

Adv Banca Mediolanum "ci mette la faccia" su tv e web dal 15 luglio con Red Cell

La campagna a sostegno del lancio del brand channel su YouTube, con budget di 1 mln. Ennio Doris protagonista insieme ai top manager. Domenica on air l'istituzionale

“**N**oi di Banca Mediolanum ci mettiamo la faccia. Vieni a conoscere la mia squadra sul nostro canale YouTube” è la battuta pronunciata da Ennio Doris nel nuovo spot di Banca Mediolanum ideato per il lancio del proprio brand channel su YouTube, online dal 15 luglio in corrispondenza con la partenza della relativa campagna a sostegno. Ennio Doris conferma il proprio ruolo di protagonista nell'advertising ma questa volta, per la prima volta, estende anche ai top manager della Banca l'invito a rappresentarla direttamente, con i propri volti e le proprie voci. Attraverso la scelta di una propria “parola chiave”, ciascuna delle nove testimonianze racconterà, in esclusiva per il canale YouTube, il sistema di valori che regola il proprio agire. Si avrà a che fare quindi con parole importanti quali Vita, Passione, Responsabilità, Libertà, Amore, Lungimiranza, Fiducia, Futuro, Equilibrio. Concetti elevati ma nello stesso

tempo facili, usuali, sempre presenti sin negli aspetti più piccoli della quotidianità. Il continuo gioco di rimandi tra la dimensione personale e quella professionale, tra quella reale e quella ideale, intende sottolineare che l'agire d'impresa non è un argomento astratto ma un patrimonio condiviso, composto dalla somma di tutti quei sentimenti che ci ispirano e ci muovono ogni giorno. «Con il lancio del nostro brand channel tutti i collaboratori “ci mettono la faccia” per esprimere quello che da sempre è il messaggio di Banca Mediolanum, ovvero mettersi in prima linea al fianco dei clienti - ha spiegato a DailyMedia il direttore marketing Oscar di Montigny -. Il canale è navigabile per argomento, ciascuno guidato da un manager, gli stessi protagonisti della campagna pubblicitaria». In particolare, i nove volti che racconteranno sul canale YouTube il modello e i valori della Banca sono quelli di Massimo Doris, amministratore delegato e direttore

generale Banca Mediolanum, Sara Doris, presidente esecutivo di Fondazione Mediolanum, Gianluca Bosisio, direttore Business Operations Management Banca Mediolanum, Luigi Del Fabbro, chief administrative officer Banca Mediolanum, Oscar di Montigny, direttore marketing Banca Mediolanum, Vittorio Gaudio, amministratore delegato Mediolanum Gestione Fondi, Gianmarco Gessi, direttore Organizzazione, Sistemi e Risorse Umane Banca Mediolanum, Giovanni Pirovano, vicepresidente Banca Mediolanum, Stefano Volpato, direttore Rete Commerciale Banca Mediolanum. La campagna sarà on air fino al 21 luglio attraverso un media mix di circa 950 passaggi declinati nelle versioni “billboard” e “fardalle” (formati brevi da 5', 7' e 10') trasmessi da tv generaliste, tv digitali e satellitari. Banner e video online riprenderanno la creatività tv e saranno veicolati direttamente sul canale YouTube, su Google e sui principali portali internet ol-

tre che attraverso il network di siti, dalla fanpage su Facebook e tramite l'intera Community del Gruppo Mediolanum. A firmare la creatività della campagna è l'agenzia Red Cell, con la direzione creativa di Roberto Vella e Stefano Longoni. La casa di produzione è Mercurio per la regia di Bosi e Sironi. La pianificazione media è curata internamente per un investimento che ammonta a circa 1 milione di euro (di cui il 10% destinato alla comunicazione online). «Abbiamo lavorato a quattro mani con l'agenzia per la realizzazione del canale, con un'interpretazione dal punto di vista grafico e funzionale che lo ha reso per Google una case industry unica a livello nazionale e internazionale. Dalla sua messa on line, infine, il canale sarà gestito internamente», ha concluso il manager, che ha preannunciato al nostro giornale la partenza di una seconda campagna, quella istituzionale, che vedremo in tv già da domenica, sempre con la firma di Red Cell.



Un frame dello spot, che rimarrà on air fino al 21 luglio

