
Compass porta in tv i prestiti personali Al via la nuova campagna

Riparte la comunicazione di Compass firmata InventatRO con due soggetti Tv e una testimonial d'eccezione: Lunetta Savino

Milano, 12 maggio 2016

Compass, società leader nel credito al consumo, torna in tv con una nuova campagna di comunicazione: si parte domenica 15 maggio con il film TV, cuore della nuova creatività, giocato intorno al claim «Basta un giorno» per ottenere un prestito uno dei punti di forza dell'offerta di Compass, per proseguire poi su radio, web e outdoor.

*“Siamo molto felici di essere **tornanti in comunicazione** anche in Tv dopo alcuni anni di assenza – dichiara **Luigi Pace**, Direttore Centrale Marketing e Customer Management di Compass – abbiamo cercato di creare un format capace di parlare direttamente alle persone calandoci nella loro quotidianità. Perché è così che si concretizza il nostro impegno: aiutare i nostri clienti a realizzare i loro piccoli desideri. E non solo, lo facciamo in tempi rapidissimi. Da qui il claim basta un giorno, leit motiv di tutta la campagna”*

La campagna è costituita da due soggetti in cui vanno in scena diversi racconti di vita quotidiana che hanno come protagonista Lunetta Savino, volto noto e amato della tv italiana .

Nel primo soggetto, due uomini commentano insieme alla barista Lunetta Savino la situazione di un loro amico che in pochi giorni ha acquistato sia un nuovo divano sia una motocicletta. Il mistero è presto svelato: ha realizzato i suoi desideri grazie a un prestito Compass, la soluzione semplice e affidabile che si può avere in un solo giorno.

Il secondo spot si svolge nel salone di un parrucchiere: una donna parla all'amica seduta accanto a lei di una loro conoscente, che ha appena acquistato un'auto ed è in attesa della nuova cucina. Anche in questo caso, l'amica insieme a Lunetta Savino nei panni della parrucchiera racconta come tutto questo sia possibile grazie all'offerta di Compass, dove si "...fa prima a farlo che a dirlo" perché "Basta un giorno".

La campagna di comunicazione partirà domenica 15 e coinvolgerà tutte le principali emittenti tv nazionali e tematiche e la pianificazione a cura di Havas Media.

PIANIFICAZIONE MEDIA

TV – on air dal 15 maggio al 25 giugno su RAI, Mediaset, La7, digitale terrestre, canali Sky e TV locali in formato 30" e 15".

VIDEOCOMUNICAZIONE – dal 15 maggio al 25 giugno sui circuiti Centostazioni-Vienord-FSI, Grandistazioni, Class Metropolitana Milano e Roma e Class Autostrade.

DIGITAL

- Video advertising su web e mobile con Facebook e Youtube
 - Adv di impatto sui circuiti Medimond e Populis
 - Adv response in Programmatic con Criteo
-

SCHEDA TECNICA CAMPAGNA

AGENZIA CREATIVA: inventaTRO
DIRETTORI CREATIVI ESECUTIVI: LORENA ORTICA
DIRETTORI CREATIVI ASSOCIATI: FRANCESCO GORI
ART DIRECTOR: MAURO MANISCALCO
COPYWRITER: DAVIDE DESGRO
SOCIAL MEDIA: ELISABETTA DATTOLO
CLIENT SERVICE DIRECTOR: MARIANGELA GUASTINI
SENIOR ACCOUNT: MARILENA PITINO
ACCOUNT EXECUTIVE: LAURA ZAFFARONI
EXECUTIVE PRODUCER: SIMONE ADILETTA
PRODUCER: CHIARA BARLASSINA
CDP: THE BIG MAMA
REGIA: LUCA LUCINI
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA: MANFREDO ARCHINTO

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Anna Barbaglio

Tel +39-02-8829898

paola.salvatori@mediobanca.com

anna.barbaglio@mediobanca.com
