

“Farsi due conti è il primo passo per guadagnare”: parte la campagna estiva ING DIRECT

Milano, 2 luglio 2010 – Leone d’Argento a Cannes come migliore campagna Banking & Finance realizzata da Leo Burnett, **ING DIRECT** torna in comunicazione su stampa, affissione, web e radio per lanciare la nuova promozione estiva dedicata a vecchi e nuovi clienti.

Tutti coloro che entro il 31 agosto avranno aperto Conto Corrente Arancio e Conto Arancio, potranno beneficiare del **2,60% sulle somme lasciate depositate per 12 mesi**.

L’iniziativa ha l’obiettivo di 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. Inoltre comunicherà l’ISC, Indicatore Sintetico di Costo previsto da Banca d’Italia, che per Conto Corrente Arancio è pari a zero per tutti i profili.

Tre sono i soggetti della nuova campagna affissione e stampa, pianificata su testate nazionali quotidiane e periodiche: **“Farsi due conti è il primo passo per guadagnare”** è il principale messaggio. Seguono “Prima di andare in vacanza fatti due conti” e “Una coppia che sta insieme per interesse”, dal tono più ironico e leggero.

La declinazione radio dei tre soggetti utilizzerà la chiave dell’ironia per rendere familiare il concetto di ISC: il protagonista di uno spot si chiede infatti se non si tratti dell’Istituto di Sicurezza dei Contanti, mentre l’amico, già cliente di ING DIRECT, spiegherà il vero significato della sigla.

È prevista anche una pianificazione sul web che riprenderà i concetti della campagna, attraverso l’utilizzo di banner, e formati “rich media” pianificati sui principali siti di news e informazione, portali come Libero.it, Virgilio, Tiscali, Yahoo, affiliazione tramite i partner Zanox e motori di ricerca Google e Yahoo search.

Per l’agenzia LeoBurnett, hanno lavorato alla realizzazione della campagna: Corrado Cardoni Client Creative Director, Roberto Piazza Art Director e Gianluca Sales, Copy.

ING DIRECT (www.ingdirect.it) è la banca diretta – ovvero via internet e telefono - più grande al mondo, con 23 milioni di clienti e 369 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 1.195.000 clienti e un volume di attività di circa 22 miliardi di euro.