



Banca del Fucino festeggia i primi 100 anni con

la campagna ideata, pianificata e prodotta sempre da Fattore Q

3

Aziende Banca del Fucino festeggia 100 anni con la campagna ideata, pianificata e prodotta da Fattore Q

La Banca italiana più antica di Roma compie un secolo e lancia la sua nuova adv su tv nazionali, stampa quotidiana, radio e digital. È inoltre prevista un'attività BTL e OOH nella capitale

Un traguardo molto importante per la banca privata più antica di Roma: la Banca del Fucino spegne 100 candeline e festeggia con una nuova campagna che unisce i valori della solidità e sicurezza a quelli della famiglia. Tutto tramandato nel corso del tempo. La campagna, realizzata dall'agenzia romana Fattore Q, si declina su tv nazionali con Sky, Rai, Mediaset, Dazn, La7, stampa con i principali quotidiani e siti italiani in ambito economia, sport e news, radio con un taglio da 20", e digital con campagna desktop, mobile e social. È inoltre prevista su Roma un'attività BTL e OOH. L'agenzia ha curato anche il planning e la produzione dello spot girato da Stefano Lari. Dopo questo primo flight ne sono previsti uno a giugno e uno a luglio quando, il 4, Banca del Fucino festeggerà il centenario.

La creatività

La campagna, in partenza oggi, è incentrata su uno spot video da 30" che mostra una banca solida, da sempre al servizio delle persone e del territorio e lo fa attraverso una storia semplice ma efficace. Una storia Vera, una storia di vita vissuta in un rapporto di fiducia tra banca e clientela. Il racconto di una famiglia che in

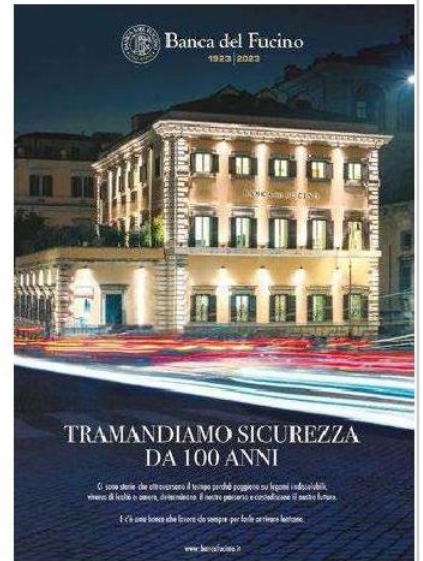
una giornata assolata si incontra a Roma davanti al fontanone del Gianicolo. Una nonna va con il nipotino nella sede della Banca del Fucino ma prima di entrare vive un déjà-vu e si ricorda del momento in cui da bambina aveva accompagnato a sua volta il nonno nella stessa sede. L'imponenza dell'ingresso, un luogo pieno del fascino degli anni 30\40, colori morbidi, una bambina che attraversa la banca con lo stupore di chi è in un luogo insolito.

Protagonista quindi, la nonna, all'epoca bambina con il suo amato orsacchiotto. Suo nonno parla con il direttore di banca per un'operazione importante che strizza l'occhio al futuro. Tale e tanta la fiducia nel vedere il nonno affidarsi alle parole del direttore che la bambina in un gesto inaspettato ed istintivo si sente di consegnare il bene più prezioso: il suo orsacchiotto. Vediamo poi la bambina andar via e, come in ogni miglior risveglio, l'attenzione della nonna è richiamata dal nipotino. Siamo di nuovo ai giorni d'oggi dove sveliamo la figura della direttrice della banca moderna, interpretata da Claudia Gerini, che con uno splendido sorriso svela l'orsacchiotto, evidentemente conservato dall'epoca in cui la nonna l'aveva affidato alla banca in quel gesto di dolcezza: la banca non perde nulla, tramanda i suoi valori, custodisce il rapporto con la clientela. E il nostro orso di peluche diventa la metafora della sicurezza, del tempo che passa, della solidità che resta. Lo spot, girato in un ambiente volutamente familiare e armonico, dai toni tenui, racconta una storia che non è

altro che la verità: una banca che arriva a 100 anni tramanda i suoi valori attraverso il tempo perché è fatta di persone e di clienti. Clienti e lavoratori della banca uniti in un percorso che in 100 anni ha portato la Banca del Fucino a questo grande traguardo.

Il commento

"Questo spot ci ha entusiasmato per i sapori, il flashback, il tono dei colori. Con il ricordo entriamo in un ambiente caldo, con abiti e movenze del contesto in cui era immersa la banca, non c'erano computer, ma macchine da scrivere e timbri. Abbiamo rappresentato la continuità del nostro istituto nel corso del tempo con una storia semplice, che vuole comunicare il valore della sicurezza e dell'affidabilità. Compire 100 anni ed essere qui per raccontarli con tanto orgoglio è segno di forza e radici solide, che sono da sempre le basi del rapporto con i nostri clienti", spiega Francesco



Maiolini, Amministratore Delegato della Banca del Fucino.

