



ADVexpress  it

“Sempre un passo avanti”[®]: ritorna la campagna advertising multimedia di BAM per UnipolSai.

Un nuovo episodio dedicato all'innovazione assicurativa e al servizio di telepedaggio UnipolMove. La pianificazione prevede spot TV su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi.

È on-air da domenica 21 maggio, la nuova campagna advertising multimedia con un episodio che comunica la certezza per il cliente di poter scegliere veramente il futuro con **UnipolSai**, la compagnia leader in Italia nell'assicurazione auto, con oltre 10 milioni di clienti e 4 milioni di connectedcar. Un importante progetto che vede ancora protagonista **Alessandro Gassmann**, che con le sue “premonizioni” anticipa il futuro dimostrando di essere, proprio come Unipolsai, “sempre un passo avanti”.

Questo concept creativo sottolinea al contempo l'autorevolezza, l'affidabilità e la vocazione innovativa di UnipolSai, grazie all'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici d'avanguardia. Abbinando alla sicurezza e alla qualità del prodotto auto i nuovi servizi di mobilità del Gruppo, UnipolSai lancia la possibilità di avere gratis un anno di canone **UnipolMove**, il nuovo servizio di telepedaggio. Proprio per questo, accanto a Gassmann si inserisce la presenza di un altro importante testimonial: il campione olimpico di nuoto **Gregorio Paltrinieri**.

*“In un mercato della mobilità che si sta spostando sempre più verso un modello MAAS (mobility as a service) - sostiene **Vittorio Verdone**, Direttore Communication and Media Relation Unipol - la vocazione innovativa di Unipolsai si concretizza attraverso l'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia e servizi di supporto alla mobilità come UnipolMove che semplificano la vita dei nostri assicurati.”*

*“La sfida da affrontare quando si lavora per brand di questo livello - commenta **Paolo Bassanetti**, CEO di BAM - è che anche le idee creative devono essere sempre un passo avanti. Credo che la forza di questo format, che ha dato risultati ottimi in questi anni, sia stata quella di rimanere fedele a se stesso pur rinnovandosi in maniera sorprendente in tutti gli episodi. Di questa capacità di sorprendere, devo ringraziare ancora una volta il nostro reparto creativo, ricco di giovani talenti sempre pronti a sacrificarsi e a dare il massimo.”*

*“Quando esce una buona campagna - aggiunge **Dario Alesani**, con **Umberto Mauri** direttore creativo di BAM - è sempre il risultato di un lavoro corale dove agenzia e cliente, uniti in un'unica squadra, riescono ognuno attraverso le proprie competenze a dare il meglio.”*

*“Come disse il grande Michael Jordan - conclude **Mauri** - Con il talento si vincono le partite, ma è con il lavoro di squadra e l'intelligenza che si fanno ottime pubblicità. Be', forse non era esattamente quello che ha detto Jordan, ma da vecchio giocatore di basket, sono certo di potermi prendere questa piccola licenza.”*

La campagna, prodotta da **BRW Filmland**, con la regia di **Matteo Pellegrini** e la direzione della fotografia di **Paolo Caimi**, vede una pianificazione TV con spot da 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi. La colonna sonora è *“Whatever it takes”* degli Imagine Dragons, band mainstream tra le più seguite in tutto il mondo.

Credits

Agenzia: BAM
CEO: Paolo Bassanetti
Executive Creative Directors: Dario Alesani e Umberto Mauri
Creative Director: Marco Cacciatore
Art Department: Valentina Bussoni, Vanessa di Cristino
Post Produzione Fotografica: Vanessa di Cristino
Contract Manager: Debora Caffarra
Casa di produzione: BRW Filmland
Regia: Matteo Pellegrini
Direttore della fotografia: Paolo Caimi

<https://www.adcgroupp.it/adv-express/creative-portfolio/integrated/sempre-un-passo-avanti-ritorna-la-campagna-advertising-multimedia-di-bam-per-unipolsai.html>

The logo for Dailyonline features the word "Daily" in white, bold, sans-serif font inside a red square, followed by the word "online" in a black, bold, sans-serif font.

“Sempre un passo avanti”: ritorna la campagna multimedia di UnipolSai firmata da BAM.

