

Banca Mediolanum lancia il brand channel su YouTube con una campagna tv

“Noi 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, che sarà online dal prossimo 14 luglio su <http://www.youtube.com/bancamediolanum>. Innovativa è la scelta di investire energie e risorse in una campagna di comunicazione tv che annuncia l'imminente lancio, così come innovativa è anche l'idea di far dialogare i due mezzi tv e YouTube. “Abbiamo abbracciato l'idea di fare da ponte tra un mezzo tradizionale e uno new - ha spiegato **Oscar di Montigny**, direttore marketing di Mediolanum - . Il canale YouTube sarà una grande vetrina video che interpreta la forma più evoluta di fare tv. Vogliamo stressare il concetto di comunità e incontrarla nei luoghi più idonei”. Dal prossimo 15 luglio e sino al 21 sarà on air la nuova campagna pubblicitaria di Banca Me-

diolanum attraverso un media mix di circa 950 passaggi declinati nelle versioni billboard e farfalle in formati brevi da 5", 7" e 10" trasmessi da tv generaliste, tv digitali e satellitari. L'investimento è pari a 900 mila euro con pianificazione gestita internamente. Banner e video online riprenderanno la creatività tv e saranno veicolati direttamente sul canale YouTube, su Google e sui principali portali oltre che attraverso il network di siti, dalla fanpage su Facebook e tramite l'intera community del Gruppo Mediolanum. La creatività degli spot è realizzata da **Red Cell** con la di-

rezione creativa di **Roberto Vella** e **Stefano Longoni** e la regia di Bosi e **Sironi** per la cdp **Mercurio**. “Abbiamo lavorato a quattro mani e in completa sinergia con l'agenzia creativa, mettendo nuovi stimoli” ha aggiunto il direttore marketing. Ennio Doris, storico testimonial degli spot, estende anche ai top manager della banca l'invito a rappresentarla direttamente, con i propri volti e le proprie voci. Sul nuovo canale YouTube, in esclusiva, attraverso la scelta di una propria ‘parola chiave’ come vita, passione, responsabilità, amore, fiducia, le nuove testimonianze video

racconteranno il sistema di valori che regola il proprio agire. 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. I nove volti sono quelli di Massimo Doris, Sara Doris, Gianluca Bosio, Luigi Del Fabbro, Oscar di Montigny, Vittorio Gaudio, Gianmarco Gessi, Giovanni Pirovano, e Stefano Volpato. “Progetti per l'implementazione del canale sono già allo studio - ha concluso di Montigny - coerentemente con la natura della nostra azienda, quella di una banca che ha fatto della tecnologia un punto centrale del suo modello e della costante ricerca di nuovi strumenti di relazione con gli interlocutori un elemento di eccellenza”. Il canale di YouTube sarà una vetrina suddivisa in sei macroargomenti: la banca, eventi e iniziative, prodotti, educazione finanziaria, community e partner. (V.Z.)



TODAY Pubblicità

LA TUA PUBBLICITÀ È IN UNO DEI PIÙ IMPORTANTI QUOTIDIANI

126

Banca Mediolanum lancia il brand channel su YouTube con una campagna tv

Ennio Doris, Oscar di Montigny, Vittorio Gaudio, Gianmarco Gessi, Giovanni Pirovano, e Stefano Volpato.

Dpr con Assicurazioni Generali festeggia lo Straordinario Quotidiano