

Nuovo video Corporate: Volksbank motore del Nord Est

Il nuovo video Corporate dà voce e volto all'identità di Banca radicata nel territorio e vicina alle persone per costruire, insieme, progetti personali ed imprenditoriali.

“Dicono che una Banca non possa essere motore del territorio. Invece, insieme, lo siamo”. Il nuovo video Corporate racconta l'identità di Volksbank, vicina alle persone e alla comunità in cui opera. Il video è stato ideato, scritto, doppiato dai team Corporate Communication/Marketing, Digital Marketing e Sponsoring & Visual Merchandising. Il voice-over, scritto e realizzato internamente e prodotto in italiano e tedesco, rappresenta l'anima bilingue e le due culture della Banca. Ad interpretare il video sono stati alcuni collaboratori dell'area di Treviso e Bolzano, con il supporto tecnico dell'agenzia NPMEDIA di Nicola Piccoli.

L'obiettivo è di presentare Volksbank come **motore di crescita economica e sociale**. Attraverso immagini e storie, il video tocca temi centrali come la capacità di promuovere il cambiamento, la vicinanza alle persone e alla comunità, il valore di una presenza che nasce dall'ascolto.

“A cinque anni dal rebranding, il video Corporate rappresenta un nuovo capitolo nel processo di posizionamento strategico del marchio Volksbank. La Banca rinnova il proprio impegno ad essere un punto di riferimento nel Nord Est affidabile e presente, capace di parlare alle persone con semplicità e competenza, accompagnandole nelle scelte importanti della vita. Lo fa attraverso un linguaggio visivo dinamico, capace di raccontare i valori della Banca in modo diretto ed emozionale”, afferma **Mariano Paris, Responsabile Corporate Communication/Marketing di Volksbank**.

La regia è costruita su due livelli narrativi che si alternano ed intrecciano per tutto il video. Il primo livello è quello della Banca, con tre persone reali che rappresentano prospettive, generazioni e ruoli diversi. Il secondo livello è quello del mondo esterno: il territorio, le aziende, gli artigiani e il settore sociale.

Nel video sono stati ripresi otto luoghi diversi tra Trentino-Alto Adige e Veneto, dalla filiale storica di Vittorio Veneto alla sede di Bolzano, passando per le strade di Treviso, le filiali di Montebelluna e Treviso, Spormaggiore e Riva del Garda.

“Il valore di questo progetto sta nell'aver raccontato Volksbank attraverso le persone reali che ne fanno parte, con autenticità e senza artifici. Il linguaggio cinematografico da me proposto applicato alla comunicazione corporate ha la capacità di emozionare e di restare nella memoria, proprio perché parte da storie concrete e dal racconto del quotidiano”, afferma **Nicola Piccoli, video-maker** che ha curato regia, produzione e post-produzione del video insieme ai suoi collaboratori.

La campagna e il video Corporate saranno on air a partire da aprile con una pianificazione multicanale che coprirà TV, web, social e Out Of Home.

Contatti:

Banca Popolare dell'Alto Adige Spa
Media Relations

Maria Santini
maria.santini@volksbank.it