Nel nuovo episodio dedicato all'innovazione assicurativa e al servizio di telepedaggio UnipolMove accanto ad Alessandro Gassmann la presenza di un altro importante testimonial: il campione di nuoto Gregorio Paltrinieri

UnipolSai Assicurazioni è on air con la campagna advertising multimedia **“Sempre un passo avanti”**. Con un nuovo episodio che coniuga in modo efficace elementi corporate e di business, la campagna comunica la certezza per il cliente di poter “scegliere veramente il futuro” attraverso **UnipolSai**, la **compagnia del Gruppo Unipol** leader in Italia nell'assicurazione auto, con oltre 10 milioni di clienti e circa 4 milioni di connected car. Un importante progetto di advertising che vede sempre protagonista **Alessandro Gassmann**, testimonial d'eccezione e interprete della capacità di saper anticipare il futuro, di essere “sempre un passo avanti”. Tratto distintivo su cui fa leva il concept creativo per sottolineare, al contempo, l'autorevolezza, l'affidabilità e la vocazione innovativa di UnipolSai, grazie all'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia. La campagna, ideata dall'**agenzia BAM** e prodotta da **BRW Filmland**, con la **regia di Matteo Pellegrini** e la **direzione della fotografia di Paolo Caimi**, vede una pianificazione tv con spot di 30 e 15” su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi. Il **media planning** è fatto internamente dall'**area Comunicazione Clienti di UnipolSai con il supporto del centro media The**

Media Lab. Bam si è occupata della parte creativa anche degli altri spot “Sempre un passo avanti”, quindi da quelli dal 2019 in avanti. UnipolSai ha confermato come colonna sonora una traccia mainstream di forte impatto e memorabilità di una delle band più seguite a livello mondiale: “Whatever it takes” degli Imagine Dragons.

Gregorio Paltrinieri

Abbinando alla sicurezza e alla qualità del prodotto auto i nuovi servizi di mobilità del Gruppo, UnipolSai lancia infatti la possibilità, per chi calcola un preventivo per la polizza auto ma anche per chi è già cliente UnipolSai, di avere gratis un anno di canone UnipolMove, il nuovo servizio di telepedaggio. Proprio per questo, accanto a Gassmann si inserisce la presenza di un altro importante testimonial: il campione olimpico di nuoto **Gregorio Paltrinieri**, già volto della campagna di comunicazione di **UnipolMove**. “In un mercato della mobilità che si sta spostando sempre più verso un modello MAAS (mobility as a service) - sostiene **Vittorio Verdone, Direttore Communication and Media Relation** - la vocazione innovativa di UnipolSai si concretizza attraverso l’offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all’avanguardia e servizi di supporto alla mobilità come UnipolMove che semplificano la vita dei nostri assicurati”. Questo importante progetto di advertising nasce e si sviluppa all’interno degli obiettivi e del posizionamento definiti da UnipolSai e da tutto il Gruppo Unipol con il **Piano Strategico 2022-2024 “Opening New Ways”** e vuole dare un importante contributo alla crescita della raccolta premi e della redditività dei rami danni di UnipolSai.

<https://www.dailyonline.it/it/2023/sempre-passo-avanti-ritorna-campagna-multimedia-unipolsai-firmata-da-bam>

SPOT and WEB

“Sempre un passo avanti”: ritorna la campagna adv di UnipolSai.

UnipolSai Assicurazioni è on-air con la campagna advertising multimedia “Sempre un passo avanti”. Con un nuovo episodio che coniuga in modo efficace elementi corporate e di business, la campagna comunica la certezza per il cliente di poter “scegliere veramente il futuro” attraverso UnipolSai, la compagnia del Gruppo Unipol.

Un importante progetto di advertising che vede sempre protagonista Alessandro Gassmann, testimonial d’eccezione e interprete della capacità di saper anticipare il futuro, di essere “sempre un passo avanti”.

Tratto distintivo su cui fa leva il concept creativo per sottolineare, al contempo, l’autorevolezza, l’affidabilità e la vocazione innovativa di UnipolSai, grazie all’offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all’avanguardia.

Abbinando alla sicurezza e alla qualità del prodotto auto i nuovi servizi di mobilità del Gruppo, UnipolSai lancia infatti la possibilità, per chi calcola un preventivo per la polizza auto ma anche per chi è già cliente UnipolSai, di avere gratis un anno di canone UnipolMove, il nuovo servizio di telepedaggio.

Proprio per questo, accanto a Gassmann si inserisce la presenza di un altro importante testimonial: il campione olimpico di nuoto Gregorio Paltrinieri, già volto della campagna di comunicazione di UnipolMove.

“In un mercato della mobilità che si sta spostando sempre più verso un modello MAAS (mobility as a service) - sostiene Vittorio Verdone, Direttore Communication and Media Relation - la vocazione innovativa di UnipolSai si concretizza attraverso l’offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all’avanguardia e servizi di supporto alla mobilità come UnipolMove che semplificano la vita dei nostri assicurati.”

La campagna, ideata dall’agenzia BAM e prodotta da BRW Filmland, con la regia di Matteo Pellegrini e la direzione della fotografia di Paolo Caimi, vede una pianificazione TV con spot di 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi.

UnipolSai ha confermato come colonna sonora una traccia mainstream di forte impatto e memorabilità di una delle band più seguite a livello mondiale: “Whatever it takes” degli Imagine Dragons.

