

Bajo el lema ‘Ser los primeros en estar contigo’

CaixaBank lanza su primera campaña institucional como banco líder del sector financiero español

- **La entidad potencia su posicionamiento como banco cercano, comprometido con sus clientes, con el bienestar de las personas y con el progreso del conjunto de la sociedad.**
- **La campaña refuerza el discurso de liderazgo en base a los valores y la misión corporativa del banco para transmitir que CaixaBank y Bankia se unen para, juntos, ser los primeros en acompañar a millones de familias, autónomos, empresas, jóvenes y mayores.**

Barcelona, 28 de marzo de 2021

CaixaBank estrena a partir de mañana, 29 de marzo, su primera campaña institucional de publicidad tras la fusión con Bankia. Bajo el lema ‘Ser los primeros en estar contigo’, la campaña destaca la posición de liderazgo de CaixaBank en el sector financiero español tras la unión con Bankia, con un volumen de activos de 623.800 millones de euros, cerca de 20 millones de clientes, la primera posición en cuota de mercado de todos los productos clave y la red de oficinas más extensa y especializada del sector, con presencia en alrededor de 2.200 municipios.

“Para ser los primeros en acompañar a millones de familias. Para ser los primeros en apoyar a autónomos y empresas, en creer en los jóvenes y en estar con nuestros mayores. Para ser los primeros en estar contigo. Bankia se une a CaixaBank para, juntos, ser los primeros en estar contigo”. Así versa el hilo narrativo de la campaña que, además de incidir en el posicionamiento de banco líder, pone en valor la clara orientación al cliente de CaixaBank, que ofrece un modelo de banca especializada por segmentos con una oferta de productos y servicios adaptada a las necesidades de cada perfil de cliente.



Fiel a sus valores

La campaña hace hincapié en que CaixaBank es un banco diferente, fiel a sus valores y orígenes fundacionales con plena conciencia del papel clave que sustenta en la vida de las personas.

Asimismo, la campaña, desarrollada por Comunica+A, ilustra las principales fortalezas de CaixaBank: proximidad a los clientes, un modelo de banca responsable y un claro compromiso con el bienestar de las personas y con el progreso del conjunto de la sociedad.

La entidad, presidida por José Ignacio Goirigolzarri y dirigida por Gonzalo Gortázar, llevará a cabo esta campaña en distintos soportes: PLVs (vinilos) en oficinas, televisión, radio, prensa, medios digitales y redes sociales.