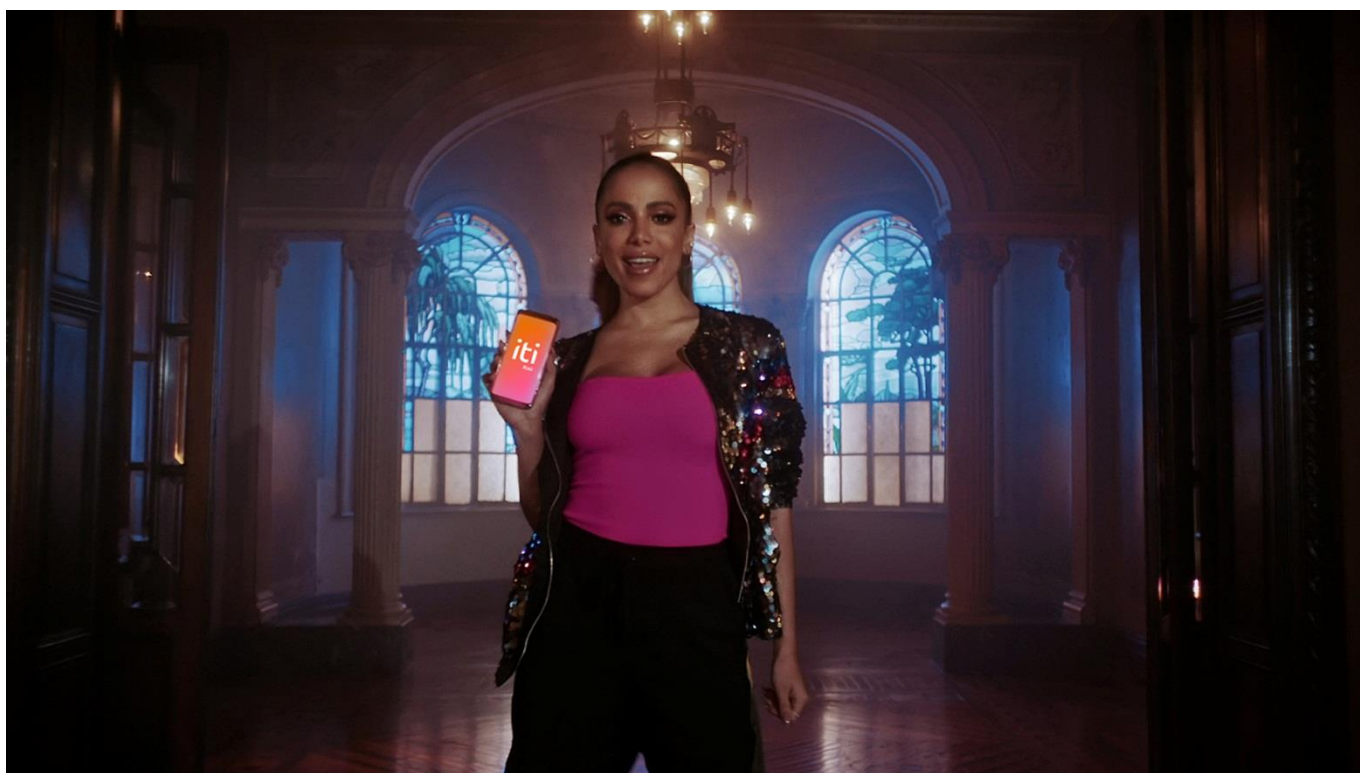


## iti apresenta primeira campanha com videoclipe estrelado por Anitta, Grazi Massafera e MC Jottapê

*Filme vem acompanhado de tutoriais e centenas de peças que seguem a jornada do cliente e reforçam a chegada do aplicativo para todos os brasileiros*

**Novembro, 2019** – Para comunicar sua chegada ao mercado, o iti, plataforma digital de pagamentos do Itaú Unibanco, apresenta uma campanha totalmente voltada para o uso do aplicativo no contexto do dia a dia dos brasileiros. O tom desta conversa foi apresentado hoje no canal oficial da marca no YouTube, [com o videoclipe da música “É Bom Pra Todo Mundo”](#), interpretada pela cantora Anitta e que conta com as participações da atriz Grazi Massafera e do cantor e ator MC Jottapê, protagonista da série Sintonia, da Netflix.



