



Barclays si presenta al grande pubblico con la sua prima campagna pubblicitaria italiana, puntando su innovazione, convenienza e un pizzico d'ironia ... inglese ovviamente.

Da oggi a metà aprile on air su Tv, radio, stampa e internet

Milano, 6 febbraio 2008 – Parte oggi la prima campagna pubblicitaria di Barclays, la Banca Inglese che da luglio 2006 ha iniziato un nuovo progetto di crescita in Italia. Famosa per alcuni dei suoi marchi, tra cui Woolwich e Barclaycard, oggi conta già quasi 100 punti Barclays in Italia tra filiali e negozi finanziari.

Una campagna multisoggetto che presenta l'offerta di Barclays nel nostro Paese: oltre ai mutui Woolwich, il marchio specializzato nel settore, una gamma di prodotti bancari e finanziari come conti correnti, prestiti e carte di credito.

Con questa campagna, Barclays mira ad affermarsi come Banca di comprovata professionalità in tutti i settori del mercato bancario italiano. Una Banca che ha saputo portare in Italia il british taste soprattutto percepito come valore in termini di know-how finanziario, di innovazione dei prodotti e di trasparenza nelle condizioni dell'offerta. Inglesità che ritroviamo anche nell'ironia utilizzata all'interno delle creatività.

“E' Barclays, mi fido” , è questo il pay-off condiviso di tutta la campagna che presenta come testimonial d'eccezione un bulldog.

“La scelta non è certo casuale - spiega Stefano Bellini, Direttore Marketing di Barclays Italia. E' un cane di origine inglese, dalla testa massiccia, simpatico e affascinante. E' leale e affidabile. Direi che la personalità di questo cane è certamente in linea con la nostra Banca e con il nostro look&feel”.

“La coesistenza di diversi marchi nel mercato italiano, Woolwich per i mutui, Barclaycard per la carte di credito e ora Barclays con gli sportelli bancari – aggiunge Bellini – ha reso necessaria la realizzazione di una campagna che racchiudesse i diversi brand sotto un unico “Master Brand”, quello di Barclays, appunto. Sono certo che questa campagna contribuirà anche a rafforzare la nostra Brand Awareness sul territorio”.

Firmata da Inventa CPM, la campagna sarà on air su tutte le principali reti tv nazionali, sulle principali emittenti radiofoniche, su carta stampata e internet dal 6 febbraio sino a metà aprile. La pianificazione prevede, inoltre, delle telepromozioni durante le puntate del Grande Fratello 8 e del Milionario su Canale 5.

Barclays è una delle principali istituzioni finanziarie del mondo, conosciuta per i servizi che offre nel retail e commercial banking, carte di credito, investment banking, wealth management e investment management, con una vasta presenza internazionale in Europa, Stati Uniti, Africa e Asia. È inoltre una delle più grandi società di servizi finanziari al mondo per capitalizzazione di borsa. Con più di 300 anni di storia ed esperienza nel settore bancario Barclays opera in oltre 50



La tua prima banca inglese

Paesi del mondo e conta oltre 127 mila dipendenti. Barclays muove, presta, investe e protegge denaro per oltre 27 milioni di clienti in tutto il mondo.

Per ulteriori informazioni:

PMS

Andrea Faravelli

a.faravelli@pmsgroup.it

Tel: + 39 02 48.000.250

Tel: + 39 328 81.61.607

Luciano Crobu

l.crobu@pmsgroup.it

Tel. +39 02 48.000.250

Mob. +39 347 84.99.165