

Banca del Fucino, la banca italiana più antica di Roma è on air con la sua nuova campagna, tra tradizione e futuro

LINK: <https://www.primaonline.it/322648/banca-del-fucino-la-banca-italiana-piu-antica-di-roma-e-on-air-con-la-sua-nuova-campagna-tra-tradizione-e-...>



> Mercato > Banca del Fucino, la banca italiana più antica di Roma è on air con la sua nuova campagna, tra tradizione e futuro 29/03/2021 | 14:23 Tradizione e innovazione, guardando al futuro. A poco più di un anno dall'inizio della pandemia Banca del Fucino si racconta e si presenta in chiave nuova con una grande campagna, in partenza da oggi, per sottolineare il suo radicato ruolo tra le banche italiane, la sua storia, ma soprattutto la vicinanza al territorio e la capacità di coniugare tradizione e innovazione, in un messaggio di forza e positività. Come si legge nel comunicato, non c'è futuro senza tradizione: lo spot Tv dai toni pastello, emozionale, rassicurante si conclude con la frase: "Sapete che c'è di nuovo: Banca del Fucino, la Banca italiana più antica di Roma. Benvenuti nel Futuro". Ed è nel visual di campagna che si afferma poi con forza la

nostra idea di futuro: "Per parlare di futuro devi conoscere bene la storia. E noi le famiglie e le imprese italiane le conosciamo dal 1923. Il territorio è la nostra forza. Ascoltare le esigenze e trasformarle in opportunità. Per Tutti." Centrale nella comunicazione è il prestigioso e storico Palazzetto Baschenis Borghese, sede della Banca in via Tomacelli a Roma, simbolo di solidità e tradizione in uno slancio moderno verso il futuro. Sottolinea il messaggio anche la presenza del tricolore e una grafica improntata sull'impatto dell'innovazione e del digitale nella vita quotidiana. La campagna - continua il comunicato - realizzata dall'agenzia romana Fattore Q, è declinata sulle principali TV nazionali e locali con spot dal taglio di 30", sui maggiori quotidiani italiani, radio, digital, social. Oltre alla presenza in tutte le sedi e agenzie della Banca, è

pianificata, inoltre, su Roma un'attività BTL e OOH. Forza della tradizione e della storicità coniugata con l'innovazione, quindi, e vicinanza al proprio territorio che la rende da sempre sensibile alle specifiche esigenze del cliente, sono i valori del nuovo spot di Banca del Fucino. Fondata a Roma nel 1923 dai principi Torlonia, Banca del Fucino è presieduta da Mauro Masi ed è oggi la capogruppo del Gruppo Bancario Igea Banca. Il nome della Banca è legato alla realizzazione, tra la metà dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, della gigantesca opera di bonifica e riassetto della piana del Fucino (Abruzzo), la più grande costruzione idraulica dell'Italia Unità. In poco meno di un secolo di storia, la Banca del Fucino si è affermata come una delle più importanti realtà bancarie romane, mantenendo la propria fisionomia di banca del territorio e la propria

indipendenza dai grandi gruppi bancari che negli ultimi decenni hanno incorporato le altre principali istituzioni finanziarie della Capitale, ed è oggi l'unico marchio bancario storico con azionariato italiano che ha mantenuto la direzione generale su Roma. Nel corso del 2020 e nei primi mesi del 2021 Banca del Fucino ha attuato con successo la fusione con Igea Banca, conseguito una crescita significativa di tutti i principali aggregati economici e realizzato un importante rafforzamento del capitale, anticipando gli obiettivi previsti dal piano industriale. Il Direttore Generale della Banca del Fucino, Francesco Maiolini, ha dichiarato: "Abbiamo voluto realizzare una campagna che comunicasse fiducia nel futuro, sicurezza e protezione. Ma che al tempo stesso esprimesse un concetto di fondo: non c'è contraddizione tra fedeltà alla propria storia e innovazione, tra solidità della tradizione e capacità di affrontare il futuro. Crediamo fortemente a questo messaggio per la Banca del Fucino. Ma si tratta di un concetto di portata più generale, in questo particolare momento. Il direttore generale della Banca del Fucino, Francesco Maiolini

Oggi servire al meglio famiglie e imprese significa avere una profonda conoscenza del territorio, ma al tempo stesso essere capaci di dare soluzioni innovative alle loro esigenze". [Articoli correlati](#)