

Banca Ifis presenta la sua nuova immagine: innovazione digitale e identità sonora per il brand

- «Il valore di crescere insieme» è il payoff della campagna di comunicazione multicanale on air a partire da oggi
- Il logo è un “digital bloom” formato da un elemento grafico a cerchio che rappresenta le persone, nucleo pulsante della Banca, e si ispira ai colori della natura
- Il sound brand declina il Dna della Banca e i suoi valori su un pentagramma musicale

Milano, 29 giugno 2020 – Banca Ifis ha presentato oggi a Milano, alla presenza del Vicepresidente Ernesto Fürstenberg Fassio e dell’Amministratore Delegato Luciano Colombini, la sua nuova corporate identity, il nuovo marchio e il primo sound brand nella storia della Banca.

A 37 anni dalla sua fondazione, la Banca cambia volto rinnovandosi nel rispetto della propria identità e lo fa dotandosi, prima in Italia nel settore bancario, di una sonic brand identity validata da test neuroscientifici. Il sound brand, che si declina in un’unica armonia diffusa e riconoscibile, darà più forza al marchio e accompagnerà da oggi l’immagine di Banca Ifis, la specialty finance italiana che da sempre coniuga passato e futuro: una lunga storia di famiglia con uno spiccato Dna innovativo. Una banca digitale, sostenibile, autentica.

La conferenza stampa di presentazione si è svolta in streaming all’interno di un’intera giornata-evento “on air” che, con il supporto tecnico del team di Radio DeeJay, ha coinvolto da remoto tutti i 1.800 dipendenti del Gruppo, per il 90% ancora in smart working.

*«Oggi è un giorno speciale per tutta la Banca. Anche di fronte all'emergenza da Covid-19 non ci siamo fermati e l'evento di oggi ne è la dimostrazione – spiega il **Vicepresidente Ernesto Fürstenberg Fassio** -. Il rebranding è un grande progetto, al quale lavoriamo da mesi, un'altra tappa del nostro lungo viaggio e un'occasione per far vedere all'esterno quello che siamo. Vogliamo rafforzare il posizionamento della Banca, stare al passo con i tempi ed esprimere la contemporaneità dell'istituto anche attraverso il brand. La nuova immagine di Banca Ifis è stata concepita nel solco della lunga storia familiare, con al tempo stesso uno spiccato Dna innovativo. Il nuovo marchio, infatti, è molto più di un logo: esprime in modo chiaro e visibile quello che siamo, il modo in cui facciamo il nostro lavoro, parliamo tra di noi, con i dipendenti e con i nostri clienti e fornitori. Comunica internamente ed esternamente i valori della Banca e sarà coerente in ogni singola manifestazione».*

*«La crescita della Banca deve necessariamente essere accompagnata da un brand forte, riconoscibile e innovativo. E il rebranding di Banca Ifis si pone esattamente questo obiettivo. Vogliamo rafforzare il nostro ruolo nel presente e nel futuro partendo da quello che siamo, professionalmente ed umanamente - spiega l'**Amministratore Delegato Luciano Colombini** -. Questa nuova corporate identity darà più forza al business, accrescendo l'immagine di Banca Ifis come protagonista dello sviluppo del territorio, mediante la sua riconoscibilità nazionale come operatore del settore bancario, aumentandone la reputazione, fidelizzando i clienti attuali e intercettandone di nuovi».*

Banca Ifis conferma la sua vocazione di Banca dell’economia reale e la volontà di consolidare le sue posizioni di mercato: la scelta grafica è di allineare il carattere e l’espressione del brand ai nuovi obiettivi di business. La metamorfosi, che è un’evoluzione a conferma del forte posizionamento rispetto ai business “core” della Banca, porta al rafforzamento del marchio e allo snellimento della brand architecture. Alla rinnovata tipografia

geometrica del nome “Banca Ifis” viene abbinato il **digital bloom**, un segno in evoluzione pensato per accogliere il futuro nel rispetto della tradizione. Il fiore è formato da un elemento grafico a cerchio che rappresenta il nucleo pulsante della banca ovvero le persone mentre il linguaggio modulare raffigura le diverse business unit generate da un’unica matrice. La palette cromatica del nuovo brand include le influenze della **digital transformation** e i **colori della natura**, con una selezione progressiva di toni in scala che generano movimento, profondità e trasparenza

