Scritto da Red.
Martedì 26 Marzo 2024 12:11



ROMA – La Sala Mosaici della Farnesina ha ospitato, di fronte ad una platea composta dai rappresentanti degli enti e delle federazioni sportive, dei principali organi di stampa e dei rappresentanti delle imprese che sostengono l'organizzazione del Giro, l'evento "Il 107° Giro d'Italia. L'Italia che corre", durante il quale il ministro degli Affari Esteri e vicepresidente del Consiglio dei ministri Antonio Tajani ha consegnato una pergamena e una targa al presidente di Rcs MediaGroup Urbano Cairo per insignire il Giro d'Italia del titolo di ambasciatore della diplomazia dello sport nel mondo. A sua volta, Urbano Cairo ha donato al ministro una maglia rosa personalizzata.

All'evento, moderato dalla giornalista Cristina Fantoni, sono intervenuti anche il presidente di Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Matteo Zoppas, il presidente di Confindustria Ancma, Mariano Roman e, in rappresentanza delle aziende sponsor del Giro, l'amministratore delegato del Gruppo Manifattura Valcismon - Castelli, Alessio Cremonese. Testimoni d'eccezione, i campioni italiani Tatiana Guderzo e Diego Gastaldi.

Dichiarazioni

Antonio Tajani, ministro degli Affari Esteri: "Il Giro d'Italia è simbolo di un Paese che corre: una piattaforma unica di promozione integrata che parte dai suoi protagonisti e abbraccia cultura, territori, innovazione, turismo, imprese e distretti, che si raccontano al mondo. Siamo perciò fieri di presentare oggi alla Farnesina questi ambasciatori della diplomazia dello sport".

Urbano Cairo, presidente di Rcs MediaGroup: "Il Giro non è solo un grande avvenimento sportivo ma rappresenta da sempre un'importante vetrina di promozione del Made in Italy nel

Mondo. Questo riconoscimento, che eleva il Giro al ruolo di ambasciatore dello sport italiano all'estero, ha un valore particolare perché conferma la vicinanza delle Istituzioni alla Corsa Rosa e ci sprona a fare sempre meglio per promuovere il nostro Paese. La presenza qui di un'azienda come Castelli - eccellenza italiana e partner che condivide con noi l'avventura rosa da anni - sono un ulteriore dimostrazione del saper fare italiano e dell'Italia che corre".

Matteo Zoppas, presidente di Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane: "Il Giro d'Italia è un grande promotore non solo dell'immagine del nostro Paese nel mondo ma è anche un volano per le aziende che investono ed esportano i prodotti del Made in Italy a livello globale. Per questo, insieme al ministero degli Affari Esteri, siamo vicini e sosteniamo la Corsa Rosa".

Mariano Roman, presidente di Confindustria Ancma: "Le aziende legate al ciclismo sono in ottima salute e ci aspettiamo un ulteriore incremento di guadagni nei prossimi anni. Sicuramente il Giro d'Italia è una grande vetrina che aiuta la promozione di molte aziende produttrici di bici, abbigliamento e non solo all'estero".

Alessio Cremonese, amministratore delegato del Gruppo Manifattura Valcismon - Castelli: "Castelli è un marchio storico del Giro d'Italia ed è l'azienda che disegna e produce la maglia rosa. La Corsa Rosa per noi non è solo una promozione sul territorio ma ci aiuta tantissimo ad essere riconosciuti nel mondo dove esportiamo con successo i nostri prodotti".

Diego Gastaldi: "Per me la bici è stato uno strumento di rinascita e oggi sono onorato di poter essere il testimonial di Giro Express. Il mio sarà un viaggio attraverso il nostro Paese dove esplorerò la sua storia, le bellezze, le eccellenze enogastronomiche, artistiche, artigianali e manufatturiere".

Tatiana Guderzo: "Il ciclismo è stata la mia vita per 30 anni e grazie al Giro d'Italia ho potuto vedere posti nuovi. Sono stati anni di grandi gioie, tra cui medaglie a Mondiali e Olimpiadi, con il rimpianto di non aver mai vinto la Corsa Rosa".

La presentazione alla Farnesina ha costituito l'occasione per presentare e valorizzare la diplomazia sportiva quale nuovo strumento di promozione integrata, che fa leva sui grandi eventi sportivi e sulle iniziative realizzate dalla rete di ambasciate, consolati e istituti italiani di

cultura per promuovere all’estero il marchio Italia. È stata inoltre presentata la nuova campagna di comunicazione che, in raccordo con Ice-Agenzia, verterà anche sugli elementi di innovazione, ricerca tecnologica e sostenibilità ambientale, sugli aspetti collegati alla salute ed all’alimentazione, nonché sull’inclusività, essendo il ciclismo uno sport per tutti.