



## Prezzofelice: al via il secondo spot della campagna televisiva Il protagonista è il controllo di qualità

Prezzofelice, il primo outlet italiano del web, presenta in tv il secondo capitolo della campagna televisiva dopo il successo del primo spot con protagonista "la suocera".

La campagna tv, ideata da PicNic, l'agenzia di Niccolò Brioschi e Riccardo Beretta, è in onda fino a dicembre sui canali Mediaset e racconta con tono umoristico e leggero i tre principali plus di Prezzofelice: **essere italiani**, il **controllo di qualità** e la **massima affidabilità** fino alla possibile restituzione in caso di mancata soddisfazione.

I protagonisti del secondo soggetto (il terzo sarà on air fra due settimane) sono una giovane coppia: in serata il marito rincasa e scopre con grande sorpresa la moglie a cena a lume di candela con un altro uomo. Sbalordito il marito dichiara: "amore, pensavo fossi felice con me", ma l'amante lo rassicura, "guardi, non è come crede, volevo solo essere sicuro che la signora fosse davvero perfetta per lei". A quel punto la voce fuori campo afferma: "su Prezzofelice.it proviamo i prodotti in offerta".

Il messaggio del nuovo spot è dunque il **reale controllo di qualità** sui servizi offerti che Prezzofelice assicura per garantire la massima soddisfazione del cliente.

"Prezzofelice è il primo outlet italiano del web che, grazie all'accuratezza nella selezione dei partner commerciali offre un concreto servizio di qualità: ogni partner accetta una penale nel contratto pari a 50.000 euro, in questo modo ci impegniamo a tutelare il cliente in caso di mancata erogazione del servizio" spiega Raffaele Giovine, "grazie a questo approccio Prezzofelice a due anni dalla nascita vanta una crescita esponenziale: gli iscritti a Prezzofelice stanno raggiungendo quota 2.000.000, con un parco clienti che acquista in media tre volte l'anno".

In contemporanea alla campagna tv Prezzofelice ha avviato una campagna sui social network che fa emergere le caratteristiche principali del sito di sconti: gli utenti sono invitati a interagire con lo spot con frasi ironiche e avere così la possibilità di vincere un buono da spendere su Prezzofelice.

L'investimento pubblicitario di Prezzofelice sui principali canali Mediaset dimostra un trend positivo e la volontà rafforzare il brand in ambito nazionale, affiancando alle normali attività di comunicazione web based i media tradizionali che, come la televisione, permette di avvicinare un pubblico sempre più ampio.

Guarda il secondo spot

(Casa di Produzione: Cow and Boys, produttore esecutivo: Lorenzo Borsetti, regia: Riccardo Paoletti).



<http://www.youtube.com/watch?v=vZSWw77bU7s>

The screenshot shows the Prezzofelice.it website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo, a search bar, and a 'Cambia città' dropdown. Below the navigation, there are sections for 'Offerte del giorno', 'Viaggi', and 'Outlet'. The main content area features several promotional cards:

- Terme Relais Bagni di Masino:** A 3-day offer for 2 people in a double room, including breakfast, cocktails, and dinner, with access to the spa. Price: €179 (57% discount from €420). 'ACQUISTA SUBITO!' button.
- Tablet Android 4.0.3+Galaxy 9 Pocket:** A bundle offer including a Samsung Galaxy 9 Pocket smartphone and a Samsung tablet. Price: €160.00 (38% discount from €260). 'Acquista subito' button.
- Tablet Android 4.0.3+Galaxy 9 Pocket:** Another bundle offer, similar to the one above. Price: €160.00 (38% discount from €260). 'Acquista subito' button.
- 3 giorni alle Terme a 89,50 euro!** A smaller offer card for a 3-day stay at the Terme Relais Bagni di Masino. Price: €179.00 (57% discount from €420). 'Acquista subito' button.

At the bottom of the page, there are social media icons for Facebook and Twitter, and a 'Passaparola' section.

Prezzofelice raccoglie e seleziona in tutto il territorio italiano clienti e partner per poter offrire quotidianamente, a un bacino di utenti sempre più ampio, servizi e beni di diverso genere con tassi di sconto elevatissimi, calcolando la durata dell'offerta, confezionata e personalizzata per destinazione territoriale.

Prezzofelice è un progetto italiano ideato e sviluppato da Raffaele Giovine, imprenditore milanese attivo da anni nel settore dell'ideazione, produzione e distribuzione di contenuti multimediali. Prezzofelice con My Beauty Box e Ovojo.com, è nato da noosaLab: un incubatore che ricerca e raccoglie idee in giro per il mondo realizzandole in Italia.

Attualmente il team di Prezzofelice è composto da oltre 30 persone che si dedicano quotidianamente a soddisfare i bisogni di clienti e partner. Attraverso un approccio pragmatico, proattivo e creativo Prezzofelice vuole migliorare ogni giorno le opportunità offerte dai nuovi canali digitali.