

## BANCA MEDIOLANUM LANCIA SELFY LA NUOVA OFFERTA DIGITALE PER UNA BANCA COME VUOI TU

Massimo Doris, amministratore delegato di Banca Mediolanum, nella nuova comunicazione abbandona giacca e cravatta per proporsi in dolce vita scuro, muovendosi in una location tecnologica illuminata da flussi di luce verdi e azzurri. E' questo il mood con cui la Banca intende presentare **Selfy**, la nuova proposta innovativa che spinge Mediolanum a compiere un altro passo nella digitalizzazione.

"Selfy ci consente di essere ancor più multi-target intercettando i bisogni di tutti coloro che, sempre più numerosi, chiedono alla propria banca autonomia e servizi digitali d'avanguardia nella quotidianità." - afferma **Massimo Doris, amministratore delegato di Banca Mediolanum**. "In termini più generali, siamo stati i primi a dare alle persone la libertà di una banca multicanale e negli anni abbiamo poi continuato a innovare ed evolvere il nostro modello, in linea con gli sviluppi tecnologici e digitali". Conclude Doris: "Oggi, con Selfy, Banca Mediolanum rende ancora più semplice la possibilità di scegliere la soluzione bancaria preferita da ciascun cliente, divenendo così l'istituto di riferimento per tutte le tipologie di clientela, sia per coloro che ricercano la consulenza sia per coloro che preferiscono maggiore autonomia".

Un'offerta completa, attivabile con l'apertura di **Selfy Conto**, che permette di gestire la propria quotidianità bancaria, come per esempio ottenere un prestito in tempo reale, disporre un bonifico istantaneo, effettuare operazioni di trading e di acquisto fondi, in totale libertà e autonomia. Tutto ciò è garantito dalla solidità di Banca Mediolanum, istituto bancario tra i più affidabili del mercato.

La collaborazione con **TIM** inoltre consente ai nuovi sottoscrittori di Selfy Conto che accrediteranno lo stipendio di ricevere un router e navigare gratis con 100 Giga di traffico dati mensile per un anno.

In questa galleria tecnologica Massimo Doris si muove ripercorrendo il DNA innovativo di Banca Mediolanum attraverso le tappe fondanti dell'idea di banca rivoluzionaria, creata dal suo fondatore Ennio Doris. Entra poi in una *agorà* costellata da ledwall che illustrano i servizi e le opportunità offerti da Selfy il cui logo, cromaticamente giocato sui colori verde e azzurro, propone ancora una volta la centralità della persona come asset principale della filosofia di Banca Mediolanum.

Si tratta di uno spot all'interno del quale sono fortemente riconoscibili tutti gli elementi dell'iconografia di comunicazione di Banca Mediolanum ma che presenta anche tratti di discontinuità per rivolgersi ai potenziali clienti con un'attitudine all'utilizzo semplice e smart offerto dal digitale soprattutto per servizi bancari meno complessi.

Lo spot, la cui creatività è di nuovo firmata dall'agenzia **Armando Testa**, sarà on air dal 7 al 27 febbraio e vedrà la messa in onda di spot da 15", 30" e 40" sulle seguenti emittenti televisive: Mediaset, Rai, Sky, TV8, Sky TG 24, Paramount, Spike, La7, Class CNBC, Discovery, Real Time, Canale 9, Dmax, Rtl 102.5 TV.

In affiancamento alla campagna televisiva è stata pianificata una campagna radiofonica della durata di 2 settimane che vedrà il coinvolgimento delle principali emittenti nazionali, quali: RTL 102.5,

Radio 24, Radio DeeJay, Radio IO1, Radio IO5, Virgin, RDS e Radio Sportiva. Lo spot da 30'', on air dal 6 febbraio, è anticipato dalla programmazione di un teaser da 15'', dal 29 gennaio al 5 febbraio, sulle emittenti RTL IO2,5, Radio IO1, Radio IO5 e Virgin.

Sul mezzo stampa è stata pianificata la presenza di annunci pubblicitari sui principali quotidiani nazionali nel formato pagina intera a partire dal 6 febbraio. Complessivamente la campagna prevedrà 10 uscite su 9 differenti testate.

Sul mezzo internet sono state pianificate azioni di advertising attraverso l'impiego di creatività veicolate per tutto il periodo di campagna su portali e piattaforme online ad alta visibilità e attraverso i principali social network. Arricchiscono la pianificazione digitale iniziative di affiliation e influencer marketing.

A completamento del media mix e al fine di aumentare la capillarità di comunicazione sul territorio è inoltre prevista una campagna out of home in alcune grandi città.

<b>SCHEDE TECNICA SPOT BANCA MEDIOLANUM</b>	
CLIENTE	Banca Mediolanum
SOGGETTO	Selfy
DIRETTORE COMUNICAZIONE E MARKETING COMMERCIALE BANCA MEDIOLANUM	Gianni Rovelli
AGENZIA	Armando Testa
PROJECT LEADER CREATIVO	Roberto Vella
COPYWRITER	Alice Franco
DIREZIONE CREATIVA DIGITAL & DESIGN	Antonello Falcone
SENIOR ART DIRECTOR	Sebastien Sardet
CASA DI PRODUZIONE	Movie Magic
REGIA	SÄMEN
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA	Luca Esposito
POST PRODUZIONE	Band

Milano, 3 febbraio 2021

**Contatti:**

Roberto De Agostini  
Head of Media & Public Relations  
Tel 02 9049 2100  
Mobile 348 8100802  
e-mail [roberto.deagostini@mediolanum.it](mailto:roberto.deagostini@mediolanum.it)

Alexia Merlo  
Media & Public Relations  
Tel 02 9049 6036  
Mobile 366 8757324  
e-mail [alexia.merlo@mediolanum.it](mailto:alexia.merlo@mediolanum.it)

Seguici su:  @bancamediolanum  fb.com/bancamediolanum  @bancamediolanum