

## **ING DIRECT torna in tv con la campagna “Chiedi a chi ce l’ha” per l’accoppiata Conto Arancio e Conto Corrente al 2,60%.**

**Milano, 17 settembre 2010** – Sarà on air da **domenica 19 settembre** il nuovo soggetto della campagna “**Chiedi a chi ce l’ha**” di ING DIRECT, che vede ancora una volta come protagonisti i clienti della banca diretta con il claim “La nostra miglior pubblicità sono i nostri clienti”.

Dopo essere stato **protagonista dell’affissione vivente** su un palazzo cittadino e di un’**affissione dinamica** sulla parete di un autobus, questa volta il cliente-testimonial di ING DIRECT racconterà i vantaggi della banca on line dalla **pagina di un giornale**. A bordo di un treno, infatti, un passeggero sta sfogliando un quotidiano quando improvvisamente si imbatte in una pagina pubblicitaria che contiene il viso in carne e ossa di Luigi, un suo amico. Questi gli confida che, dopo **Conto Arancio**, ha aperto anche **Conto Corrente Arancio**, conto corrente senza spese che offre carta di credito e bancomat gratis e azzerata anche la spesa dell’imposta di bollo.

La campagna punta a fare conoscere i vantaggi dell’abbinata del conto corrente di ING DIRECT, completo di tutti i principali servizi per gestire la liquidità, con il conto deposito, strumento da sempre pensato per la remunerazione dei risparmi. Infatti tutti coloro che entro il **30 novembre** avranno aperto **Conto Corrente Arancio e Conto Arancio** potranno beneficiare del **2,60%** sulle somme lasciate depositate per 12 mesi.

La campagna “**Chiedi a chi ce l’ha**” è basata sul passaparola spontaneo e naturale tra i clienti, oggi a quota 1.206.000 in Italia.

Lo spot, curato dall’agenzia **Leo Burnett** per la regia di **Giuseppe Capotondi** e produzione **Mercurio Cinematografica**, è pianificato sulle principali reti nazionali generaliste, satellitari e digitali e vede la programmazione di due soggetti, nelle versioni 30” e 15”. Sarà integrato da una pianificazione su internet in partenza nelle settimane successive.

### **Credits della campagna**

#### **Agenzia Leo Burnett:**

Enrico Dorizza - Group Creative Director

Corrado Cardoni - Client Creative Director

Luca Zamboni - Art Director

Santiago Saiegh - Copy Writer

Bruno Borsetto - Brand Leader

Alessandra Caprino - Account Manager

Monica Rossi - TV producer

**CdP:** Mercurio Cinematografica

Regia: Giuseppe Capotondi

Dir. Fotografia: Tat Radcliffe

Scenografa: Marina Di Paola

Stylist: Sol Montalvo

Executive Producer: Francesco Pistorio

Producer: Annalisa De Maria

Editor: Guido Notari

Post Produzione video: You Are

Post Produzione audio: Green Movie

**ING DIRECT** ([www.ingdirect.it](http://www.ingdirect.it)) è la banca diretta – ovvero via internet e telefono - più grande al mondo, con 23 milioni di clienti e 387 miliardi di euro di raccolta. Presente in Italia dall'aprile **2001**, **ING DIRECT** si afferma nel mercato dei prodotti di risparmio con il **conto di deposito** Conto Arancio. Nel 2004 entra nel mercato dei **mutui** con la famiglia dei Mutui Arancio (Acquisto, Sostituzione e Rifinanziamento) e dei **prodotti di investimento** (2005). A ottobre 2008 ha lanciato **Conto Corrente Arancio** e ad aprile 2009 il **Trading Online**. Dal lancio nel 2001 ad oggi, ING DIRECT Italia ha raggiunto risultati sorprendenti, diventando la settima banca italiana per raccolta diretta retail, con 1.206.000 clienti e un volume di attività di circa 22 miliardi di euro.