

## ON AIR LA NUOVA CAMPAGNA FINDOMESTIC PER IL LANCIO DEL CONTO CORRENTE DIGITALE

### CAMPAGNA INTEGRATA TBWA\ITALIA: IL CLAIM È “TROPPO AVANTI”

Milano, 09 maggio 2019 – **Findomestic** torna on air con una nuova campagna media per il lancio del **primo conto corrente offerto in Italia da una società di credito al consumo**. Il claim che accompagna gli spot, firmati da **TBWA\Italia**, è “Troppo avanti”. A sottolineare il carattere innovativo dei servizi accessori del conto, totalmente digitale.

Navigando sul conto corrente Findomestic tutto appare improvvisamente datato, come se provenisse dal passato. È quanto accade ai protagonisti degli spot che esplorano i features del conto corrente sui loro device. Tra campi e controcampi, nei loro sguardi si legge la sorpresa nello scoprire che chi è accanto a loro sembra essere andato improvvisamente, e più volte, indietro nel tempo. Così, agli occhi degli utenti, la giovane segretaria di uno studio dentistico appare come una centralinista degli Anni '20, un gamer passa dalla realtà virtuale ai videogiochi Anni '80 e un selfie stick si trasforma in una macchina fotografica a soffietto degli Anni '40.

“Findomestic – commenta **Lorenza Ciacci**, Direttore Engagement, Media e Customer Advocacy della società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas – è impegnata in una costante attività di comunicazione e promozione su tutti i canali mediatici. Per il debutto del conto corrente abbiamo scelto di aggiornare il nostro linguaggio, allineandolo alle caratteristiche della nuova offerta. I concetti chiave sono innovazione, semplicità e voglia di stupire”.

I tre soggetti che compongono la campagna sono stati girati contemporaneamente anche in 9:16, per ottimizzare la fruizione dei contenuti digital e social da mobile. Per la video strategy, sono stati girati dei contenuti ad hoc coerenti con i soggetti tv. Il concept è stato declinato su TV, Radio, Web, Social, DOOH (questa ultima su Milano).

La pianificazione web prevede una campagna display e una video strategy social, sia sui canali proprietari Findomestic che sui principali portali di informazione e di entertainment. L'agenzia si occupa anche della pianificazione editoriale e della gestione dei canali social del cliente.

Per TBWA\Italia hanno lavorato al progetto **Paola Buble**, Creative supervisor e art director con **Mariella Leone**, copywriter. Tutto il team creativo è stato coordinato da **Gina Ridenti** Group Executive Creative Director. **Hugo Gallardo**, Chief Creative Officer.

*Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative e di risparmio. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.*

*TBWA è The Disruption® Company: il motore culturale per il business del ventunesimo secolo. Nominata Agency Of The Year 2018 da Adweek e World's Most Innovative Companies da Fast Company. Diamo vita a idee disruptive che posizionano e coinvolgono i brand nel panorama culturale, assicurandogli una larga quota di futuro. Il nostro collettivo conta 11,300 menti creative divise in 275 uffici in 95 paesi, e include brand come Auditoire, Digital Arts Network (DAN), eg+ worldwide, GMR, The Integer Group®, TBWA\Media Arts Lab, TBWA\WorldHealth e TRO. In Italia abbiamo due sedi una a Milano e una a Roma. Tra i nostri clienti Eni, BNL, Findomestic, Alitalia, Telepass, Wind. Siamo la sola agenzia di comunicazione ad avere un asilo nido aziendale aperto a tutti i bambini del quartiere; la prima ad avere adottato lo smart working.  
Twitter: @tbwaitalia | Facebook: TBWA\Italia | LinkedIn: TBWA Worldwide | Instagram: @tbwa  
TBWA è parte di Omnicom Group (NYSE: OMC). Contatti: Silvia Capuzzi - 02 49985.328 - silvia.capuzzi@tbwa.it*