



PES 2009 scende in campo con la Lazio

...all'Olimpico per arricchire il valore del calcio

Roma, 5 dicembre 2008 – La S.S. Lazio e Digital Bros con *Pes 2009*, hanno annunciato oggi, in sede di conferenza stampa, tenutasi a Formello alle ore 12.00, i dettagli relativi al progetto di sponsorizzazione che li vede protagonisti.

Fine ultimo di quest'unione è la volontà di diffondere, soprattutto tra i giovani, un valore condiviso da entrambe le parti: il calcio pulito, traducibile in fair play e correttezza dentro e fuori dal campo. Valori questi già presenti nel gioco virtuale, che la squadra Lazio e Digital Bros vogliono portare in campo domani sera allo Stadio Olimpico in Roma.

PES 2009 sarà main sponsor e "compagno di squadra" della Lazio in occasione della 15esima giornata di Campionato di Serie A: i biancocelesti, infatti, indosseranno una maglia *molto speciale*, ideata in esclusiva per questa occasione, che riproduce il marchio di PES 2009.

Il videogame di calcio, PES 2009, edito da Konami Digital Entertainment GmbH e distribuito nel nostro Paese da Digital Bros, arrivato alla sua ottava edizione continua a riscuotere un enorme successo, confermandosi anche quest'anno il gioco *più amato d'Italia*.

In qualità di gioco numero uno nelle classifiche di gradimento, PES mette d'accordo tutti e riesce a unire sotto la sua bandiera le tipologie di utenti più diverse. Soprattutto tra i giovani, PES è un marchio universalmente riconosciuto ed apprezzato. Proprio per questo, PES 2009, rappresenta un canale di comunicazione e promozione ideale per parlare ai giovani e il partner più adatto per supportare la S.S. Lazio nella sensibilizzazione dei valori che incarnano il vero spirito sportivo e che trovano massima espressione negli articoli IV e V della carta Olimpica:

Art: IV - La pratica dello sport è un diritto umano. Ogni individuo deve avere la possibilità di praticarlo senza alcun tipo di discriminazione e in pieno spirito sportivo, che richiede comprensione reciproca, spirito di amicizia, solidarietà e fair play

Art: V - Ogni forma di discriminazione relativa a paese di provenienza, razza, religione, inclinazione politica, sesso sono assolutamente incompatibili con lo spirito sportivo

Due stelle di prima grandezza del panorama calcistico, reale e virtuale, si uniscono così in un'iniziativa benefica per sottolineare le funzione formativa e sociale dello sport, dando continuità ad un pensiero già esistente per entrambe.

Infatti, da parte di Digital Bros, l'idea di sponsorizzare la partita di domani sera nasce da un progetto già iniziato lo scorso anno, quando con PES, è stata realizzata e sponsorizzata la maglia di calcio più grande del mondo. L'evento, che aveva celebrato l'uscita del gioco,

era nato con lo scopo di raccogliere fondi per il finanziamento di iniziative benefiche, che mirassero a promuovere i valori positivi dello sport.

Ugualmente, la Società Sportiva Lazio da diversi anni è attiva nella promozione della funzione formativa e sociale dello sport verso i giovani. La Lazio è costantemente impegnata nel "Progetto Scuole" che prevede la visita di alcune scuole romane, elementari e medie inferiori, da parte dei giocatori e dello staff della squadra. L'obiettivo è quello di sperimentare un nuovo percorso educativo che consiste nel promuovere e formare una sana cultura sportiva, diffondendo ed incrementando i principi legati ad una crescita psico-fisica sana, leale e non violenta, che educi, altresì, gli adulti del domani, a comportamenti rispettosi dell'avversario e delle istituzioni. In sede di campagna abbonamenti per la stagione in corso inoltre ha istituito una tessera completamente gratuita rivolta a 10.000 ragazzi under 14 che hanno quindi la possibilità di assistere a tutte le partite casalinghe della squadra.

Proprio in occasione della partnership legata alla sponsorizzazione della maglia, le due realtà hanno voluto unire le forze e continuare questa tendenza per sottolineare in modo ancora più efficace i valori che condividono.

Le magliette speciali indossate dai calciatori domani sera, saranno messe all'asta ed il ricavato sarà interamente devoluto per finanziare il progetto "Casa Mihiri" supportando il lavoro già iniziato dalla fondazione Lazio Club Onlus: una casa di accoglienza nella Località di Walahanduwa nello Sri Lanka, dove diversi bambini sfortunati hanno trovato una famiglia. L'impegno è quello di continuare ad aiutare questi bambini nei loro studi, contribuendo all'acquisto del materiale didattico necessario e fornire loro gli strumenti necessari per poter auspicare ad un futuro migliore.

Claudio Lotito, Presidente della S.S. Lazio S.p.A., ha commentato: *"Sono molto contento di questa partnership con un marchio come PES, notoriamente vicino al mondo giovanile e non solo. Da sempre sostengo che in una società in cui i ragazzi non hanno più punti di riferimento solidi, debba essere lo sport ed in particolare il calcio, per la grande forza mediatica che possiede, a veicolare i valori della solidarietà, della fratellanza, della lealtà e del rispetto dell'avversario tra i giovani. Ed è per questo che credo molto nel progetto giovani e nel progetto Lazio nelle scuole, perché attraverso la mia squadra si educino i bambini ed i ragazzi al rispetto di questi stessi valori: si deve essere campioni sul campo ma anche nella vita."*

Raffaele Galante, Amministratore Delegato di Digital Bros S.p.A., ha commentato: *"Siamo molto soddisfatti del progetto realizzato con la S.S. Lazio, che ci ospita e che come noi è convinta che attraverso il calcio si possano realizzare importanti iniziative per i più bisognosi. I giovani sono un patrimonio importantissimo per la società, una risorsa fondamentale su cui investire ed è importante coinvolgerli in progetti che possano sensibilizzarli verso chi è meno fortunato. PES è un grande catalizzatore: parla a un pubblico vasto e trasversale e unisce realtà disomogenee. E' per questo che riteniamo che, associare questo videogioco tanto amato a iniziative che uniscano in nome della solidarietà sia un dovere e uno sbocco naturale della campagna di comunicazione su un gioco che, sponsorizzando per la prima volta in assoluto una squadra di calcio, si pone come motore della promozione dei valori puliti dello sport."*

"Pes 2009 unites", significa un impegno intrapreso congiuntamente da Digital Bros e S.S. Lazio per abbattere le barriere discriminatorie, che indeboliscono i valori dello sport, e unire voci diverse grazie ad un'unica passione.

Contatti:

Digital Bros – Halifax

Tel. 02.413031

Ufficio Stampa Mainstream

William Capriata - w.capriata@halifax.it

Annapina Leone - a.leone@halifax.it

Ufficio Stampa Specializzata

Fabio Perrotta - f.perrotta@halifax.it

Ufficio Stampa Istituzionale

Marta Cozzi – m.cozzi@digital-bros.net

Sito web: www.digital-bros.net

S.S.Lazio

Ufficio Stampa: Stefano De Martino Cell. 338.6451101

S.S.Lazio Marketing & Communication SpA: mktcomm@sslazio.it

Sito web: www.sslazio.it