

COMUNICATO STAMPA**Banca Monte dei Paschi di Siena si affida all'ironia per promuovere
"Infinita": online il primo video**

Con tre video dal tono ironico e surreale, il Gruppo Montepaschi lancia sul web una campagna di viral marketing per promuovere in rete il conto online di "Infinita"

Siena, 4 dicembre 2009 - Banca Monte dei Paschi di Siena, l'istituto di credito più antico al mondo, lancia sul web una campagna di viral marketing concepita per promuovere "Infinita", l'offerta online del Gruppo Montepaschi.

L'iniziativa prevede il rilascio progressivo di 3 video virali, che saranno pubblicati sulla fan page di Facebook dedicata a "Infinita" (www.facebook.com/infinita.mps) e su YouTube (www.youtube.com/infinita). La campagna, che si rivolge soprattutto a fasce di utenza composte da giovani, studenti o individui alle prese con i primi passi nel mondo del lavoro e i primi risparmi da conservare, utilizzerà come canali di diffusione alcune delle piattaforme di social network più popolari del momento.

Il lancio dei video rappresenta uno step successivo nell'ambito della strategia di comunicazione che ha avuto come primo momento l'approdo del Gruppo Montepaschi su Facebook (luglio 2009) - con una propria pagina corporate e con una fan page con cui comunica con i fan di Infinita - poi la presenza su Twitter e un brand channel dedicato su YouTube su cui è stata lanciato in anteprima il nuovo spot pubblicitario della Banca.

Il concept di base della campagna, declinato in tutti i video, è il vantaggio di gestire i propri risparmi aprendo un conto online piuttosto che affidarsi ai metodi fai da te, scomodi e poco sicuri.

Si parte dunque con "Il quadro", il primo video della serie. Il filmato ha come protagonista un giovane manager in carriera, intento a conservare i suoi guadagni in una cassaforte a muro nascosta alle spalle di un dipinto raffigurante un uomo vestito con abiti del '600. Il finale a sorpresa rivela la natura divertente e dissacrante del video, il cui scopo è comunicare il messaggio suscitando ilarità e interesse nello spettatore, spingendo quest'ultimo al passaparola. La scelta di Facebook quale piattaforma di lancio dà ulteriore vigore alla spinta "viral" della campagna: grazie ai meccanismi di condivisione messi a disposizione dal social network, difatti, la diffusione del video è affidata agli utenti stessi.

Con l'inizio della campagna, Banca Monte dei Paschi di Siena punta ad acquisire nuovi clienti in target, e ad accrescere la brand awareness online del Gruppo Montepaschi e della linea di prodotti "Infinita". La realizzazione è curata dalla web agency [nascar](http://nascar.com).