

Aldo Montano testimonial 'OnShop', un buono per la spesa online

*Presentato a Roma, presso il Circolo Canottieri Aniene, il buono spesa **Onshop**, il nuovo sistema prepagato di **Intermatica**, facile e sicuro per fare acquisti sul web. **Aldo Montano** è il testimonial della Campagna Onshop. Semplicità e sicurezza costituiscono il legame tra il brand e l'atleta della nazionale, uomo di grande semplicità, sorridente e diretto, e campione di una disciplina considerata 'sicura'.*



Roma, 26 giu. (Adnkronos) - Semplicità e sicurezza. E' questo il binomio che accomuna il campione di scherma **Aldo Montano e OnShop**, il buono spesa 'usa e getta' che consente di fare shopping online. Montano e' infatti il testimonial della nuova campagna pubblicitaria di OnShop, presentata questa mattina a Roma, presso il Circolo Canottieri Aniene, alla presenza di Giovanni Malagò, presidente del Circolo, Claudio Castellani, Presidente del Gruppo Intermatica (cui OnShop fa capo) e Marco Silvio Bellini, Amministratore delegato di Lottomatica Italia Servizi. Semplicità e sicurezza, dunque - spiega una nota - costituiscono il legame tra il brand e l'atleta della nazionale, uomo di grande semplicità, sorridente e diretto, e campione di una disciplina considerata 'sicura': il termine scherma, infatti, che proviene dal longobardo 'Skirmjan' e significa proteggere, coprire, evoca il concetto di difesa. Nel corso dell'incontro, a margine della proiezione della campagna pubblicitaria OnShop - la cui creatività e produzione e' stata curata dall'agenzia Opera - è intervenuto lo stesso Aldo Montano, che ha sottolineato come il progetto lo abbia molto appassionato.

"La campagna - sostiene Montano - mostra una parte di me non molto conosciuta, quella di amante della tranquillità e della vita casalinga, che mi vede come molti miei coetanei divertirmi anche navigando in rete. Anche per questo ho compreso immediatamente le grandi opportunità che uno strumento come OnShop è in grado di offrire, sentendo da subito vicino il buono spesa OnShop, il vero protagonista della campagna, che invito tutti a provare quanto prima".

OnShop rappresenta il primo progetto nel suo genere realizzato nel nostro Paese, un buono spesa 'usa e getta' - prosegue la nota - che consente di fare shopping in rete

su tutti i siti convenzionati. Un servizio innovativo ideato per i giovani e per tutti coloro che non sono in possesso di una carta di credito o che non vogliono utilizzarla online. Si presenta come un tipico scontrino su cui è stampato un Pin e il suo utilizzo è immediato: si naviga su uno dei siti web aderenti al circuito OnShop, si seleziona il prodotto da acquistare ed al momento del pagamento si inserisce il Pin. Non è ricaricabile ed è disponibile in vari tagli, acquistabili nei punti vendita Lottomatica Italia Servizi presenti su tutto il territorio nazionale. Dunque, non essendo necessario comunicare i numeri della propria carta di credito, si elimina del tutto quello che costituisce, per molti, il principale ostacolo in termini di fiducia rispetto allo shopping sul web, acquistando direttamente presso la rete Lis - Lottomatica Italia Servizi.

"Siamo lieti di aver condiviso sin dalla fase iniziale questo progetto con Intermatica, ha dichiarato **Marco Silvio Bellini - amministratore delegato di Lottomatica Italia Servizi**. Con OnShop, Lis conferma il proprio ruolo di precursore, all'avanguardia nell'innovazione orientata a rispondere alle esigenze degli italiani, dei loro usi, costumi e attitudini". "Il contributo di Lottomatica Italia Servizi per lo sviluppo e la diffusione di uno strumento innovativo come il buono spesa Onshop - ha proseguito Bellini - può divenire determinante in termini di reperibilità, affidabilità e comodità grazie ai 77.000 punti vendita della nostra rete, la più grande in Italia con una presenza capillare tra tabaccherie, supermercati, bar, cartolerie, edicole e piccoli dettaglianti, che distribuisce in "esclusiva" il prodotto".

"Secondo recenti stime, nel nostro Paese sono circa 22 milioni gli utenti internet. Di questi - afferma **Claudio Castellani, Presidente del Gruppo Intermatica e ideatore di OnShop** - circa 8 milioni acquistano in maniera abituale in rete, mentre i restanti 14 milioni, ad oggi, non prendono neanche in considerazione questa opzione. Il dato più significativo, tuttavia, se si considera anche quanto accade negli altri Paesi dove è maggiore la familiarità con il web, è che coloro che non acquistano online perchè non si fidano ad usare la propria carta di credito si attestano intorno ai 4 milioni". "Questo aspetto - conclude Castellani - unito al fascino di un nuovo progetto, ci ha convinto a studiare e realizzare una soluzione unica sul mercato italiano, le cui facilitazioni potranno da qui ai prossimi anni contribuire a fornire una spinta propulsiva all'e-commerce, favorendo una sempre maggiore conoscenza delle potenzialità ancora inesprese di internet".

Fonte: [Adnkronos](#)