

ISTITUTI DI CREDITO. LA NUOVA CAMPAGNA PROMOZIONALE DELLA BANCA VALDOSTANA

# La Bccv a caccia di soci e clienti “Pubblicità anche sugli autobus”

DANIELE MAMMOLITI  
AOSTA

Alla ricerca di nuovi correntisti ma anche di nuovi soci, la Bccv-Banca di credito cooperativo valdostana dà il via ad una nuova campagna promozionale: affissioni, pubblicità sui giornali, messaggi via radio, sfruttamento del web ma anche autobus del trasporto pubblico aostano completamente rivestiti dai colori e dagli slogan scelti dall'istituto di credito. «Utile alla Valle» è il messaggio attorno a cui si sviluppa la strategia di comunicazione. Un gioco di parole che, sottolinea il direttore Maurizio Barnabé, «richiama, in senso stretto, l'utile economico prodotto ma anche, in senso più ampio, l'utilità sociale di un istituto come il nostro, caratterizzato dal forte legame con il territorio». Barnabé ricorda che «la Bccv è l'unica tra le banche di credito cooperativo italiane a coprire da sola un'intera area regionale». Una presenza che si traduce in numeri: secondo i dati alla fine dell'anno scorso 20 filiali, 124 dipendenti, 7759 soci.

Proprio sui soci la Bccv si sta concentrando. La banca ha chiuso il 2012 in crescita sia per raccolta (+3,2 per cento, toccando i 544 milioni di euro) sia per impieghi (+2,6 per cento, 471 milioni di euro) ottenendo utili per 2,9 milioni di euro e fissando un patrimonio di 46,5 milioni. Spiega il presi-



**Novità**  
Uno degli autobus adibiti al trasporto pubblico aostano rivestito con i colori e gli slogan dell'istituto di credito regionale. La Bccv inoltre sfrutterà il web le affissioni la pubblicità sui giornali e i messaggi via radio

**2,9**  
milioni di utili

È il dato registrato dalla Banca di credito cooperativo valdostana nello scorso anno

Tra gli strumenti che la banca utilizzerà per ampliare la platea dei propri soci ci sarà il sito internet completamente rinnovato

dente di Bccv Marco Linty: «Vogliamo consolidare l'immagine e la mission della banca, evidenziare il mutualismo e il localismo che ci caratterizza e sottolineare la raccolta e l'impiego delle risorse in Valle d'Aosta». Per aumentare la platea dei soci uno degli strumenti utilizzati sarà internet, con un sito web completamente rinnovato e che mette in grande evidenza le istruzioni per associarsi alla cooperativa e i vantaggi che ciò comporta. La Bccv inoltre è pronta a presentare novità an-

che sul fronte della sua offerta: dopo il lancio dei mutui per le giovani coppie e per le piccole e medie imprese, Linty e Barnabé hanno anticipato la messa a punto di strumenti per l'aiuto all'imprenditoria femminile e di prodotti legati al filone assicurativo-previdenziale. Procede, infine, la ristrutturazione della sede centrale di piazza Arco d'Augusto: un lavoro da 3,2 milioni di euro che doterà l'immobile anche di un'area bambini per i figli dei clienti e di una nuova sala conferenze.