

## Parte oggi la partnership tra ING DIRECT e lastminute.com

**Milano, 27 febbraio 2006** – E' attiva da oggi la partnership tra i due top spender del mondo web: ING DIRECT, la banca on line più grande al mondo, e lastminute.com, sito internet di riferimento per il divertimento e il tempo libero online. La meccanica della partnership è semplice: ogni nuovo cliente ING DIRECT cliccando sul banner in homepage potrà aprire ed attivare subito il proprio Conto Arancio attraverso una pagina dedicata. All'attivazione del conto riceverà un buono del valore di 60 € da utilizzare per qualsiasi acquisto sul sito [www.lastminute.com](http://www.lastminute.com).

L'iniziativa viene promossa attraverso appositi link e banner presenti sul sito di lastminute.com e tramite una newsletter dedicata e inviata a tutti gli utenti registrati, il cui numero si aggira oggi intorno al milione.

La partnership con lastminute.com va ad aggiungersi alle operazioni di co-marketing già attive tra ING DIRECT e brand quali: Vodafone, GS, Alitalia, Fastweb, Rosso Alice, Media World, Mr.Price, ePlaza e Monclick.

“Oggi le attività di co-marketing rappresentano un'importante fonte di acquisizione clienti – fanno sapere da ING DIRECT - La logica è pressoché identica: valorizzare l'affinità dei target tra le aziende e offrire un vantaggio esclusivo al cliente partner”.

“Siamo lieti di essere stati scelti da ING DIRECT per quest'attività promozionale, visto che entrambi puntiamo a garantire alla nostra clientela le migliori condizioni per i servizi offerti”, ha commentato Giovanna Garlati, Brand & Communication Manager di lastminute.com Italia.

**Per informazioni:**

Silvia Colombo, Media Relations Manager ING DIRECT Italia, tel. 02 55226645 – [silvia.colombo@ingdirect.it](mailto:silvia.colombo@ingdirect.it)

**lastminute.com**

Fondato nell'ottobre del 1998 nel Regno Unito da Brent Hobermann e Martha Lane Fox, lastminute.com, al momento impiega circa 2.000 persone in tutta Europa e conta più di 10 milioni di iscritti alla propria newsletter settimanale. lastminute.com nasce con l'obiettivo di fornire idee e soluzioni per il tempo libero anche "all'ultimo minuto", offrendo ai propri utenti l'opportunità di acquistare biglietti aerei, camere d'hotel, pacchetti vacanza, regali, biglietti per spettacoli, eventi e attività sportive e altro ancora, anche con pochissimo preavviso.

lastminute.com è una fonte inesauribile di proposte originali e convenienti. Versioni localizzate del sito sono state attivate in Francia, Germania, Italia (on line da dicembre 2000 anche con il dominio [www.lastminute.it](http://www.lastminute.it)), Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Australia e Giappone.

Con le 14 acquisizioni negli ultimi 3 anni, lastminute.com annovera ad oggi brand online quali holidayautos.com, travelprice.com, degriftour.com, travelselect.com, travel4less.co.uk, eXhilaration.co.uk, medhotels.com, first-option.co.uk, gemstonetravel.com, onlinetravel.com e lastminute.de. Dal 20 Luglio 2005 lastminute.com è entrato a far parte del gruppo Sabre Holdings leader mondiale nel settore dei viaggi, fornisce prodotti turistici e soluzioni tecnologiche e di distribuzione all'industria turistica.

**Per informazioni:**

Ufficio stampa lastminute.com  
c/o AIGO  
Flaviana Facchini, Anna Fosso, Michela Bernardo  
Tel. 02-669927.1  
[f.facchini@aigo.it](mailto:f.facchini@aigo.it); [a.fosso@aigo.it](mailto:a.fosso@aigo.it); [m.bernardo@aigo.it](mailto:m.bernardo@aigo.it)