
Nota de Imprensa

Santander Totta lança campanha dirigida à poupança dos portugueses

- *A campanha pretende transmitir a confiança e a protecção que o Santander Totta confere aos seus Clientes e apresenta o novo produto Super Poupança Protecção.*
- *Começa hoje e decorrerá durante o período do Verão.*

Lisboa, 06 de Julho de 2011 – Esta campanha, criada pela nova agência do Banco, a Euro RSCG, arranca nos media hoje, dia 06 de Julho. A protecção é o tema central da campanha, tendo sido utilizado o guarda-chuva como forma de a simbolizar. Este aparece em várias situações do dia-a-dia, mostrando que, independentemente das condições externas, com as soluções do Banco Santander Totta, as poupanças dos clientes estão sempre seguras.

Com a Super Poupança Protecção, os clientes beneficiam de total flexibilidade, com as suas poupanças sempre disponíveis, podendo mobilizar o seu capital em qualquer altura, em qualquer canal seja este o balcão, telefone, internet ou mesmo no multibanco; e, sem qualquer penalização de juros. Este produto oferece uma rentabilidade elevada, com uma TANB de 4% no 1º ano, não exige montante mínimo de constituição e permite adicionalmente entregas periódicas a partir de apenas 50€ por mês.

O Banco Santander Totta volta assim a apostar na captação de poupanças, com o lançamento de uma nova campanha multimédia, que tem na protecção e solidez do Banco os seus conceitos chave.

O actor e encenador Diogo Infante é novamente o locutor do filme, e a música utilizada é “You got it” do Roy Orbison, à semelhança do que aconteceu na campanha “Soluções Integradas”, indo de encontro, mais uma vez, ao sentimento de confiança e serenidade que a campanha pretende transmitir. O filme, que se desenrola em várias zonas de Lisboa, Estoril e Cascais, é assinado pela agência Euro RSCG, produzido pela Mercurio e realizado por Diamantino Ferreira.

A campanha vai estar no ar durante o mês de Julho em TV, Imprensa, Rádio, Exteriores, Internet e nos balcões do Banco. Terá também uma forte componente de below-the-line nos canais tradicionais e electrónicos.