

Premiata la nuova Corporate Identity di Volksbank

La grande “V” di Volksbank, elemento grafico centrale del nuovo corporate design, si è aggiudicata il premio Mediastars nella sezione “Corporate Identity” per il design e la simbologia. I due colori blu e arancione della “V” sono espressione delle due culture che compongono la Banca. A partire dal 2022, il nuovo marchio è stato implementato in tutto il bacino di utenza ed è il segno del processo di sviluppo e crescita della Banca.

Alla base del processo di rebranding di Volksbank c'è la nuova strategia del marchio, che rappresenta uno dei progetti del Piano industriale “Sustainable 2023”. È stata voluta per sottolineare il posizionamento di Volksbank come solida Banca regionale, plasmata storicamente dai valori cooperativistici, ma al tempo stesso orientata al futuro e con un'ampia offerta di servizi all'avanguardia.

Tra questi si annoverano anche i servizi digitali, che grazie alla comodità e sicurezza permettono ai clienti di effettuare da remoto le operazioni bancarie o consultare le informazioni aggiornate in tempo reale. Il nuovo design tiene quindi conto delle esigenze legate alla digitalizzazione: è più semplice, chiaro e di facile utilizzo per i canali digitali, grazie alla forma adatta al mondo “app”.

Nell'ambito del rebranding è stato tenuto conto di un altro trend: la comunicazione visiva ricopre un ruolo sempre più importante. Cresce l'utilizzo di immagini, mentre i testi sono sempre meno presenti e più brevi. Questo vale anche nella comunicazione aziendale, dove le immagini (ad esempio foto, video, infografiche, illustrazioni) sono sempre più utilizzate come vettori di informazioni, che devono trasmettere i messaggi fondamentali dell'azienda.

Il premio Mediastars, che quest'anno è giunto alla 27° edizione, costituisce uno dei più autorevoli riconoscimenti a livello nazionale per la realizzazione di campagne di advertising, corporate design e comunicazione multimediale, anche per l'elevata partecipazione e qualità dei progetti presentati. Per ogni categoria è prevista una giuria indipendente composta da esperti di brand management, marketing e comunicazione, che selezionano i migliori progetti. Oltre alla creatività, uno dei criteri di valutazione fondamentale è la professionalità con cui vengono realizzati i progetti e le campagne.

Il riconoscimento è stato accolto con entusiasmo dal gruppo di lavoro “Sviluppo del marchio” di Volksbank. Il concept creativo è stato elaborato dall'agenzia Claim Brand Industry di Treviso.

“Avevamo un obiettivo in mente: il design doveva rimanere fedele ai nostri valori, ma allo stesso tempo rappresentare i progressi che stiamo facendo per offrire servizi sempre più all'avanguardia per i nostri clienti. L'ultimo sondaggio clienti ci conferma che questo nostro impegno viene apprezzato: vediamo infatti un'elevata soddisfazione complessiva nei confronti della Banca”, afferma **Alexa Falk, Responsabile della Comunicazione Corporate e coordinatrice del progetto marchio.**

"Negli ultimi anni la Banca ha percorso numerose trasformazioni e il nuovo concetto di comunicazione è il suggello di questo processo. Questo riconoscimento premia il merito del team Volksbank che ha curato un progetto fondamentale per la Banca e giustamente molto apprezzato", afferma il **Direttore Generale Alberto Naef**.

Contatti:

Banca Popolare dell'Alto Adige Spa
Media Relations

Maria Santini
T: +39 0471 996548
M: +39 334 6353522
maria.santini@volksbank.it