

## FILA INVESTE EM AÇÕES SOCIAIS ESPORTIVAS

Há oito anos a marca italiana empreende diversas ações esportivas de responsabilidade social

Desde 2000, a responsabilidade social assumiu papel estratégico dentro da marca italiana Fila, onde 10% dos investimentos em marketing são destinados a parcerias com o terceiro setor. A empresa se preocupa com o social e assume o dever de desprender investimentos para este segmento.

Por ser marca esportiva, nada mais certo do que apoiar ações ligadas ao esporte, como o projeto **Fast Wheels**, que consiste em uma equipe de corredores portadores de necessidades especiais que participa de competições sobre rodas nas ruas de todo o Brasil. Além de vestir toda a equipe com uniformes e calçados tecnológicos, a Fila também ajuda na compra de cadeiras de rodas e equipamentos para a prática do esporte.

Outra ação que a Fila apóia é o **Projeto Bola Dentro**, que atende 128 crianças carentes das favelas Caixaria, da Linha, do Jaguaré e CDHU, em São Paulo, além de outras crianças que estudam em escolas públicas e não residem nesses locais. O programa consiste em incluir a prática do *tennis* no dia-a-dia da meninada em situação de risco.

Desde 2005, duas quadras do Parque Vila Lobos são cedidas de segunda à sexta-feira para as crianças e adolescentes de 7 a 14 anos praticarem o esporte e terem uma oportunidade de formação profissional. A única exigência é que eles estejam estudando.

O Projeto Bola Dentro II deve sair do papel ainda no primeiro semestre deste ano e contará com novos uniformes feitos exclusivamente pela Fila. Desenvolvido em conjunto com a Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo, será realizado no Centro de Esporte, Cultura e Lazer do Parque Estadual das Fontes do Ipiranga (Pefi) e vai atender 128 crianças que residem no Centro Comunitário e Social do Jardim Lourdes.

O **Circuito Fila Corredores de Verdade** também faz parte das ações da marca. Com o objetivo de promover o bem-estar e a busca pela qualidade de vida do consumidor comum, que não possui responsabilidade com os resultados, a marca leva uma verdadeira festa para todas as cidades em que promove suas corridas. “Todo mundo pode participar do Circuito, do neto ao avô”, explica o gerente de Marketing da Fila, Cássio Naressi. “Esse tipo de ação popular é muito importante para a inclusão social e até para a formação de futuros atletas”, completa.

### Informações para a imprensa

Juliana de Souza

Primeira Página Assessoria de Comunicação e Eventos

[www.ppagina.com](http://www.ppagina.com)

Jornalista Responsável: Luiz Carlos Franco (MTb 10.993)

Contato pelo telefone: (11) 5575-1233 – ramal 207

redacao.juliana@ppagina.com