

UPDATE: Wired Next Fest. Wavemaker e Sky, quando l'agenzia media è sempre più parte delle decisioni d'azienda. Vergani: "Quasi il 50%[Home](#) / [ADVexpressTV](#) / [Aziende](#) / Paschina (Intesa Sanpaolo): "Il nostro Branded..."

27/05/2018 20:31



Fabrizio Paschina
Head of Adversing & Web di Intesa Sanpaolo

Aziende

Paschina (Intesa Sanpaolo): "Il nostro Branded Entertainment è produzione di contenuto allo stato puro. B Heroes ne è l'esempio perfetto e Impact Bank il prossimo passo"

Per l'Head of Adversing & Web dell'Istituto bancario, si tratta di operazioni che oltre a garantire grande visibilità generano anche importanti ritorni in termini di reputazione aziendale.

Sul palco del **Summit OBE 2018** (leggi [news](#)) anche **Intesa Sanpaolo**. L'Head of Adversing & Web **Fabrizio Paschina** ai microfoni di ADVexpress Tv ha spiegato il loro approccio al Branded Entertainment definendolo "contenuto allo stato puro, cioè farsi venire un'idea e lanciare una piattaforma dove i dipendenti, i clienti impresa, i clienti retail trovino qualcosa che li possa ingaggiare che sia importante e significativo per loro".

Un esempio perfetto di ciò che intende il manager è stato il progetto **B Heroes** (leggi [news](#)): "abbiamo dati che ci dimostrano che nel primo trimestre sul digitale è il secondo progetto che ha avuto più visibilità e racconto all'interno delle diverse comunità coinvolte" spiega Paschina, aggiungendo: "Sono progetti che partono come partnership con un imprenditore, in questo caso Fabio Cannavale con cui abbiamo costruito B Heroes, e sviluppano qualcosa di molto più coinvolgente oltre a portare dal punto di vista della reputazione tantissimo. Sulla rete è stato uno dei progetti che ha ingaggiato maggiormente le persone e la banca stessa visto che noi usciamo da quest'esperienza con circa 6 milioni di euro investiti in alcune delle startup selezionate. Altre vengono invece utilizzate da noi come piattaforme o produttori di comunicazione, a dimostrazione del fatto che si costruisce qualcosa che va ampiamente oltre la sponsorship perché è produzione di contenuti allo stato puro"

Il prossimo passo per Intesa Sanpaolo si chiama **Impact Bank**, "un progetto di sostenibilità, forse il primo al mondo, che consiste nel dare accesso al credito a quelle persone che vengono definite primi esclusi.

Studenti, giovani coppie, donne che hanno dedicato tempo alla famiglia e ora vogliono rientrare nel mondo del lavoro. Siccome non è scontato potere accedere al credito, un racconto, lo sviluppo di contenuti dedicati che avvicinino e facciano capire cosa la banca può fare per loro credo che sia importante" ha concluso Paschina.

LEGGI le ultime notizie della sezione

Bassignani (Conad): "Con il Branded Entertainment puntiamo a entrare in sintonia 'valoriale' con il nostro pubblico, trasmettendo l'integrità della marca"

23/05/2018 11:00

Leggerezza e voglia di riscatto il mix esplosivo del format Tim Dance. Lo racconta l'autore Luca Josi

20/05/2018 22:02

Linkontro Nielsen. Sassoli (UPA): "Siamo preoccupati, ma per ora manteniamo la previsione del +1% per il mercato adv nel 2018"

18/05/2018 17:57

Più servizi, prevenzione e tecnologia nel nuovo posizionamento di Generali, che torna in Tv per comunicarlo con la nuova campagna a firma Y&R e pianificata da iProspect che ha vinto la gara

11/05/2018 17:03

Sorgenia rinnova la partnership con Bebe Vio fino al 2020 ed entro maggio torna in tv. Budget in comunicazione e mktg 2018 in linea con gli oltre 6 mln dello scorso anno

12/02/2018 14:49

Coca-Cola lancia 'De Gustibus', la nuova campagna made in Italy firmata McCann. Per la piattaforma Coke & Meal investimenti a +18%

01/02/2018 15:03