

## ON AIR IL NUOVO SPOT DI BANCA MEDIOLANUM

A partire dal 16 maggio sarà on air la nuova campagna di Banca Mediolanum il cui protagonista è l'Amministratore Delegato, **Massimo Doris**.

E' un filo azzurro che si srotola all'interno del mondo attuale, caratterizzato dai recenti accadimenti internazionali, e in cui diventa sempre più complesso orientarsi nelle scelte finanziarie. Proprio in questo contesto così intricato e in velocissima trasformazione sarebbe facile perdere il filo dei propri obiettivi finanziari.

"Non perdere il filo, scegli Mediolanum" è il claim della campagna. Un filo che Banca Mediolanum ci aiuta a non smarrire, avvalendosi del supporto di una guida esperta come il Family Banker, che affianca i clienti nelle scelte finanziarie più importanti e li accompagna nella realizzazione dei loro obiettivi di vita, individuando insieme a loro le soluzioni più corrette. Una Banca tra le più solide nel panorama bancario europeo, con un Common Equity Tier 1 pari a 20,6%.

Ecco, quindi, che il filo azzurro passa dalle mani di Massimo Doris a quelle di un Family Banker al lavoro con i suoi clienti che a loro volta passano il filo azzurro a uno scultore alle prese con un grosso blocco di marmo, che simboleggia e intende esprimere proprio la solidità della Banca. E il filo azzurro continua il suo viaggio passando di mano in mano e di città in città, come a stringere le fila di quella community di clienti così soddisfatta da eleggere Mediolanum, secondo una ricerca Doxa, la banca più consigliata in Italia dai propri clienti.

E alla fine di questo viaggio il filo azzurro torna nelle mani di Massimo Doris compiendo un ipotetico percorso circolare per andare a creare infatti l'iconografico logo cerchio.

La collaborazione con **Samsung** consente a coloro i quali presentano due nuovi clienti, che aprono il conto corrente e accreditano lo stipendio o la pensione, di poter richiedere in premio uno tra i prodotti Samsung selezionati di ultima generazione.

Il flight televisivo vedrà la messa in onda di oltre 4.800 spot da 15", 30" sulle principali emittenti televisive a partire dal 16 maggio: Mediaset, Rai, Sky, Dazn, canali Discovery, La7, Class CNBC, RTL 102.5 TV.

In affiancamento alla campagna televisiva è stata pianificata una campagna radiofonica che, a partire dal 16 maggio, vedrà il coinvolgimento delle principali emittenti nazionali: Virgin, Radio 105, R101, Radio24, Radio Deejay, Capital e Radio Sportiva.

Sulla stampa saranno presenti annunci pubblicitari sui principali quotidiani nazionali a partire dal 16 maggio. Al fine di aumentare la capillarità della comunicazione sul territorio è inoltre prevista una campagna OOH con il presidio di maxi impianti nelle città di Milano e Roma.

Sul digital la pianificazione prevede la copertura dell'intero funnel di comunicazione con ricorso a formati ad alto impatto sui principali siti e portali di informazione, programmatic, social media, motori di ricerca e digital video.

SCHEDA TECNICA SPOT BANCA MEDIOLANUM	
CLIENTE	Banca Mediolanum
SOGGETTO	Filo
MUSICA	Save your tears - The Weeknd
DIRETTORE COMUNICAZIONE, MARKETING BANCA E CANALI DIGITALI BANCA MEDIOLANUM	Gianni Rovelli
AGENZIA	Different
CLIENT CREATIVE DIRECTOR	Roberto Vella
CHIEF CREATIVE OFFICER	Francesco Guerrera
CREATIVE DIRECTOR	Fabrizio Frasca
SENIOR COPYWRITER	Giorgio Lombardo
CASA DI PRODUZIONE	Movie Magic
REGIA	Matteo Sironi
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA	Pedro Del Rey
POST PRODUZIONE	Band
POST PRODUZIONE AUDIO	Top Digital

Torino, 15 maggio 2023

**Roberto De Agostini**  
Head of Media & Public Relations  
[roberto.deagostini@mediolanum.it](mailto:roberto.deagostini@mediolanum.it)  
Mobile 348 8100802

**Alexia Merlo**  
Media Relations  
[alexia.merlo@mediolanum.it](mailto:alexia.merlo@mediolanum.it)  
Mobile 366 5787324