

Volksbank presenta il marchio con un nuovo design

Oggi Volksbank ha presentato il nuovo marchio e il corporate design nella sede di Bolzano. Il Presidente Lukas Ladurner ha sottolineato: “È un ulteriore sviluppo che conferisce una maggiore visibilità all’intero processo di cambiamento della Banca”.

Il nuovo corporate design è espressione del dinamismo con cui Volksbank sta stabilendo la rotta per il futuro. Il punto di partenza di questo processo di sviluppo aziendale è il Piano industriale “Sustainable 2023”, presentato meno di un anno fa. Il Piano industriale si basa sui punti di forza storici di Volksbank e si pone l’obiettivo di rafforzare la Banca in un contesto in continua mutazione. A seguito della presentazione del Piano industriale sono stati definiti 20 progetti, che iniziano a dare i primi risultati. Uno di questi è rappresentato dalla nuova strategia del marchio, dal rinnovato sistema valoriale e dal nuovo design (invariato da circa 20 anni).

“In estrema sintesi, un marchio è la somma di tutte le prestazioni di un’azienda, realizzate da ogni singolo collaboratore. In questa ottica, il marchio è l’asset più importante di un’azienda. Il design rappresenta la forma esterna, ma il cuore è costituito dalle persone e le loro competenze”, ha affermato il **Direttore generale Alberto Naef**.

“All’inizio del progetto abbiamo analizzato nel dettaglio la percezione del marchio Volksbank nelle nostre aree di mercato. Attraverso un processo strutturato, abbiamo definito - oltre ai consueti parametri delle ricerche di mercato come la conoscenza del marchio, la fiducia nel marchio, la soddisfazione dei clienti e la propensione di raccomandare la Banca – i valori specifici di Volksbank, che vogliamo esprimere con ancora più forza”, continua **Alberto Naef**, commentando lo sviluppo della strategia del marchio.

Gruppi di lavoro trasversali nel segno della condivisione

L’identità del marchio è stata sviluppata in un processo partecipativo che ha coinvolto gruppi di lavoro trasversali. È stato possibile condensare gli elementi esistenti che compongono l’identità di Volksbank in tre valori fondamentali del marchio:

lungimirante

Prendiamo decisioni in modo responsabile e indipendente e concentriamo le nostre azioni sulle esigenze del futuro.

presente

Ci piace interagire con le persone, conosciamo le esigenze dei nostri clienti e diamo grande importanza alle relazioni a lungo termine, sicure e affidabili.

dinamica

Siamo pragmatici, troviamo soluzioni personalizzate per il cliente, con rispetto, competenza e professionalità.

Il presidente Lukas Ladurner ha dichiarato: *"Questi valori fondamentali del marchio descrivono l'essenza di Volksbank. Sono credibili e rilevanti perché ci vengono attribuiti da collaboratori e clienti. Il nostro impegno in futuro sarà quello di mantenerli vivi".*

Nuovo design per il futuro

Il nuovo design di Volksbank guarda al futuro. Nella revisione del design, l'obiettivo è stato quello di sviluppare ulteriormente il logo in ottica contemporanea per rendere il marchio all'avanguardia in ambito digitale e nelle nuove applicazioni.

Il primo e più importante passo è stato l'ottimizzazione del logotipo: la forma distintiva della "V" è stata rafforzata da una semplificazione, dalle nuove proporzioni, dal maggiore spazio intorno alla "V" e dal contorno bicolore. In questo modo il marchio è stato valorizzato, senza perdere la sua riconoscibilità.

Il secondo passo è stato quello di scegliere un carattere *sans serif*, dritto (FS Millbank per il marchio denominativo ed Helvetica Neue per il marchio figurativo) per garantire una visibilità eccellente in tutte le applicazioni, in particolare sui dispositivi mobili.

Gli storici colori blu e arancione rimangono invariati, poiché sono sinonimo di continuità e riconoscibilità.

Il nuovo marchio di Volksbank vuole essere la sintesi di questo percorso, con un design moderno ed orientato al digitale, semplice e rappresentativo delle due culture.

Un cambiamento graduale nel segno dell'efficienza

Il nuovo design verrà introdotto in modo graduale per motivi di sostenibilità – sia economica che ambientale. Nel mese di novembre 2021 saranno aggiornati tutti i canali di comunicazione e di servizio con i clienti: il sito web di Volksbank, l'online banking, l'App di Volksbank e le e-mail. A presentare il nuovo logo saranno anche le associazioni e le società che la Banca ogni anno sponsorizza per un totale di circa 1,5 milioni di euro e che costituiscono un'importante presenza di riferimento nei territori.

Le insegne delle filiali saranno sostituite progressivamente nel corso dei prossimi due anni a partire da questo mese. Le carte di debito e di credito saranno rinnovate nel 2022. Il materiale d'ufficio e gli opuscoli verranno prodotti con il nuovo design solo dopo aver esaurito le scorte. Tra le priorità, l'uso di materiali e soluzioni sostenibili.

I punti di contatto trasmettono l'esperienza Volksbank

*"I punti di contatto del marchio non sono percepibili solo attraverso il design, ma anche e soprattutto dalle esperienze che offrono", afferma **Alexa Falk, responsabile della comunicazione corporate e coordinatrice del progetto marchio**. "L'attenzione è focalizzata sulla nostra capacità relazionale quale partner finanziario, che ci viene riconosciuta dalla clientela, e sul nostro impegno volto a creare una società più sostenibile nel nostro bacino di utenza."*

Il Direttore Generale Alberto Naef: *"L'obiettivo è che i già clienti ci continuino a scegliere nonché a raccomandare la Banca ai loro conoscenti ed i non clienti si avvicinino a Volksbank perché ricercano una banca delle persone, con le persone, per le persone. In linea con i valori del marchio ed i progetti del piano industriale, vorremmo che Volksbank venisse scelta perché è presente nel Triveneto in modo sostanziale, è accessibile sia in filiale, sia attraverso il Contact Center e i canali*

digitali, è una banca dinamica e pragmatica che offre soluzioni d'avanguardia ed utili all'attività dei clienti, nonché è attenta alla sostenibilità del territorio sia con le sponsorizzazioni che con lo sviluppo ESG delle aziende che in esso operano."

Contatti:

Banca Popolare dell'Alto Adige Spa
Media Relations

Maria Santini

T: +39 0471 996548

M: +39 334 6353522

maria.santini@volksbank.it

Volksbank (anno di fondazione 1886) con sede a Bolzano, è presente come Banca regionale oltre che sul mercato d'origine dell'Alto Adige anche nel Nord-Est d'Italia nelle province di Trento, Belluno, Treviso, Pordenone, Vicenza, Padova e Venezia. Le filiali di Volksbank complessivamente operative sono 159. La Banca annovera circa 1.300 collaboratori.