

“IL MADE IN ITALY NON SI FERMA MAI”: AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA SACE SUI TRENI FRECCIA ROSSA E NELLE SALE VIP ALITALIA

- Personalizzati per tutto il mese di giugno i vagoni di prima classe di 20 treni Freccia Rossa, 2 treni Freccia Argento e 7 sale Freccia Alata nei principali aeroporti italiani
- Obiettivo della campagna: sensibilizzare imprenditori e manager sui benefici che derivano dall'utilizzo dei servizi assicurativo-finanziari di SACE

Roma, 28 maggio 2010 – Partirà il prossimo 1° giugno la nuova campagna pubblicitaria di SACE destinata a far conoscere il brand e le attività del gruppo a imprenditori e manager che viaggiano in treno o in aereo per lavoro.

In un momento cruciale per le aziende del *made in Italy*, la campagna è tesa a sensibilizzare e rafforzare la conoscenza dei benefici che derivano dall'utilizzo dei servizi assicurativo-finanziari di SACE. La sfida per i prossimi anni sarà sempre più rappresentata da iniziative per valorizzare le strategie di competitività delle nostre imprese sui mercati esteri ed in particolare quelli emergenti, tradizionale punto di forza di SACE.

Realizzata in collaborazione con l'agenzia di comunicazione Red Cell, la campagna prende spunto da sei noti proverbi della tradizione che, riletti attraverso la lente SACE, diventano il manifesto di una nuova cultura imprenditoriale in cui la “buona sorte” non è più auspicio dettato dalla saggezza popolare ma una solida promessa di impegno e professionalità.



La campagna è stata pianificata per tutto il mese di giugno sulle carrozze di prima classe di venti treni Freccia Rossa nella tratta Napoli-Milano-Torino e due treni Freccia Argento nella tratta Roma-Venezia, che riporteranno il brand SACE su una varietà di spazi, dalle porte scorrevoli, ai vetri separatori e ai poggiatesta presenti nei singoli vagoni.

Nello stesso periodo saranno inoltre personalizzate sette sale Freccia Alata di Alitalia negli aeroporti di Roma Fiumicino (Bramante, Giotto e Borromini), Milano Linate, Torino Caselle e Venezia Marco Polo. Con questa iniziativa SACE personalizza le sale *vip lounge* di Alitalia, in cui transita la clientela più pregiata della compagnia: i *frequent flyer* Freccia Alata e i passeggeri di classe business.

SACE è un gruppo assicurativo-finanziario attivo nell'assicurazione del credito, nel credito all'esportazione, nella protezione degli investimenti, nelle cauzioni e nel factoring. Il gruppo assiste i propri clienti in oltre 180 paesi, garantendo flussi di cassa più stabili e trasformando i rischi di insolvenza delle imprese in opportunità di sviluppo. SACE ha un rating Aa2 (Moody's).