

**AdvExpress.it**

Titolo: Una campagna multi-canale per Quixa.  
LPF firma stampa e radio, Sempla il web  
Data: 6 maggio 2011  
Pubblicazione: online

## Una campagna multi-canale per Quixa. LPF firma stampa e radio, Sempla l'web

6/5/2011

La compagnia online del **Gruppo AXA** punta su libertà di scelta e trasparenza con un sito rinnovato e pubblicità su tv, radio, stampa e web. La creatività radio, firmata come per la stampa da **Lowe Pirella Fronzoni**, ha permesso alla compagnia di realizzare per il secondo anno consecutivo una "tripletta" al **Radiofestival**. Sito e creatività web sono a cura di **Sempla**.



**Quixa**, la compagnia online del **Gruppo AXA**, lancia una **campagna pubblicitaria** multi-canale a supporto della nuova offerta legata alle garanzie accessorie. L'assicurazione diretta sarà infatti presente in tv, radio, stampa e web per presentare il nuovo sistema di acquisto delle coperture, che per la prima volta offre ai clienti la possibilità di costruirsi una polizza su misura scegliendo solo le garanzie assicurative di cui hanno davvero bisogno.

Per comunicare questa grande innovazione nel mercato delle assicurazioni, **Quixa** ha anche **rinnovato il sito web** [www.quixa.it](http://www.quixa.it), utilizzando un linguaggio chiaro e icone in grado di trasferire in modo immediato i benefit delle diverse coperture.

Da sabato **7 maggio** in onda su **Sky Calcio** un **infomercial** da 60", durante il quale Guido, il consulente personale dedicato che rappresenta Quixa, illustrerà l'innovazione del nuovo approccio Quixa alle garanzie accessorie. Sono state pianificate le ultime tre giornate di campionato e l'ultima giornata di Champions League.

La **campagna radio** è stata pianificata sulle maggiori emittenti per illustrare agli ascoltatori alcune delle principali garanzie offerte da Quixa. La creatività, che prevede quattro diversi soggetti da 30", è stata realizzata da **Lowe Pirella Fronzoni**, con lo stile spontaneo e divertente che caratterizza da sempre i radio comunicati Quixa e che ha permesso alla compagnia di realizzare per il secondo anno consecutivo una "tripletta" al **Radiofestival**, vincendo l'antenna d'oro, d'argento e di bronzo nella categoria "Banche e assicurazioni".



Quixa annuncerà l'iniziativa sulla **stampa** a partire dall'**8 maggio** con pagine intere su alcuni dei principali quotidiani italiani: La Gazzetta dello Sport, Corriere della Sera, La Repubblica e Il Sole 24 Ore. Anche in questo caso la creatività è a cura di **Lowe Pirella Fronzoni** e ha l'obiettivo di sottolineare l'ampia libertà di scelta del consumatore attraverso l'elemento grafico del flag rosso, che permette di selezionare solo le garanzie desiderate, come illustra il payoff "Se ti serve, lo scegli tu".

I **media digitali**, infine, supporteranno da giugno il progetto, attraverso una pianificazione sui principali motori di ricerca, portali e siti di informazione (Google, Yahoo!, Libero, Virgilio, TGcom, Repubblica.it, Corriere.it, Ilsole24ore.com, Gazzetta.it). La **campagna banner** prevede due soggetti creativi, basati su visual semplici e d'effetto, ispirati all'iconografia del web e dei Social Network. Per un'intera giornata, inoltre, Quixa sarà **sponsor** della home page di YouTube, dove verrà presentato in esclusiva per il web il nuovo infomercial. Verranno anche inviate **DEM** profilate e sponsorizzate newsletter tematiche. Sito e creatività web sono a cura di **Sempla**.

La pianificazione è stata curata da **Media Club**.

MF