciclettata o una corsetta. Queste società consentono di praticare più di 200 discipline sportive, e in ciò siamo quasi unici al mondo. Proprio a causa del gap scolastico noi confidiamo ancora in singoli allenatori, maestri e volontari». Ed è anche una questione di risultati, non solo sportivi: «Un bambino che non è stato spinto dai genitori o da un amichetto a fare sport, o addirittura non ha la palestra, non vincerà mai un oro olimpico — dice Malagò —. Ma un ragazzo che fa sport avrà certamente una vita migliore, più lunga. E oltretutto farà spendere meno in sanità al suo Paese».

L'investimento

Ferrero agisce nello sport in 27 Paesi. In Italia ha speso finora oltre 30 milioni di euro. Nel mondo vuole coinvolgere 5 milioni di bambini entro il 2018



Expo per due
L'ad del Gruppo Ferrero Giovanni Ferrero con il presidente del Coni Malagò al padiglione di Kinder+sport