Questo importante progetto di advertising nasce e si sviluppa all'interno degli obiettivi e del posizionamento definiti da UnipolSai e da tutto il Gruppo Unipol con il Piano Strategico 2022-2024 "Opening New Ways" e vuole dare un importante contributo alla crescita della raccolta premi e della redditività dei rami danni di UnipolSai.

<https://www.spotandweb.it/news/854728/sempre-un-passo-avanti-ritorna-la-campagna-adv-di-unipolsai.html>



UnipolSai Assicurazioni on air con il nuovo spot “Sempre un passo avanti”. Firma Bam.

Alessandro Gassmann e Gregorio Paltrinieri sono i protagonisti dell'ultimo episodio della campagna. La pianificazione, gestita dall'area Comunicazione Clienti di UnipolSai con il supporto di The Media Lab, coinvolge tv, digital e stampa.

UnipolSai Assicurazioni torna on air con la campagna pubblicitaria “Sempre un passo avanti”. Con un nuovo episodio che coniuga in modo efficace elementi corporate e di business, la campagna comunica la certezza per il cliente di poter “scegliere veramente il futuro” attraverso UnipolSai, la compagnia del Gruppo Unipol leader in Italia nell'assicurazione auto, con oltre 10 milioni di clienti e circa 4 milioni di connected car.

Il progetto di advertising vede sempre protagonista **Alessandro Gassmann**, testimonial d'eccezione e interprete della capacità di saper anticipare il futuro, di essere **“sempre un passo avanti”**. Tratto distintivo su cui fa leva il concept creativo per sottolineare, al contempo, l'autorevolezza, l'affidabilità e la vocazione innovativa di UnipolSai, grazie all'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia.

Abbinando alla sicurezza e alla qualità del prodotto auto i nuovi servizi di mobilità del Gruppo, **UnipolSai lancia infatti la possibilità, per chi calcola un preventivo per la polizza auto ma anche per chi è già cliente UnipolSai, di avere gratis un anno di canone UnipolMove**, il nuovo servizio di telepedaggio. Proprio per questo, accanto a Gassmann si inserisce la presenza di un altro importante testimonial: il campione olimpico di nuoto **Gregorio Paltrinieri**, già volto della campagna di comunicazione di UnipolMove.

La campagna, ideata dall'**agenzia BAM** e prodotta da **BRW Filmland**, con la regia di Matteo Pellegrini e la direzione della fotografia di Paolo Caimi, vede una pianificazione tv con spot di 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi.

La pianificazione media è cura internamente dall'area Comunicazione Clienti di UnipolSai con il supporto del centro media The Media Lab.

UnipolSai ha poi confermato come **colonna sonora** una traccia mainstream di forte impatto e memorabilità di una delle band più seguite a livello mondiale: “Whatever it takes” degli **Imagine Dragons**.

Il nuovo progetto pubblicitario nasce e si sviluppa all'interno degli obiettivi e del posizionamento definiti da UnipolSai e da tutto il Gruppo Unipol con il Piano Strategico 2022-2024 “Opening New Ways” e vuole dare un importante contributo alla crescita della raccolta premi e della redditività dei rami danni di UnipolSai.

Chi ha lavorato al nuovo spot UnipolSai: i credits

Diversi sono i professionisti che hanno lavorato alla realizzazione del nuovo capitolo della campagna **“Sempre un passo avanti”** di UnipolSai. Scopriamo chi sono.

Agenzia: BAM

CEO: Paolo Bassanetti
Executive Creative Directors: Dario Alesani e Umberto Mauri
Creative Director: Marco Cacciatore
Art Department: Valentina Bussoni, Vanessa di Cristino
Post Produzione Fotografica: Vanessa di Cristino
Contract Manager: Debora Caffarra

Casa di produzione: BRW Filmland

Regia: Matteo Pellegrini
Direttore della fotografia: Paolo Caimi

<https://www.engage.it/campagne/unipolsai-assicurazioni-on-air-con-il-nuovo-spot-sempre-un-passo-avanti-firma-bam.aspx>



“Sempre un passo avanti”: ritorna la campagna advertising multimedia di BAM per Unipolsai.

È on air da domenica 21 maggio, la nuova campagna advertising multimedia con un episodio che comunica la certezza per il cliente di poter scegliere veramente il futuro con UnipolSai, la compagnia leader in Italia nell'assicurazione auto, con oltre 10 milioni di clienti e 4 milioni di connected car.

Un importante progetto che vede ancora protagonista Alessandro Gassmann, che con le sue “premonizioni” anticipa il futuro dimostrando di essere, proprio come Unipolsai, “sempre un passo avanti”. Questo concept creativo sottolinea al contempo l'autorevolezza, l'affidabilità e la vocazione innovativa di UnipolSai, grazie all'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici d'avanguardia.

