

## Daily Media

Titolo: Adv Quixa: al via una campagna multimediale per le nuove garanzie accessorie di Lowe Pirella Fronzoni  
Data: 6 maggio 2011  
Pubblicazione: quotidiano di comunicazione

### 10 Adv Quixa: multimediale per le garanzie accessorie, firma Lowe Pirella Fronzoni

## Adv Quixa: al via una campagna multimediale per le nuove garanzie accessorie di Lowe Pirella Fronzoni

Un sito rinnovato e pubblicità in televisione, sulle radio, sulla stampa e su internet

**Q**uixa, 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 domani, poi, verrà trasmesso 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 rea-



Un frame dello spot

lizzata da Lowe Pirella Fronzoni, con lo stile spontaneo e divertente che caratterizza da sempre i radio comunicati Quixa. L'iniziativa sarà annunciata anche sulla stampa a partire da domenica 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. Per un'intera giornata, inoltre, Quixa sarà sponsor della homepage 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.