

RollingPeople

# ENNIO & MASSIMO CIAK SI RISPARMIA

TESTO DARIO FALCINI - FOTO FABIO MANTEGNA

**DAL MITICO BASTONE A "I TEMPI CORRONO",  
MEDIOLANUM RIVOLUZIONA GLI SPOT.  
UNA STORIA CHE SI RINNOVA DI PADRE IN FIGLIO,  
CON LA REGIA DI GIOVANNI VERONESI**



Da sinistra Ennio Doris, suo figlio Massimo e il regista Giovanni Veronesi.

**C**redi in te», canta commosso Ennio Doris, mentre le note di Andrea Bocelli vibrano dal suo iPhone. «Lui è il mio preferito, poi Il Volo e Gigi D'Alessio». «Io ho tutt'altri gusti», lo interrompe il figlio Massimo, scrollando la playlist sul suo smartphone, «AC/DC, Bon Jovi, Evanescence».

Il pranzo è appena finito, si torna al lavoro. Nel bistrot accanto stanno girando la seconda puntata del loro spot per Apple Pay, quello in cui, per la prima volta in scena assieme, padre e figlio mettono alla prova il loro gap tecnologico generazionale. «Siamo abituati alle telecamere, ma non siamo attori. A volte si fa un po' di fatica a stare dietro alle esigenze del regista», spiega Ennio Doris, che nel 1982 ha dato vita a Programma Italia, la prima rete italiana di consulenti sul risparmio, poi diventata Banca Mediolanum. Al successo del gruppo hanno contribuito non poco le straordinarie campagne comunicative, come quella che, dal 1999, va sotto il claim «La banca costruita intorno a te». Quel bastone che traccia un cerchio sul sale era un meme ante litteram, capace di anticipare molti dei cambiamenti nei linguaggi e nelle strategie di advertising imposti dal digitale. «Il cerchio riprende l'immagine di Romolo che fonda Roma: è un simbolo magico. Gli altri riferimenti sono la lavanda dei piedi di Gesù, vale a dire l'idea di mettersi al servizio delle persone, e la caduta del muro di Berlino, che ha rappresentato il momento della presa di consapevolezza del potere del cittadino».

Tre anni fa il passaggio di consegne in comunicazione tra il padre, oggi presidente di Banca Mediolanum, e il figlio Massimo, che dal 2008 guida un gruppo di 8mila persone: «Non mi preoccupa del confronto con mio padre, e poi lui è ancora molto presente», dice. «Quando aveva due anni, guidava una macchinina a pedali in cucina e non sfiorava nemmeno i mobili, per paura di rovinare la sua "auto". Massimo è sempre stato preciso, a differenza mia, e ha un know how che io non possiedo. Inoltre ha avuto la fortuna di nascere povero, in una casa senza riscaldamento in Veneto: sa dare valore alle cose. Consegnare il bastone a lui è stata una goduria pazzesca», racconta Ennio Doris. «Le banche oggi sono viste come il male. Noi nasciamo flessibili e tecnologici, ma poi conta il rapporto umano: non può essere un pop-up a dirti di investire, soprattutto quando le cose non vanno bene», dice Massimo. «L'unica certezza è il cambiamento, da cui c'è sempre qualcuno che guadagna», conclude Ennio Doris. «Bisogna saper leggere i segni: i tempi corrono».



**I TEMPI CORRONO**  
 È questo il claim del nuovo spot realizzato da Banca Mediolanum per Apple Pay, sistema che sta rivoluzionando i *mobile payments*. Come la prima, anche la "seconda puntata" dello spot è stata girata da Giovanni Veronesi.



**PAROLA AL REGISTA**

L'autoironia è da sempre una delle caratteristiche della famiglia Doris. E dietro la macchina da presa per il nuovo spot di Banca Mediolanum per Apple Pay non poteva che esserci, ancora una volta, uno dei re della nostra commedia, Giovanni Veronesi: «Ci siamo concessi il lusso di ammicciare a Sergio Leone: hanno chiamato me perché in Italia sono l'unico, a parte lui, che ha fatto un western (*Il mio West, ndr*)», ride il regista toscano. «Con la clamorosa trovata del cerchio, Ennio Doris è stato uno dei primi a mettersi in gioco. Nel passaggio di testimone al figlio Massimo non vediamo solo un padre che lascia spazio al figlio, ma un banchiere che lascia spazio a un nuovo banchiere».