

CAMPAGNE

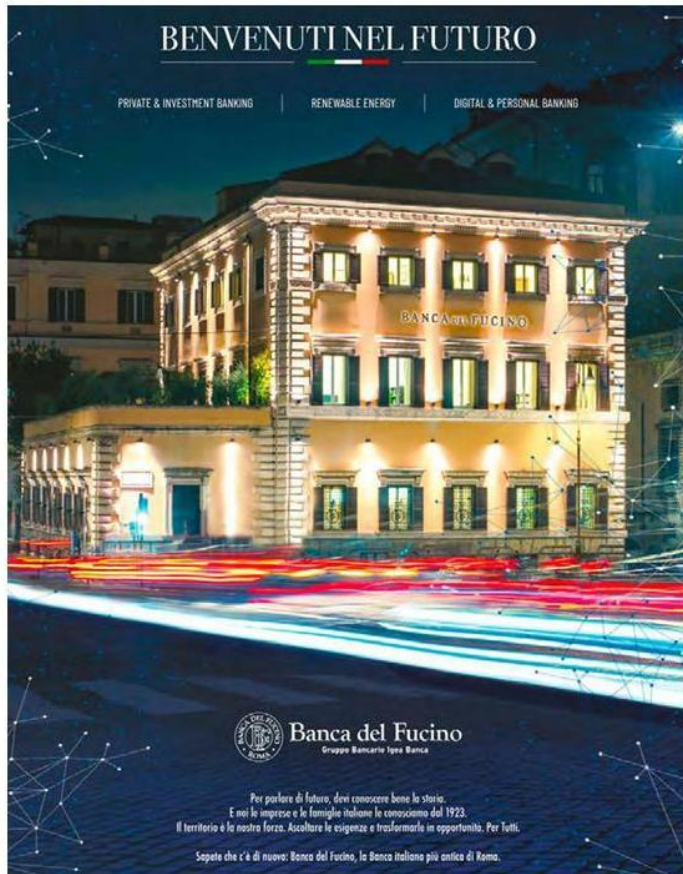
# Banca del Fucino tra tradizione e futuro nella multicanale, ideata da Fattore Q

Tradizione e innovazione, guardando al futuro: a poco più di un anno dall'inizio dell'emergenza, Banca del

Fucino si racconta e si presenta in chiave nuova con una campagna, on air dal 29 marzo, per sottolineare

il suo 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. Non c'è futuro senza tradizione: lo spot tv emozionale e 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 fu-

turo 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 Palazzetto Baschenis Borghese, sede romana della banca, simbolo di solidità e tradizione in uno slancio moderno verso il futuro. La campagna, realizzata da Fattore Q, è declinata sulle principali tv nazionali e locali con spot dal taglio di 30", sui quotidiani italiani, radio, digital, social. Oltre alla presenza in tutte le sedi e agenzie della Banca, è pianificata, inoltre, su Roma attività btl e ooh.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

