

COMUNICATO STAMPA

Dal 25 ottobre la nuova campagna di comunicazione del Gruppo

UN MONDO POSSIBILE: NEL NUOVO FORMAT DI INTESA SANPAOLO LE ASPETTATIVE DEGLI ITALIANI E LE RISPOSTE DELLA BANCA

- **Claudio Bisio nuovo testimonial**
- **Nuovo sito internet www.unmondopossibile.com**
- **Oggetto della campagna l'apertura delle filiali fino a tarda sera e il sabato mattina**

Torino/Milano 25 ottobre 2013 – Un mondo possibile, in cui poter realizzare ambizioni normali: la crisi ha ridimensionato le aspettative degli italiani, che tornano ad avere desideri realizzabili per il proprio futuro. Questo è il nuovo *concept* della comunicazione del Gruppo Intesa Sanpaolo, che sarà declinato da oggi su tutti i mezzi (tv, stampa e mondo digitale) con una pianificazione pubblicitaria nazionale e sarà affidato a Claudio Bisio quale testimonial dei nuovi spot sui canali tv e digitali ideati dall'agenzia stv DDB.

Il nuovo format cerca di raccontare, con la consueta ironia della pubblicità del gruppo bancario, storie impossibili che sono invece realizzabili grazie ai servizi offerti da Intesa Sanpaolo. I primi due spot televisivi, di cui è protagonista Claudio Bisio, sono incentrati sull'orario prolungato delle filiali Intesa Sanpaolo e andranno in onda per due settimane a partire dal 27 ottobre.

La nuova campagna evidenzia come Intesa Sanpaolo, grazie allo sviluppo di una nuova relazione con il cliente basata sulla disponibilità e sulla flessibilità, possa incontrarne le esigenze e realizzarne i progetti attraverso iniziative concrete, a partire dall'apertura prolungata delle filiali fino alle 20 e al sabato mattina, un'iniziativa ad alto impatto che coinvolge ormai circa 500 filiali in tutta Italia e ha registrato un alto gradimento proprio da parte dei clienti che desiderano più tempo nell'affrontare le proprie scelte finanziarie.

L'attività di comunicazione, che è anche una scelta al passo con le mutate esigenze della clientela, si rivolge ai target di riferimento del primo gruppo bancario in Italia che, con oltre 10 milioni di clienti e 5.000 sportelli, raccoglie la voce di giovani, famiglie, anziani e delle imprese grandi, medie e piccole che saranno protagonisti dei prossimi messaggi pubblicitari.

Oltre alla Tv, il concept *un mondo possibile* sarà veicolato su piattaforme digitali, dove troveranno spazio le iniziative e le attività di Intesa Sanpaolo nell'ambito dell'arte, cultura, formazione, degli impegni istituzionali e dell'offerta di prodotti e servizi: tutto ciò che la banca fa per rispondere alle esigenze dei suoi interlocutori (giovani e meno giovani, famiglie, piccole e grandi imprese) sarà visibile sul nuovo sito web www.unmondopossibile.com.

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Ufficio Media Banca dei Territori e Media locali

+39 02 87962642 - +39 011 5556652

stampa@intesasanpaolo.com