

PARTE LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DI BANCA CARIM

✘ Il claim 'Dal cuore di Rimini, con Rimini nel cuore'

viene rappresentato da 50 volti di clienti e collaboratori della banca leader del territorio.

Rimini, 24 gennaio 2014 – Al via in questi giorni la nuova campagna di comunicazione istituzionale di Banca Carim che col claim **DAL CUORE DI RIMINI, CON RIMINI NEL CUORE**, intende consolidare ulteriormente il suo legame con gli oltre 7000 azionisti e con la clientela che ha creduto e crede nella banca leader del territorio

Un legame antico, costituito da **una storia di oltre 170 anni**, che la banca oggi comunica attraverso una campagna di volti che rappresentano l'attualità di questo legame. Non i volti patinati, ma la bellezza vera ed i sorrisi positivi dei clienti che la banca incontra tutti i giorni.

Per realizzarla, l'agenzia Acmesign ha chiesto a clienti e collaboratori di Banca Carim di prestare le loro espressioni così da comporre un ideale autoritratto della banca stessa. Qualcosa di unico.

La risposta è stata immediata, persino inaspettata per la mole di adesioni raccolte da oltre duecento clienti in pochi giorni.

"Il grado di coinvolgimento dei clienti ci ha sorpresi – **commenta il Presidente di Banca Carim Sido Bonfatti** – perché metterci la faccia, spendere il proprio nome, lasciarsi fotografare sul proprio luogo di lavoro al fianco del nostro logo, significa fidarsi di noi. Non si affidano le chiavi della propria quotidianità, senza ricevere nulla in cambio, se c'è anche un minimo dubbio sull'integrità e sulla correttezza del destinatario. Quindi a tutti va il nostro grazie sincero".

I testimonial della campagna di Banca Carim rappresentano tutte le età, ogni mestiere immaginabile, ma anche i caratteri, dal più timido al più estroverso.

Al termine del lavoro, sono **50 fra donne e uomini** che coi loro volti comunicheranno il legame fra Banca e territorio. Con l'occasione è stato introdotto il nuovo *pay-off* istituzionale che accompagnerà Banca Carim nelle varie forme di comunicazione istituzionale e pubblicitaria: **Dal 1840, ancora, sempre.** che sintetizza efficacemente gli oltre 170 anni di storia.

Sarà una campagna articolata, che utilizzerà **poster, pannelli retroilluminati, maxiaffissioni, le inserzioni sulla stampa locale, video poster nei cinema, spot sulle tv e radio locali, strumenti online e social media.**

Su Facebook dal dicembre scorso è stata avviata la pubblicazione di immagini

e video sulla pagina ufficiale della Banca (www.facebook.com/bancacarim) accessibile anche tramite QR Code. Analoghe iniziative su Flickr e YouTube (flickr.com/photos/bancacarim e youtube.com/bancacarim).