

REALE MUTUA ENTRA, IN MODO DIROMPENTE, NELLA SESTA STAGIONE DI “LOL: CHI RIDE È FUORI” COME UNICO BRAND PLACEMENT

Un progetto inedito che porta la mutualità all'interno dell'iconico format: il brand rompe una regola "sacra" del format permettendo ai concorrenti di ridere, grazie al VANTAGGIO REALE MUTUA.

- Reale Mutua è l'**unico partner placemet** della sesta stagione di LOL: Chi ride è fuori, in esclusiva su Prime Video dal 23 aprile. In tre episodi il brand entra nel meccanismo di gioco, modificando le regole dello show con un'azione di valore per i concorrenti. Obiettivo: **dialogare direttamente con le nuove generazioni**, attraverso un tono autentico e coerente con il contesto del rinomato programma.
- Reale Mutua fa il suo ingresso nel mondo del **brand entertainment** con la partecipazione a LOL: Chi ride è fuori. Questo traguardo, coerente con il riposizionamento strategico curato con il Gruppo **This Is Ideal**, è stato reso possibile grazie a un lavoro corale che ha unito le competenze dell'agenzia **Camelot**, la casa di produzione Endemol Shine Italy e **Prime Video**.
- Massimizzare la memorabilità attraverso una **brand integration d'eccellenza**. L'intera attività è stata supportata da un piano di amplificazione curato da **OutNow** che sfrutta le potenzialità di **Amazon Ads** per garantire una copertura media capillare e coerente.

Torino, 23/04/2026 – Reale Mutua annuncia un'operazione di *brand entertainment* nella sesta stagione di “LOL: Chi ride è fuori”, il *comedy show Original* dei record, prodotto in Italia, in esclusiva su Prime Video dal 23 aprile con i primi 5 episodi e dal 30 aprile con la puntata finale. Un'opportunità ad alto valore strategico nata grazie alla sinergia con Amazon Ads, che conferma il ruolo dello streaming come leva sempre più centrale nelle strategie di comunicazione dei brand.

Prodotta da Endemol Shine Italy per Amazon MGM Studios e disponibile su Prime Video in tutto il mondo, **quest'anno la nuova stagione dello show in 6 episodi** riunisce dieci protagonisti della scena comica italiana: Carlo Amleto, Valentina Barbieri, Giovanni Esposito, Barbara Foria, Sergio Friscia, Francesco Mandelli, Paola Minaccioni, Scintilla, UfoZero2 e Yoko Yamada. I concorrenti si sfideranno a rimanere seri per sei ore consecutive provando, contemporaneamente, a far ridere gli avversari. In premio 100.000 euro, che saranno devoluti a un ente benefico scelto da chi vincerà. Alla conduzione tornano Alessandro Siani e Angelo Pintus, affiancati da Federico Basso e Andrea Pisani, con un ruolo attivo nel mettere alla prova i concorrenti attraverso interventi e dinamiche imprevedibili.

La partecipazione di Reale Mutua, in qualità di **brand integration partner del programma**, diventa concreta e dirompente in tre delle sei puntate (la terza, la quarta e la finale) intervenendo nel meccanismo dello show con un'idea semplice: rompere una delle regole “sacre” del format. E per la prima volta, ridere non è mai stato così vantaggioso per tutti. Si tratta quindi di una *brand integration disruptive* perfettamente integrata nel tessuto narrativo e capace di generare memorabilità e valore per il Brand.

La nuova operazione è in continuità con la strategia della Compagnia, che ha come primo obiettivo quello di rendere la Mutualità un concetto di valore, moderno e rilevante per le persone raccontando

con un *tone of voice* brillante e chiaro, come i vantaggi di essere un Socio e Socia di Reale Mutua impattino positivamente anche sull'intera collettività. Per farlo, Reale Mutua ha creato un ecosistema creativo integrato e multicanale, con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento distintivo della Compagnia e avviare un dialogo diretto con le "nuove generazioni".

La partnership con "LOL: Chi ride è fuori", quindi, rappresenta sia uno sviluppo naturale del rinnovamento della comunicazione della Compagnia, un percorso avviato da anni con il Gruppo This Is Ideal, sia le permette di **evolversi definitivamente da Brand Advertiser a Brand Entertainer**, attraverso contenuti di qualità, destinazioni ad alto impatto e riconoscibilità per la sua target audience.

Frutto di una strettissima sinergia tra Camelot, che ha guidato e curato l'operazione di brand integration, Endemol Shine Italy che produce lo show, Prime Video e il Gruppo This Is Ideal, la presenza nella sesta stagione di "Lol 6: Chi ride è fuori!" si sviluppa anche al di fuori del tv-show con una **domination** di tutte le properties **Amazon Ads. Ciò porterà il brand ad essere protagonista** su tutti i principali touchpoint e asset dell'offerta Amazon Ads, a livello video, digitale e fisico, con un'attivazione speciale di Alexa.

Lucio Berta - Group Head of Brand Marketing Communication & Media Relations di Reale Mutua - ha dichiarato: *"Stiamo costruendo un percorso di comunicazione sempre più distintivo. Dopo la campagna 'So' Socio' e il nostro primo branded content televisivo nel 2025, oggi con 'LOL: Chi ride è fuori' Reale Mutua evolve da brand advertiser a entertainer. È la declinazione più attuale della nostra strategia — contenuti, linguaggi e destinazioni ad alto valore aggiunto — per essere rilevanti e riconoscibili, parlando alle nuove generazioni con un tono autentico. Ringraziamo tutti gli attori coinvolti in questa operazione, che hanno trasformato una visione condivisa in un risultato concreto, a partire dal team di Prime Video fino alle nostre strutture interne, passando per l'agenzia e i partner di produzione. Un lavoro di squadra che, ne sono convinto, il pubblico saprà riconoscere e apprezzare."*