

COMUNICATO STAMPA

“O cambi mezzo, o vai su ComparaFinanza.it”

La prima campagna di display advertising di ComparaFinanza.it si distingue per tanta ironia e per una simpatica mascotte destinata a entrare nei cuori più social

Roma, 15 dicembre 2011 – Parte oggi la prima campagna di display advertising di **ComparaFinanza.it** (www.comparafinanza.it), il servizio gratuito di comparazione online di servizi finanziari lanciato il 21 novembre scorso. La parola d'ordine per la campagna dal concept **“O cambi mezzo, o vai su ComparaFinanza.it”** è *ironia*, con l'obiettivo di promuovere in modo divertente il servizio di confronto delle offerte di polizze RC Auto.

La creatività è stata realizzata dalla web agency Kora e si basa su due soggetti che si alterneranno nel corso della campagna stessa: un triciclo e un salvadanaio. Quest'ultimo è un buffo personaggio animato a forma di maialino dal nome *Salvadindi*, simbolo del valore del risparmio offerto da ComparaFinanza.it.

“Il concept della campagna è semplice ed efficace: se il caro RC Auto ti spaventa, puoi scegliere o di cambiare mezzo di trasporto o di usare ComparaFinanza.it per trovare la polizza più conveniente, risparmiando fino al 40%” ha raccontato Carlo Oppo, Marketing Director di ComparaFinanza.it. “*Salvadindi* è il personaggio chiave della campagna, disegnato in puro stile ‘comics’ per suscitare simpatia e tenerezza negli utenti che vedono il banner”.

“Abbiamo offerto una rappresentazione simpatica e attuale del prodotto RC auto in chiave ironica e sdrammatizzante”, ha spiegato Maurizio Costa, Amministratore Delegato di Kora. “ComparaFinanza.it risulta la soluzione/nemesi al ‘problema risparmio’ rappresentato in principio dalla terrorizzata fuga in lacrime del nostro salvadanaio a fronte del rischio di andare in frantumi e perdere tutti i suoi risparmi. La scelta della realizzazione in 3D ci ha permesso di rendere il nostro personaggio caratterizzato al meglio, più espressivo e materico al fine di ottenere una simpatica gag fra lui e il prodotto RC Auto”.



La campagna, pensata in diversi formati creativi (tra cui bottone, skyscraper, banner e leaderboard) punta sull'interazione con l'utente che è invitato a provare subito la velocità e semplicità di ComparaFinanza.it: cliccando sul banner si accede direttamente al questionario e con pochi click il preventivo è servito. La durata della campagna è di un mese e sarà disponibile ai publisher affiliati a zanox, il più grande network europeo di online advertising

basato sulla performance. Per l'occasione non mancheranno nella home-page di ComparaFinanza.it i richiami alla nuova campagna.

"Il lancio di Comparafinanza.it sarà supportato dall'esperienza di **Zanox** nel settore dei Financial Services, dove targetizzazione e qualità degli spazi pubblicitari sono alla base del successo – ha commentato Michele Marzan, managing director South East Europe (**Zanox**). Con **Zanox Marketplace**, la nuova piattaforma di performance advertising, sarà possibile promuovere il servizio di confronto R.C. Auto a 360° su tutti i canali di web marketing. L'obiettivo è quello di generare un elevato numero di preventivi R.C.Auto, che si concretizzino nell'acquisto di polizze".

Inoltre è appena partita una campagna social anche sulla [pagina Facebook di ComparaFinanza.it](#) che ha sempre come protagonista il nostro amico *Salvadindi*. Su Facebook sono così disponibili alcuni contenuti extra come wallpaper ironici di *Salvadindi*, relativi sempre al concept "O cambi mezzo, o vai su ComparaFinanza.it". Grazie a questa iniziativa gli utenti potranno interagire con ComparaFinanza.it ed esprimere il loro gradimento cliccando 'mi piace' sull'immagine preferita. Il tutto è anche accompagnato da una domanda a risposta multipla - **Qual è il mezzo di trasporto più assurdo su cui vorresti viaggiare?** - a cui i fan Facebook di ComparaFinanza.it potranno rispondere scegliendo tra una serie di curiose opzioni:

1. Jet pack;
2. Segway (il mezzo con le 2 grandi ruote elettriche);
3. Slitta trainata dai cani;
4. Sottomarino;
5. Trainati da 1000 palloncini;
6. Tappeto volante.

Anche la campagna su Facebook avrà una durata di un mese. L'immagine di *Salvadindi* più votata dalla community di Facebook sarà caricato sulla home-page di comparafinanza.it. Ce n'è per tutti i gusti, dal porcellino natalizio a quello sulla mongolfiera o con le ruote...a voi la scelta!

Informazioni su ComparaFinanza.it

*ComparaFinanza.it (www.comparafinanza.it) è un sistema completamente gratuito di comparazione online per i servizi finanziari. Al momento, il sito permette di confrontare oltre 20 assicurazioni e di risparmiare sulla polizza R.C. auto. ComparaFinanza.it è gestito dalla società **Daina Finance Ltd.**, un intermediario assicurativo regolamentato dalla Financial Services Authority nel Regno Unito e dall'ISVAP in Italia.*

Ufficio Stampa

Theoria

Laura Mantovani

[laura.mantovani\(at\)theoria.it](mailto:laura.mantovani(at)theoria.it)

Tel. 02 202215.1

Roma, 15/12/2012