Abbinando alla sicurezza e alla qualità del prodotto auto i nuovi servizi di mobilità del Gruppo, UnipolSai lancia la possibilità di avere gratis un anno di canone UnipolMove, il nuovo servizio di telepedaggio. Proprio per questo, accanto a Gassmann si inserisce la presenza di un altro importante testimonial: il campione olimpico di nuoto Gregorio Paltrinieri.

“In un mercato della mobilità che si sta spostando sempre più verso un modello MAAS (mobility as a service)”, sostiene Vittorio Verdone, Direttore Communication and Media Relation Unipol, “la vocazione innovativa di Unipolsai si concretizza attraverso l'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia e servizi di supporto alla mobilità come UnipolMove che semplificano la vita dei nostri assicurati”.

“La sfida da affrontare quando si lavora per brand di questo livello”, commenta Paolo Bassanetti, CEO di BAM, è che anche le idee creative devono essere sempre un passo avanti. “Credo che la forza di questo format, che ha dato risultati ottimi in questi anni, sia stata quella di rimanere fedele a se stesso pur rinnovandosi in maniera sorprendente in tutti gli episodi. Di questa capacità di sorprendere, devo ringraziare ancora una volta il nostro reparto creativo, ricco di giovani talenti sempre pronti a sacrificarsi e a dare il massimo”.

“Quando esce una buona campagna”, aggiunge Dario Alesani, con Umberto Mauri direttore creativo di BAM, “è sempre il risultato di un lavoro corale dove agenzia e cliente, uniti in un'unica squadra, riescono ognuno attraverso le proprie competenze a dare il meglio”.

“Come disse il grande Michael Jordan”, conclude Mauri. “Con il talento si vincono le partite, ma è con il

lavoro di squadra e l'intelligenza che si fanno ottime pubblicità". Be', forse non era esattamente quello che ha detto Jordan, ma da vecchio giocatore di basket, sono certo di potermi prendere questa piccola licenza".

La campagna, prodotta da BRW Filmland, con la regia di Matteo Pellegrini e la direzione della fotografia di Paolo Caimi, vede una pianificazione Tv con spot da 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digital e stampa, con una creatività integrata sui diversi mezzi. La colonna sonora è "Whatever it takes" degli Imagine Dragons, band mainstream tra le più seguite in tutto il mondo.

Credits

Agenzia: BAM

CEO: Paolo Bassanetti

Executive Creative Directors: Dario Alesani e Umberto Mauri

Creative Director: Marco Cacciatore

Art Department: Valentina Bussoni, Vanessa di Cristino

Post Produzione Fotografica: Vanessa di Cristino

Contract Manager: Debora Caffarra

Casa di produzione: BRW Filmland

Regia: Matteo Pellegrini

Direttore della fotografia: Paolo Caimi

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/sempr-un-passo-avanti-ritorna-la-campagna-advertising-multimedia-di-bam-per-unipolsai>



Alessandro Gassmann per la campagna multimedia di UnipolSai.

Gli occhi penetranti di Alessandro Gassmann, scelto per la capacità di essere – grazie alla professionalità di attore e al suo riconosciuto fascino – “sempre un passo avanti”, sono il punto di forza della nuova campagna advertising multimedia di UnipolSai. Si tratta della prima campagna multimedia che la compagnia del Gruppo Unipol mette in campo dal 2015. Il concept “sempre un passo avanti” è il tratto distintivo su cui fa leva la compagnia, che con oltre 10 milioni di clienti è la prima in Italia, con più di 4 milioni di scatole nere installate e 2500 agenzie in tutto il Paese. UnipolSai veicola la sua vocazione innovativa sottolineando, allo stesso tempo, autorevolezza e affidabilità.

Gassmann si trova, nel trattamento cinematografico della campagna, in situazioni imprevedibili, che lo spingono a guardare avanti e anticipare davvero il futuro. Cosa che fa UnipolSai, trovando risposte innovative alle esigenze di sicurezza e protezione. Particolarmente preziose soprattutto in Italia, dove si registrano un numero impressionante di automobilisti senza alcuna assicurazione, il che costituisce un rischio elevato per ogni cittadino. I soggetti trattati nella campagna sono la telematica auto di Unibox, dispositivo satellitare legato alla polizza auto K&M Servizi, e l'AppUnipolSai, con cui gestire da smartphone i dati della propria automobile.

La campagna, ideata dall'agenzia Bam e prodotta da Brw Filland, con regia di Matteo Pellegrini e direzione della fotografia di Paolo Caimi, viene pianificata in spot tv da 30 e 15 secondi sui principali network nazionale, oltre che sui canali digital, radio e stampa, con creatività integrata per i vari mezzi. La colonna sonora è “Whatever it takes” degli Imagine Dragons.

<https://www.primaonline.it/2019/10/01/295067/alessandro-gassmann-per-la-campagna-multimedia-di-unipolsai/>