

PRESS RELEASE

Warszawa, 28.11.2007 r.

W 2007 sponsoring F1 zwiększył globalną świadomość marki ING

Współpraca z Zespołem ING Renault F1 wraz z brandingiem 'na torze' przyczyniły się do zwiększenia globalnej świadomości marki ING, jak również miały wpływ na pozytywny odbiór brandu – wynika z badań przeprowadzonych przez Grupę ING. Dzięki tym działaniom, zarówno istniejący jak i potencjalni Klienci ING wyrazili chęć do nawiązania bliższych relacji biznesowych lub współpracy z ING.

„Połączenie ING z Formułą 1 już pokazało swoją wartość. Nasze badania wskazują, że program przyczynił się do poprawy wizerunku oraz globalnej świadomości marki ING. Wkraczając w rok 2008, planujemy rozwijać strategię ING F1 w oparciu o tą zwiększoną świadomość w taki sposób, aby generować wyższe dochody” - stwierdził Michel Tilmant, Prezes Zarządu Grupy ING.

Jak ogłoszono na początku sezonu w 2007, głównym celem programu sponsoringowego było zwiększenie globalnej świadomości marki oraz zwiększenie zasięgu brandu ING, tak aby dotrzeć do 75 milionów klientów w ponad 50 krajach.

Na początku sezonu F1 oraz po jego zakończeniu, po wyścigu o Grand Prix Brazylii 21 października Research International, niezależna firma badawcza, zadała pytania 16 000 osobom w 32 kluczowych dla ING rynkach. Próbę respondentów stanowili zarówno kobiety jak i mężczyźni, osoby będące oraz nie będące fanami Formuły 1, korzystające i nie korzystające z produktów i usług ING. Badanie zostało przeprowadzone na podstawie pięciu kluczowych kryteriów, włączając świadomość marki ING oraz jej postrzeganie, jak również chęć nawiązania relacji z instytucją w wyniku sponsoringu Formuły 1.

Badania przeprowadzone w 32 krajach (16.000 respondentów) pokazują wyniki osiągnięte przez ING jako sponsora F1:

- 7% wzrost dotyczący postrzegania Grupy ING, jako jednej z wiodących i globalnych instytucji świadczącej usługi finansowe,
- 25% wzrost pozytywnego postrzegania brandu ING,
- 29% wzrost w zakresie chęci Klientów do nawiązania relacji biznesowych z ING w ciągu następnych 12 miesięcy,
- 100% wzrost w zakresie świadomości marki ING, jako jednego ze sponsorów F1 (1 na 4 osoby na 32 rynkach wiedziały, że ING jest jednym ze sponsorów F1).

ING odniosło również korzyści z intensywnej widoczności w telewizji podczas 17 wyścigów Grand Prix w wyniku sponsoringu tytularnego Zespołu ING Renault F1 oraz „obecności na torze” podczas 14 z 17 wyścigów Grand Prix, ING był także sponsorem tytularnym wyścigów o Grand Prix Australii i Belgii.

ING Bank Śląski

Piotr Utrata, T: 22 820 40 22, E: piotr.utrata@ingbank.pl

Ewa Szerszeń, T: 22 820 41 17, E: ewa.szerszen@ingbank.pl

ING Nationale-Nederlanden

Beata Zduńczyk-Skup, T: 22 522 0014, E: beata.zdunczyk-skup@ingnn.pl

Piotr Papaj, T: 22 522 05 18, E: piotr.papaj@ingnn.pl

Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 50 krajach. Zatrudnia ponad 114 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.

Niezależne badania przeprowadzone przez IFM pokazały, że ING był drugim najbardziej widocznym sponsorem F1 (licząc sekundy, podczas których logo ING pojawiło się na ekranie podczas oficjalnych relacji wyścigów w telewizji), pojawiając się na ekranie przez 14.264 sekund, podczas 17 wyścigów Grand Prix.

„2007 był sztandarowym rokiem dla ING pod względem zwiększenia profilu Grupy na całym świecie. W 2008 chcemy aktywować sponsoring F1 na wszystkich rynkach, tak, aby móc jak najlepiej wykorzystać zwiększony poziom świadomości marki oraz generować działalność biznesową Grupy poprzez dalszą promocję produktów i usług ING” - powiedziała **Isabelle M. Conner**, Dyrektor Programu ING Renault F1 dla ING.

W następnym roku ING będzie kontynuowało globalną kampanię marketingową oraz strategię dotyczącą obecności marki, zarówno na rynkach strategicznych dla Grupy, jak i rynkach wschodzących. ING dąży również do generowania zysków dzięki sponsorowi F1 poprzez wprowadzenie większej ilości produktów reklamowych i marketingowych związanych z F1 do swojej bazy produktowej w zakresie bankowości, ubezpieczeń oraz zarządzania aktywami.

ING Bank Śląski

Piotr Utrata, T: 22 820 40 22, E: piotr.utrata@ingbank.pl

Ewa Szerszeń, T: 22 820 41 17, E: ewa.szerszen@ingbank.pl

ING Nationale-Nederlanden

Beata Zduńczyk-Skup, T: 22 522 0014, E: beata.zdunczyk-skup@ingnn.pl

Piotr Papaj, T: 22 522 05 18, E: piotr.papaj@ingnn.pl

Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 50 krajach. Zatrudnia ponad 114 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.