



ING DIRECT: la 15 milionesima cliente protagonista per un giorno di una campagna stampa nazionale

Milano, 24 gennaio 2006 – Si chiama Paola Tedoldi, ha 32 anni, è un giovane avvocato milanese ed è **protagonista per un giorno** di una **campagna stampa** pianificata oggi sui principali quotidiani nazionali.

Non si tratta di un nuovo personaggio dei reality-show, ma del **15 milionesimo cliente di ING DIRECT**, la banca on line più grande al mondo che ha scelto questo format pubblicitario per celebrare l'importante risultato raggiunto, che verrà festeggiato domani **24 gennaio** a Milano (Spazio SarpiSei, via Sarpi 6) durante l'evento **“Banche: cercasi trasparenza disperatamente”**, condotto da Enrico Mentana.

Interverranno all'incontro: **Gianpaolo Fabris**, Sociologo e Professore Università Vita e Salute San Raffaele, **Paolo Martinello**, Presidente Altroconsumo, **Massimo Mucchetti**, Vice Direttore Corriere della Sera, **Anna Omarini**, Ricercatore Università Bocconi e Docente SDA, **Christian Miccoli**, Amministratore Delegato ING DIRECT Italia. Ospiti eccezionali della tavola rotonda saranno i due “ideatori” del modello di business ING DIRECT nel mondo: **Hans Verkoren**, Global Head ING DIRECT Worldwide, **Dick Harryvan**, Chief Financial Officer ING DIRECT Worldwide.

La campagna stampa dedicata è a pagina intera e ritrae la cliente sdraiata su un tappeto di zucchette arancioni, riproponendo lo stile ironico e solare che caratterizza tutta la comunicazione ING DIRECT.

*“E' il nostro modo di ringraziare tutti coloro che hanno creduto nella “filosofia della zucca” – commenta **Luca Prina, Direttore Marketing ING DIRECT Italia** – Soprattutto in un momento come questo, in cui il rapporto tra banche e clienti sta attraversando un periodo difficile, il successo di ING DIRECT dimostra che fare banca in modo diverso, moderno e innovativo è possibile. Le **promesse** di semplicità, trasparenza ed efficienza non sono rimaste ferme su un cartellone pubblicitario o tra le immagini di un accattivante spot tv: sono i **pilastri del modello di business ING DIRECT**, che ha saputo tradurre questi principi in azioni concrete”.*

La creatività della campagna è a cura dell'agenzia CasiraghiGreco& per la direzione creativa di Cesare Casiraghi. E' pianificata solo oggi su: Corriere della Sera, La Repubblica, Il Sole 24 ORE, Il Giornale e Libero.

Per informazioni: Silvia Colombo, Media Relations Manager ING DIRECT Italia, tel. 0255226645 – 3481506213 – silvia.colombo@ingdirect.it