

Mercato Banca Mediolanum celebra i 35 anni con un'istituzionale da due minuti su Mediaset; e torna on air con Red Cell

di Vittorio Parazzoli

A metà mese, Banca Mediolanum ha messo online sul suo sito corporate, i canali social e le sue varie piattaforme digitali, un video istituzionale da due minuti, ideato da studioMarani e di cui sono protagonisti Ennio Doris, fondatore e presidente dell'insegna, suo figlio Massimo, che ne è a.d., e l'altra figlia, Sara, che è invece presidente della Fondazione Onlus Banca Mediolanum. Si tratta di un filmato dal forte sapore istituzionale che, con il claim "Siamo sempre noi", ripercorre la storia dell'insegna, evidenziando come i cambiamenti che si sono succeduti non ne abbiano mai mutato i valori, ma, anzi, li abbiano rinforzati nel tempo. Ebbene, questo video - come ha spiegato a DailyMedia Gianni Rovelli, che ne è responsabile comunicazione e marketing commerciale - anche se era destinato alla pur ampia community dell'insegna, ha registrato in una settim-

Il video corporate, ideato da studioMarani, diventa un evento a reti unificate giovedì alle 20.40 sui canali del Biscione, mentre dal 12 febbraio il nuovo format commerciale evolve con la regia di Dario Piana. Il budget per il 2017 viene confermato a oltre 12 milioni di euro



Dati di visualizzazione e interazione interessanti per il video istituzionale di Banca Mediolanum

na 250.000 visualizzazioni e oltre 10.000 interazioni. Di qui, l'idea di utilizzare il filmato (sul quale hanno lavorato Maurizio Marani come art e Anna Scardovelli come copy, con l'account Giacomo Visconti, mentre la produ-

zione è di Mediolanum. Comunicazione, con regia di Marco di Francesco, direzione della fotografia di Renato Alfarano e post produzione di Post.atomic), trasformandolo in spot-evento nella sua intera durata per trasmet-

terlo a "reti unificate" sui canali Mediaset il 2 febbraio nei break delle 20:40 per celebrare con tutti gli italiani il 35° anniversario di Banca Mediolanum con l'ulteriore novità che, per la prima volta, il pacchetto "All Time" di Publitalia viene utilizzato da una sola azienda per il tempo dell'intero beak. L'evento, che diventerà anche un'occasione di aggregazione anche per i prospect dei 4.600 family banker della banca, verrà preannunciato da due teaser da 15" - realizzati sempre internamente e con il contributo di studioMarani - che PHD pianificherà domani e dopodomani. Intanto, sempre Banca Mediolanum, in ossequio all'impegno sul fronte pubblicitario che la fa essere di fatto on air quasi continuativamente, con relativo investimento media che, quindi, si conferma analogo a quello dell'anno scorso e pari perciò a oltre 12 milioni di euro, tornerà in tv dal 12 febbraio con un'evoluzione del nuovo format commerciale firmato da Red Cell (direttore creativo esecutivo: Roberto Vella, art: Stefano Longoni, copy: Simona Laudisa) e nel quale la mano della regia passa da Giuseppe Tornatore a Dario Piana, con direzione della fotografia di Stefano Morcaldo e produzione di Movie Magic International.