

TV KEY

273

**IL FUTURO DELLA TV:
IL PROGRAMMA AMBIZIOSO DEI
CANALI HD**

LE TV DIGITALI

**MOSTRA DEL CINEMA
DI VENEZIA**

ROMA FICTION FEST

**I PALINSESTI AUTUNNALI
DI RAI E MEDIASET**

Media Key s.p.a. Via Arcivescovo Romilli, 20/8 - 20139 Milano - www.mediakey.it



MPS: UNA STORIA ITALIANA

BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA TORNA IN TV DAL MESE DI NOVEMBRE CON UNA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA FIRMATA DAL REGISTA MARCO BELLOCCHIO. AL CENTRO DEGLI SPOT C'È SEMPRE UNA TIPICA GIORNATA ITALIANA, RACCONTATA ATTRAVERSO LUOGHI, PERSONE E GESTI QUOTIDIANI. LA PRODUZIONE È DELLA FLYING FILM PRODUCTION, LA CREATIVITÀ DELL'AGENZIA CATONI ASSOCIATI. **DI GIANNI MARTINELLI**

UNA GIORNATA TUTTA ITALIANA

Dal mese di novembre ripartirà la campagna istituzionale di Banca Monte dei Paschi di Siena con un nuovo spot in onda sulle reti televisive nazionali. La strategia creativa ruota ancora una volta attorno al fascino della banca, un grande marchio italiano che con il suo patrimonio, la sua tradizione e i suoi valori può affermare di far parte della nostra vita quotidiana e di essere uno dei protagonisti dello sviluppo del nostro paese, con un'esperienza e una presenza sul mercato lunga oltre cinque secoli da raccontare attraverso una 'giornata italiana' dove la banca, discreta, reale e concreta, è l'elemento centrale delle azioni e delle attività quotidiane.

Se nei film precedenti a dare il via allo spot era l'apertura della saracinesca di un bar di Segregno, questa volta tocca a un'edicola di Verbania, altra cittadina 'simbolo' di tutti i piccoli centri del nostro paese. Le persone, i luoghi, i gesti quotidiani, le emozioni della vita di tutti i giorni continuano a essere i protagonisti della storia come lo erano nello spot precedente, firmato dal premio Oscar Giuseppe Tornatore, che cede il posto dietro la macchina da presa al grande maestro del cinema Marco Bellocchio.

Si tratta di un vero e proprio film, accompagnato da una versione radiofonica e da una strategia online incentrata attorno al sito www.unastoriaitaliana.it. Lo spot si articola in tre soggetti di 30 secondi e uno di 60, ideati dall'agenzia Catoni Associati all'insegna del 'made in

Italy' di cui Banca Monte dei Paschi di Siena è rappresentante autorevole: una marca autentica e frutto della storia, una banca contemporanea da 537 anni. Come per lo spot precedente lo sviluppo strategico del progetto è stato curato da David Rossi, responsabile dell'area comunicazione di Banca Monte dei Paschi di Siena. La casa di produzione è Flying Film Production, mentre la direzione della fotografia è di Daniele Cipri. La pianificazione media è curata da Carat Italia.

A Maurizio Scibilia, Responsabile del servizio pubblicità e immagine di Banca Monte dei Paschi di Siena, abbiamo chiesto di parlarci degli obiettivi che si vogliono raggiungere con questa nuova campagna. "Si tratta del diretto proseguimento della strategia di comunicazione che abbiamo iniziato due anni fa con lo spot girato da Giuseppe Tornatore", spiega Scibilia. "Mentre i nostri competitor preferivano concentrarsi su campagne di breve termine che privilegiavano la comunicazione di prodotto e le nuove offerte economiche, noi abbiamo fatto una scelta opposta. Abbiamo confezionato una campagna istituzionale che valorizzasse tutte quelle caratteristiche del brand che fanno di Banca Monte dei Paschi di Siena un istituto unico in Italia: valori come la sicu-



rezza, la fiducia e l'affidabilità sono insiti nel nostro dna fin dal 1472. Ma abbiamo anche evidenziato l'eccellenza del made in Italy: la nostra è una banca tutta italiana e di 'storie italiane' ne ha viste e ne ha da raccontare fin dalla sua creazione". "Siamo rimasti assolutamente soddisfatti dei risultati ottenuti dalla precedente campagna", continua Maurizio Scibilia, "e abbiamo quindi deciso di rinfrescarla e di rafforzare il nostro posizionamento confermando il taglio istituzionale anche nel

nuovo spot. Ovviamente abbiamo anche introdotto delle novità, prima tra tutte la scelta di un altro maestro del cinema, Marco Bellocchio, come regista. Lavorare con professionalità del calibro di Tornatore e di Bellocchio è un onore e un arricchimento professionale non indifferente. Si tratta di registi con professionalità, sensibilità e stili differenti, non ha proprio senso fare un confronto su chi sia più o meno bravo. È come se avessimo affidato lo stesso quadro a due grandi pittori,



BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA TORNA IN TV DAL MESE DI NOVEMBRE CON UNA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA FIRMATA DAL REGISTA MARCO BELLOCCHIO. AL CENTRO DEGLI SPOT C'È SEMPRE UNA TIPICA GIORNATA ITALIANA, RACCONTATA ATTRAVERSO LUOGHI, PERSONE E GESTI QUOTIDIANI. LA PRODUZIONE È DELLA FLYING FILM PRODUCTION, LA CREATIVITÀ DELL'AGENZIA CATONI ASSOCIATI. **DI GIANNI MARTINELLI**

UNA GIORNATA TUTTA ITALIANA

Dal mese di novembre ripartirà la campagna istituzionale di Banca Monte dei Paschi di Siena con un nuovo spot in onda sulle reti televisive nazionali. La strategia creativa ruota ancora una volta attorno al fascino della banca, un grande marchio italiano che con il suo patrimonio, la sua tradizione e i suoi valori può affermare di far parte della nostra vita quotidiana e di essere uno dei protagonisti dello sviluppo del nostro paese, con un'esperienza e una presenza sul mercato lunga oltre cinque secoli da raccontare attraverso una 'giornata italiana' dove la banca, discreta, reale e concreta, è l'elemento centrale delle azioni e delle attività quotidiane.

Se nei film precedenti a dare il via allo spot era l'apertura della saracinesca di un bar di Segregno, questa volta tocca a un'edicola di Verbania, altra cittadina 'simbolo' di tutti i piccoli centri del nostro paese. Le persone, i luoghi, i gesti quotidiani, le emozioni della vita di tutti i giorni continuano a essere i protagonisti della storia come lo erano nello spot precedente, firmato dal premio Oscar Giuseppe Tornatore, che cede il posto dietro la macchina da presa al grande maestro del cinema Marco Bellocchio.

Si tratta di un vero e proprio film, accompagnato da una versione radiofonica e da una strategia online incentrata attorno al sito www.unastoriaitaliana.it. Lo spot si articola in tre soggetti di 30 secondi e uno di 60, ideati dall'agenzia Catoni Associati all'insegna del 'made in

Italy' di cui Banca Monte dei Paschi di Siena è rappresentante autorevole: una marca autentica e frutto della storia, una banca contemporanea da 537 anni. Come per lo spot precedente lo sviluppo strategico del progetto è stato curato da David Rossi, responsabile dell'area comunicazione di Banca Monte dei Paschi di Siena. La casa di produzione è Flying Film Production, mentre la direzione della fotografia è di Daniele Cipri. La pianificazione media è curata da Carat Italia.

A Maurizio Scibilia, Responsabile del servizio pubblicità e immagine di Banca Monte dei Paschi di Siena, abbiamo chiesto di parlarci degli obiettivi che si vogliono raggiungere con questa nuova campagna. "Si tratta del diretto proseguimento della strategia di comunicazione che abbiamo iniziato due anni fa con lo spot girato da Giuseppe Tornatore", spiega Scibilia. "Mentre i nostri competitor preferivano concentrarsi su campagne di breve termine che privilegiavano la comunicazione di prodotto e le nuove offerte economiche, noi abbiamo fatto una scelta opposta. Abbiamo confezionato una campagna istituzionale che valorizzasse tutte quelle caratteristiche del brand che fanno di Banca Monte dei Paschi di Siena un istituto unico in Italia: valori come la sicu-



rezza, la fiducia e l'affidabilità sono insiti nel nostro dna fin dal 1472. Ma abbiamo anche evidenziato l'eccellenza del made in Italy: la nostra è una banca tutta italiana e di 'storie italiane' ne ha viste e ne ha da raccontare fin dalla sua creazione". "Siamo rimasti assolutamente soddisfatti dei risultati ottenuti dalla precedente campagna", continua Maurizio Scibilia, "e abbiamo quindi deciso di rinfrescarla e di rafforzare il nostro posizionamento confermando il taglio istituzionale anche nel

nuovo spot. Ovviamente abbiamo anche introdotto delle novità, prima tra tutte la scelta di un altro maestro del cinema, Marco Bellocchio, come regista. Lavorare con professionalità del calibro di Tornatore e di Bellocchio è un onore e un arricchimento professionale non indifferente. Si tratta di registi con professionalità, sensibilità e stili differenti, non ha proprio senso fare un confronto su chi sia più o meno bravo. È come se avessimo affidato lo stesso quadro a due grandi pittori,





Il regista Marco Bellocchio prende il posto di Giuseppe Tornatore, che aveva diretto il precedente spot della campagna "Una storia italiana dal 1472".

che contribuisce allo sviluppo del paese e della sua società, l'Italia fatta di realtà urbane e rurali, di metropoli e di piccoli centri, l'Italia dei contrasti e delle differenze".

"Lo stile di Marco Bellocchio", continua Mario Catoni, "si colloca all'opposto del linguaggio patinato e stereotipato della pubblicità. Forse è stato proprio questo il motivo che lo ha spinto a accettare per la prima volta di girare uno spot: un progetto diverso, che usa un linguaggio cinematografico. Abbiamo la fortuna di lavorare insieme a un cliente 'evoluto', uscito dagli schemi e dalle consuetudini tipiche delle agenzie multinazionali. Con Flying Film, poi, abbiamo un rapporto ormai consolidato: siamo un team affiatato".

