

A cura dell'Ufficio Comunicazione e Immagine  
Tel. 010 579 2697  
Fax 010 579 4927



## Perché una bitta nella pubblicità di Carige?

I manifesti che tappezzano la Liguria, con la bitta in primo piano e la scritta "Cerchi un porto sicuro?" sono firmati da Banca Carige. Il nuovo testimonial grafico rappresenta la filosofia di Carige e vuole arrivare subito nel cuore delle persone. Intanto ha incuriosito e fatto parlare di sé. Anche le gomene che avvolgono la bitta hanno un significato preciso. Segnalano il forte legame tra tutte le società del Gruppo Carige (le cinque banche e le due compagnie di assicurazione) e tra banca e clienti.

Il presidente Giovanni Berneschi, alla domanda del perché servirsi del linguaggio marinaio, risponde: <Per sottolineare che chi si affida a Banca Carige è in un porto sicuro e troverà solidità, serietà, apertura, sicurezza, capacità di confronto. La bitta è un simbolo del mare e della navigazione>.

Sarà presente ovunque? <Sarà presente in ogni campagna pubblicitaria, istituzionale, di immagine e di prodotto e sarà utilizzata per tutte le nostre uscite in Italia>.

Perché questa scelta, proprio adesso che la Banca è sempre più conosciuta e ha seguito una strategia di ampliamento vincente? <Proprio per questo. La banca sta cambiando e la pubblicità va di pari passo. Siamo un Gruppo più grande, quindi più autorevole in Italia. Abbiamo raggiunto nuovi porti - nuovi traguardi. E arriviamo da una città di mare dinamica. Per questo abbiamo pensato di affiancare al logotipo e ai quattro rombi, che ci accompagnano da oltre 25 anni, qualcosa che fosse riconoscibile e coerente con noi, con le nostre strategie e con il nostro modo di vedere la banca: un porto sicuro>.

Sarà dunque la bitta che testimonierà in tutte le strade d'Italia che Carige è la scelta giusta per stabilità e sicurezza? <Per ora abbiamo cominciato con Genova e la Liguria. Poi toccherà al resto d'Italia, alle dodici regioni in cui siamo presenti>.

Non pensa che sia troppo retorico? <Innanzitutto la retorica fa parte della comunicazione e della pubblicità. Inoltre, la bitta ha certo un significato subliminale coincidente con quello che rappresenta, senza ambiguità. Esprime un concetto immediato, spontaneo>.

Il Gruppo bancario assicurativo più presente in Liguria e tra i più attivi in tutt'Italia con le cinque banche - Carige, Cassa di Risparmio di Savona, BML, Cr Carrara e Banca Ponti - ripensa quindi a come arrivare alla gente. Vuole comunicare - con una sola immagine - chiarezza, sicurezza e capacità di "legare" il cliente con prodotti competitivi. La bitta consentirà la crescita del ricordo di marca, in modo da facilitare la connessione tra simbolo e Carige, con immediatezza senza ulteriori passaggi logici.

L'agenzia creativa che ha collaborato alla nuova creatività del Gruppo è la milanese Burson & Marsteller, a cui è stata affidata la comunicazione di prodotto e istituzionale per il prossimo biennio.

Il direttore generale, Alfredo Sanguinetto, aggiunge: <la nuova veste grafica utilizza un simbolo che sintetizzi al massimo tutte le caratteristiche della Carige. Un'immagine per esprimere anche la nostra solidità, riservatezza, capacità di accogliere. Valori diffusi a livello di struttura e condivisi appieno dalle risorse che in Carige lavorano>.

Genova, 22 luglio 2005