



Comunicato stampa
Cabras, 5 luglio 2022

Cagliari calcio e Dinamo Banco di Sardegna Sassari accanto alla Fondazione Mont'e Prama in una campagna di comunicazione in Italia e in Europa

Muroni: "Eventi promozionali in dodici città d'arte, coinvolgeremo tutti i gestori dei siti archeologici dell'Isola".

Giulini: "Orgogliosi di promuovere la cultura e la storia della Sardegna".

Sardara: "I Giganti sono il simbolo della nostra crescita e dei nostri successi".

La Fondazione Mont'e Prama, nell'ambito del progetto di studio e varo di mirate campagne di comunicazione, finalizzate a posizionare i beni archeologici del Sinis e dell'intera Isola sul mercato italiano e internazionale, svolgerà una articolata campagna di comunicazione in stretta collaborazione con le società Cagliari calcio e Dinamo Banco di Sardegna Sassari.

Partendo dagli accordi di collaborazione per la promozione di azioni turistiche e culturali congiunte, sottoscritti nei mesi scorsi con i due maggiori sodalizi professionisti sardi, la Fondazione intende organizzare dodici iniziative in altrettanti importanti città italiane (Palermo, Bari, Brescia, Venezia, Genova, Parma, in occasione delle partite che il Cagliari calcio disputerà nel prossimo campionato di serie B di calcio) ed europee (Salonicco, Digione, Milano, Bologna, Napoli, Trieste, in occasione delle partite che la Dinamo Banco di Sardegna Sassari disputerà nella prossima Champions League e serie A1 di basket).

Le iniziative si svolgeranno in collaborazione con istituzioni culturali di quelle città e saranno oggetto di articolata comunicazione da parte delle società Cagliari calcio e Dinamo Banco di Sardegna Sassari, anche previa partecipazione di loro tesserati.

Nell'ambito della stessa campagna, le società assicureranno una presenza del brand Mont'e Prama sulle loro maglie di gara e attraverso la presenza di cartellonistica presso lo stadio in occasione delle partite casalinghe, oltre che nei campi di allenamento.

Nell'ottica dell'animazione locale nel territorio del Sinis, le società si renderanno disponibili per l'organizzazione di eventi sportivi e la partecipazione a manifestazioni promozionali di carattere culturale.

"Si tratta di un importante momento di collaborazione, nel quale il mondo della cultura e dello sport si incontrano per promuovere congiuntamente l'immagine della Sardegna - dichiara

Anthony Muroi, presidente della Fondazione Mont'e Prama -. Ringrazio il Cagliari calcio e la Dinamo Banco di Sardegna Sassari **per aver sposato il modello dell'accordo di sistema, in cui ogni soggetto partecipa attivamente alla crescita del brand integrato Sardegna**: le dodici vetrine che il mondo della promozione dei beni archeologici aprirà in Italia e in Europa in occasione di altrettanti prestigiosi eventi sportivi si inseriscono all'interno di una pianificazione triennale di promozione e comunicazione, che si affianca agli investimenti della Fondazione nel campo della ricerca, delle infrastrutture e della valorizzazione del Parco archeologico naturale del Sinis, nell'ottica di una diffusa rete di collaborazione con gli altri musei e siti dell'Isola”.

Per il **presidente del Cagliari calcio Tommaso Giulini** “l'accordo con la Fondazione Mont'e Prama conferma il ruolo di una società come la nostra, carica di tradizione e bene identitario sentito come proprio da tutti i sardi, in un quadro più ampio di crescita dell'Isola. La partenza della nuova stagione, che deve essere di rinascita sia sportiva che legata ai valori sportivi, ci vede ai nastri di partenza con un nuovo simbolo sul petto, vissuto con l'orgoglio di chi è depositario di una storia antica e prestigiosa: **i Giganti di pietra indossano la maglia che fu di Gigi Riva e degli eroi dello scudetto, di Gianfranco Zola** e di tanti altri ragazzi sardi che l'hanno onorata con il loro attaccamento”.

“**I Giganti sono il simbolo della nostra crescita e dei nostri successi sportivi in Italia e in Europa** - ricorda **Stefano Sardara, presidente della Dinamo Banco di Sardegna Sassari** - la vittoria dello scudetto e delle coppe nazionali e internazionali sono avvenute nel segno di un simbolo identitario che sentiamo come nostro, a partire dai giocatori e proseguendo con i nostri tifosi e simpatizzanti. È stato dunque naturale e fisiologico studiare iniziative congiunte, legate alla valorizzazione del lavoro della Fondazione Mont'e Prama, da svolgersi sia in occasione dei nostri impegni nelle coppe europee che nelle più importanti trasferte del massimo campionato di basket”.