A Matteo Modugno, Amministratore delegato ed Executive Producer di Flying Film, abbiamo chiesto di descriverci appunto le sensazioni che si provano lavorando con un regista che ha fatto la storia del cinema italiano. "Marco Bellocchio", risponde Modugno. "è un artista e un maestro nella sua

arte cinematografica. Lavorare con una persona di tale spessore ed esperienza, sicuramente unico nel suo genere, è stata un'esperienza fantastica e ricca di emozioni. È riuscito a trasmettere molta sicurezza, sia in fase di preparazione sia nella regia del set cinematografico. Abbiamo lavorato tutti con molta armonia e sicuramente con molto coinvolgimento, cercando in ogni momento di garantire un set cinematografico all'altezza delle esigenze di ripresa. Anche la location è importante per veicolare un corretto messaggio e rientra in quel gruppo di voci di produzione che fanno la differenza per la qualità di uno spot pubblicitario, come i costumi e il casting, a partire ovviamente dalla regia, la fotografia, la colonna sonora e così via. Più la pubblicità ha un linguaggio da cinema e più queste voci hanno peso qualitativo maggiore. Si rimane affascinati anche per trenta, quarantacinque o sessanta secondi di fronte allo schermo nel vedere delle belle immagini che hanno la capacità di trasmettere emozioni,

come in questo nostro spot". "Le difficoltà tecniche", continua Matteo Modugno, "ci sono quasi sempre in una produzione. Ma bisogna essere capaci di gestire la situazione non programmata, l'emergenza sul set. Oltre due settimane di mini tournée cinematografica, che hanno contenuto dieci giorni di set cinematografico in sei città diverse (Verbania, Milano, Venezia, Siena, Roma, Napoli), significano un'ampia probabilità di avere complicazioni. Ne abbiamo avute diverse e le abbiamo gestite senza cambiare il nostro programma di produzione: meglio di così...! Per quanto riguarda un episodio curioso successo durante la fase delle riprese, posso citare la scena della moto con i due ragazzi nella campagna senese. Il ragazzo, scelto per il suo naso aquilino, non vantava una grande esperienza di guida in moto, anzi quasi nulla. In quella scena doveva fare diversi passaggi con la ragazza seduta dietro. Davanti alla macchina da presa era quasi bloccato, al punto da non ricordare da quale parte fossero il freno o il cambio della moto e se la prima marcia fosse in giù o in su. La situazione era tesa, soprattutto perché dovevamo assolutamente garantire la sicurezza sua e della ragazza. In questo caso abbiamo quindi passato più tempo a provare la moto con il ragazzo che a girare la scena. Io stesso, appassionato di moto e con esperienza di circuito, mi sono cimentato a trasmettergli un po' di sicurezza e dargli qualche dritta per condurre il mezzo. Alla fine i ragazzi sono stati bravissimi e abbiamo portato a casa un bel girato".

"Infine", conclude Matteo Modugno, "vorrei fare un accenno agli ottimi rapporti che abbia-

Mario Catoni e Daniele Cipri, rispettivamente Amministratore di Catoni Associati e direttore della fotografia dello spot. La campagna sarà on air da novembre.

Credits

Cliente:
BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA
Responsabile area comunicazione:
DAVID ROSSI
Responsabile del servizio pubblicità e immagine:
MAURIZIO SCIBILLA

Prodotto:
CAMPAGNA ISTITUZIONALE

Agenzia:
CATONI ASSOCIATI
Direzione creativa:
MARIO CATONI, FRANCESCO LEONINI
Art direction:
MARCO MICHELINI, CARLO VIGNI

Casa di produzione:
FLYING FILM PRODUCTION
Amministratore delegato ed Executive producer:
MATEO MODUGNO
Producer:
DESIRÉE CASTELLI
Regia:
MARCO BELLOCCHIO
Fotografia:
DANIELE CIPRI
Montaggio:
FRANCESCA CALVELLI
Musica:
"IL CIELO È SEMPRE PIÙ BLU" - RINO GAETANO
Locations:
VERBANIA, MILANO, VENEZIA, SIENA, ROMA, NAPOLI
Durata:
4x30" - 1x60"

Post produzione:
TDB

mo sia con il cliente sia con l'agenzia. C'è stata un'ottima sintonia e armonia nel lavoro di preparazione, di produzione e di post produzione. Oserei dire che siamo un bel team affiatato, considerando che noi di Flying Film e la stessa agenzia Catoni Associati abbiamo realizzato per lo stesso cliente anche il precedente spot nel 2007. Inoltre Banca Monte dei Paschi di Siena è conosciuta dalla Flying Film sin dal 1996, anno in cui abbiamo prodotto per loro il nostro primo spot con il testimonial Luciano Pavarotti. Da allora abbiamo sempre mantenuto i rapporti, con stima reciproca e immenso rispetto professionale, portandoci oggi a vantare cinque produzioni realizzate in undici anni".

