



COMUNICATO STAMPA

ENNIO DORIS E MASSIMO DORIS ANCORA INSIEME NEL NUOVO SPOT DI BANCA MEDIOLANUM PER APPLE PAY

I protagonisti dell'ultimo spot di Banca Mediolanum, on air da domenica 7 gennaio, saranno Ennio Doris e Massimo Doris nuovamente insieme per l'evoluzione del servizio Apple Pay, che permette di pagare anche con la carta di credito by Nexi oltre che con il bancomat e aggiunge il supporto Face ID con iPhone X che permette di pagare attraverso uno sguardo.

Il successo del precedente film *"Ristorante"* andato in onda per pubblicizzare Apple Pay, il modo di pagare facile, sicuro e riservato oltre che comodo e veloce, ha generato l'idea di realizzarne un sequel. La reiterazione è l'ingrediente principale della serialità, per questo motivo sono stati adottati la stessa location, gli stessi protagonisti, così come lo stesso regista, Giovanni Veronesi, il quale è riuscito ancora una volta a far recitare due banchieri come fossero due consumati attori di comedy.

E' stata di fatto ribadita e ufficializzata la sfida tra le due generazioni raccontata nello spot precedente, attraverso la rappresentazione di un vero e proprio duello in stile western. E l'abilità di Giovanni Veronesi, che in passato ha diretto attori internazionali nel film *"Il mio West"*, ha permesso di far riemergere i codici tipici del genere, con chiari riferimenti e citazioni alle grandi opere cinematografiche di Sergio Leone.

La vittoria di Ennio Doris, il quale non solo estrae per primo il suo smartphone ma ostenta addirittura l'ultimo modello di iPhone X, non è un mero pretesto narrativo ma un vero *torture test* di prodotto: dimostra che Apple Pay con Face ID è così facile da usare che tutti possono farne uso, a qualunque età. E Massimo Doris se ironicamente accetta di perdere questo duello tecnologico, si prende la sua naturale rivincita nel finale del film. In questo modo la sua personalità si carica di una così forte dose di empatia da renderlo di fatto il vincitore morale di questa sfida generazionale.

Il flight televisivo sarà in onda dal 7 al 28 gennaio con oltre 6.500 spot nel formato da 30" pianificati sulle reti Mediaset, Rai, Sky, Mediaset Premium, Discovery, Cielo e Canali 8 e 9.

In affiancamento allo spot tv, dall'8 al 26 gennaio, sarà on air anche una campagna radiofonica che vedrà il coinvolgimento di emittenti nazionali con audience elevata e con un target profilato, quali Rtl 102.5, RDS, Radio 24, Radio 105, Virgin e RMC.

A completamento del media mix è stata pianificata la presenza di annunci pubblicitari sui principali quotidiani e periodici nazionali nel formato pagina intera su 18 differenti testate e su internet attraverso la pubblicazione di banner e annunci in posizioni dominanti sui principali portali di news e informazione e sui social media Facebook e YouTube.

E' prevista infine una campagna di affissioni che vedrà l'installazione di alcuni grandi formati nelle città di Milano e Roma.

SCHEDA TECNICA SPOT BANCA MEDIOLANUM	
PRODOTTO	Apple Pay
AGENZIA	Red Cell
DIREZIONE CREATIVA	Roberto Vella
COPYWRITER	Roberto Vella
CASA DI PRODUZIONE	Movie Magic
REGIA	Giovanni Veronesi
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA	Fabio Cianchetti
POST PRODUZIONE	Post Atomic
DURATA	Dal 7 al 28 gennaio
MEZZI	Tv generaliste, digitali e satellitari, radio, principali quotidiani nazionali, web, social media, outdoor

Milano, 4 gennaio 2018

Roberto De Agostini

Head of Media Relations
Banca Mediolanum
Tel: 02 90492100
Mobile: 348 8100802
Mail: roberto.deagostini@mediolanum.it

Alexia Merlo

Media Relations
Banca Mediolanum
Tel: 02 9049 6036
Mobile: 366 5787324
Mail: alexia.merlo@mediolanum.it