A narrativa do videoclipe tem continuação em outros sete pequenos filmes tutoriais, que funcionam como spin-offs da história principal e mantém as três estrelas no foco. Durante estes vídeos, com cerca de 30 segundos cada, Anitta, Grazi e MC Jottapê utilizam o app e mostram como se cadastrar, colocar dinheiro e usar o iti. Outros influenciadores que compõem a **família iti** como Lucas Rangel, Pyong lee, Iberê Thenório, Enaldinho e Malena também participarão da campanha em ações de ativação nas redes sociais, sempre com o objetivo de reforçar as formas de uso do aplicativo, que já está disponível a todos os usuários iOS e Android.

“Mais do que um novo produto, estamos lançando uma nova marca, que já nasce democrática e inclusiva. Sua comunicação precisa traduzir essa mesma essência - seja em um hit que mistura diversos ritmos, no casting, com pessoas de todos os tipos e idades ou na identidade visual, que traz personagens que representam os vários cantos do Brasil”, conta Eduardo Tracanella, diretor de Marketing Institucional do

Itaú Unibanco. “A narrativa de ‘É Bom Pra Todo Mundo’ foi criada com a missão de apresentar uma plataforma aberta e pra todos os brasileiros. E isso continuará com outras ações que explorarão a personalidade divertida e leve do iti. Vem muito mais por aí.”, conclui.

## inteiramente situacional



Predominantemente digital e integrada com OOH, a campanha tem cerca de mil peças distintas e foi criada em parceria com a agência África com um foco específico: fazer parte da jornada diária do consumidor. Para isso, além do videoclipe e de desenvolver conteúdo para as redes sociais – incluindo filtros para o Instagram e figurinhas com as ilustrações – as peças OOH foram pensadas de acordo com um mapa de contextualização de mídia, que possibilitou a criação de conteúdos customizados de acordo com os locais em que estão instaladas.

“O conteúdo que estiver exposto em estações de metrô de São Paulo, por exemplo, será diferente do que estará envelopando mobiliário urbano em Recife ou pontos de ônibus no Rio”, explica Guilherme Bressane, diretor de Marketing de Varejo do Itaú Unibanco. “As peças

apresentarão como o iti pode ser utilizado em diferentes contextos. Com isso, essa campanha inaugura uma nova forma do banco trabalhar o funil integrado de mídia, usando ferramentas de automação e machine learning para nos ajudar a entregar a mensagem certa ao consumidor certo no momento ideal de sua jornada de forma escalável”, finaliza.

## confiança, conexão e liberdade

Os três pilares sobre os quais a marca foi construída permeiam todo o desenvolvimento conceitual de iti: uma conexão fluída e que proporciona trocas justas entre todas as pessoas e seus valores.

Mais de 50 ilustrações foram criadas, representando um universo simples e geométrico que busca ser tátil, tangível e sobretudo diverso. A comunicação visual também traz grafismos que representam interação e movimento. A grafia foge da formalidade: dispensa ponto final e letras maiúsculas, além de se valer de emojis para transmitir sentimentos. “Participamos do processo de construção da marca e estamos muito orgulhosos por estar colocando esse trabalho na rua em um momento tão importante para o banco. O grande objetivo é mostrar como todos podem ter o iti”, comenta Sophie Schonburg, Diretora Executiva de Criação da Africa.

Para saber mais sobre como usar o iti e sobre as suas funcionalidades, clique [aqui](#).



faz um  
**iti**  
Itaú