Per la prima volta nella sua storia, Banca Ifis ha scelto di affiancare al proprio marchio una **"sonic brand identity" distintiva**, una vera e propria composizione armonica, in grado di creare associazioni mnemoniche durevoli ed emotivamente profonde. I temi simbolo sono **la trasformazione e l'innovazione**, rappresentate da un glissato ascendente, nella scala di Do maggiore. Grazie alla sua naturalezza, da oggi tutti potranno riprodurre l'elegante suono di Banca Ifis che verrà declinato in diversi "territori": dagli spot radio ai video e presentazioni istituzionali, dalla suoneria dei cellulari dei dipendenti all'attesa telefonica del centralino, dando così una sola voce, un'unica melodia ed un proprio ed esclusivo modo di essere Banca.

Per la **nuova campagna di comunicazione**, è stato scelto un **linguaggio artistico visionario**. La campagna sarà “on air” a partire da oggi, sui principali quotidiani nazionali e locali, social media, centinaia di siti, app mobile e in TV, per una programmazione in prime position e prime time. Da settembre a fine anno, al via anche gli spot radiofonici. La scelta iconografica, sulla quale si basa la creatività, è elaborata sull’immaginare tutte quelle situazioni in cui l’incontro tra un imprenditore e Banca Ifis si possono trasformare in crescita: gli aridi deserti lasciano così spazio a coloratissimi prati fioriti, i cieli tempestosi si rasserenano e accolgono uno spettacolo di fuochi d’artificio e ponti, sia fisici che figurati, che uniscono persone e idee. Un’attitudine che si concretizza nel **nuovo payoff: “Il valore di crescere insieme”**.

Per rafforzare la presenza digitale del Gruppo è stato realizzato un nuovo portale online che rappresenta l’unico punto di accesso all’ecosistema digitale della Banca: www.bancaifis.it. Al portale si affiancano altri sei siti specializzati su tematiche verticali: ifisnpl.it; credifarma.it; ifis real estate; nplmeeting.it; bancaifis.ro; ifis.pl. La nuova soluzione va a semplificare la precedente architettura web, assicurando all’utente una perfetta esperienza di navigazione.

La nuova strategia di crescita ha, inoltre, portato la Banca a ridefinire Mission, Vision e Valori. **La Mission**: dare un supporto concreto alle imprese e alle persone con servizi e prodotti d’eccellenza. **La Vision**: essere l’operatore di riferimento e la fonte d’ispirazione per chiunque voglia creare, crescere e competere nel mondo dell’impresa. **Integrità, Trasparenza, Eccellenza, Competenza**, sono i valori e i principi fondamentali.

Credits:

Logo - Luther Dsgn

Brand architecture e brand strategy - InArea Identity and Design Network ha declinato.

Sonic brand identity – Fluendo Agency in collaborazione con Concerto Music, Audiobranding Italy, lo spin off dell’Università La Sapienza Roma (Brain Signs), tre studi di produzione musicale, scienziati, psicologi, sound designer oltre 50 musicisti e dal compositore Enrico Giaretta.

Concept e campagna di comunicazione - Independent Ideas

Rosalba Benedetto

Direttore Comunicazione, Marketing e Relazioni esterne
Banca Ifis S.p.A.
M. +39 335 5319310

Eleonora Vallin

Head of the Press Office
Banca Ifis S.p.A.
M. +39 342 8554140

Claudia Caracausi, Davide Bruzzese

Press Office
Image Building
+ 39 02 89011300

Giuseppe Stamegna, Polissena Galdo

Press Office
Comin & Partners
+39 02 8704 2400

