

## Banca del Fucino celebra la nuova normalità



a cura di **Aldo Grasso**  
*pitspotcorriere@gmail.com*  
in collaborazione con  
**Massimo Scaglioni**

**S**apete «che c'è di nuovo? La banca italiana, più antica di Roma». Si posiziona così, anche con una campagna che gira in televisione in queste settimane, Banca del Fucino, con il suo primo spot istituzionale. Il racconto è quello della vita che sembra voler spingere, insistentemente, a tornare alla normalità, una nuova normalità però, con l'auspicata fine della pandemia. Lo spot si apre con l'immagine di una bimba che si sveglia, accanto al suo orsacchiotto: un'immagine rassicurante, cui segue appunto la rappresentazione della vita che torna a scorrere, sebbene con una nuova consapevolezza. Genitori, coppie, bambini che tornano alle loro attività. «Può sembrare un giorno come gli altri — commenta la voice over, calda e tranquilla — ma c'è qualcosa di nuovo. La nostra vita sarà diversa. Le persone che amiamo, le abitudini cui non sappiamo rinunciare sempre le stesse...». Difficile pensare a un ritorno alla normalità che ignori quest'ultimo anno complicato. Scorrono così volti di uomini e donne nei quali rispecchiarsi. Un papà porta a prenderla all'uscita, una festa di compleanno in compagnia, con tanto di torta. Insomma, da un lato uno sguardo verso il futuro, verso quello che ci aspetta. Dall'altro il ribadire valori e sapori della tradizione. E,

infatti, il nuovo e la tradizione si fondono nel claim finale della Banca. Ecco che Banca del Fucino sente la necessità di comunicare le sue radici, i suoi rapporti con la cittadinanza e con il territorio. Rapporti radicati nel passato, in una storia che risale al 1923, e che si sostanzia proprio nel rapporto col territorio. Non c'è futuro senza tradizione, sembra ricordarci il film, emozionale e rassicurante, che si conclude con uno sguardo in avanti: «Sapete che c'è di nuovo: Banca del Fucino. Benvenuti nel Futuro». Dopo la fine della pandemia, abbiamo bisogno di una nuova serenità e un'inedita fiducia nell'avvenire, sembra essere il messaggio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

