





La transformación de una marca posicionada para los próximos 100 años

Capítulo: General.

Categoría 17: Publicidad institucional.

17.1: Publicidad Institucional /General

Programa: 100 años y Nueva marca

Compañía: Itaú Chile.

Área/empresa responsable: Marketing Itaú y Agencia Loca

Personas responsables: Daniel Mariotto Malavazzi; Melina Kitzinger; Pablo Celis Perucci



Itaú – la marca más valiosa de Latinoamérica (Brand Finance 2024), pero poco conocida en Chile – completa 100 años de historia y cambia su identidad visual. Los cambios impulsados por la marca madre desde Brasil presentaban al equipo local muchos desafíos y una gran oportunidad.

En Chile, frente a la oportunidad de transmitir un mensaje claramente emocional, había otro desafío: crear conocimiento de un banco que recién se adapta a su proceso de años de transformación cultural post fusiones y adquisiciones.



Itaú, Hecho de Futuro: La conexión con Chile

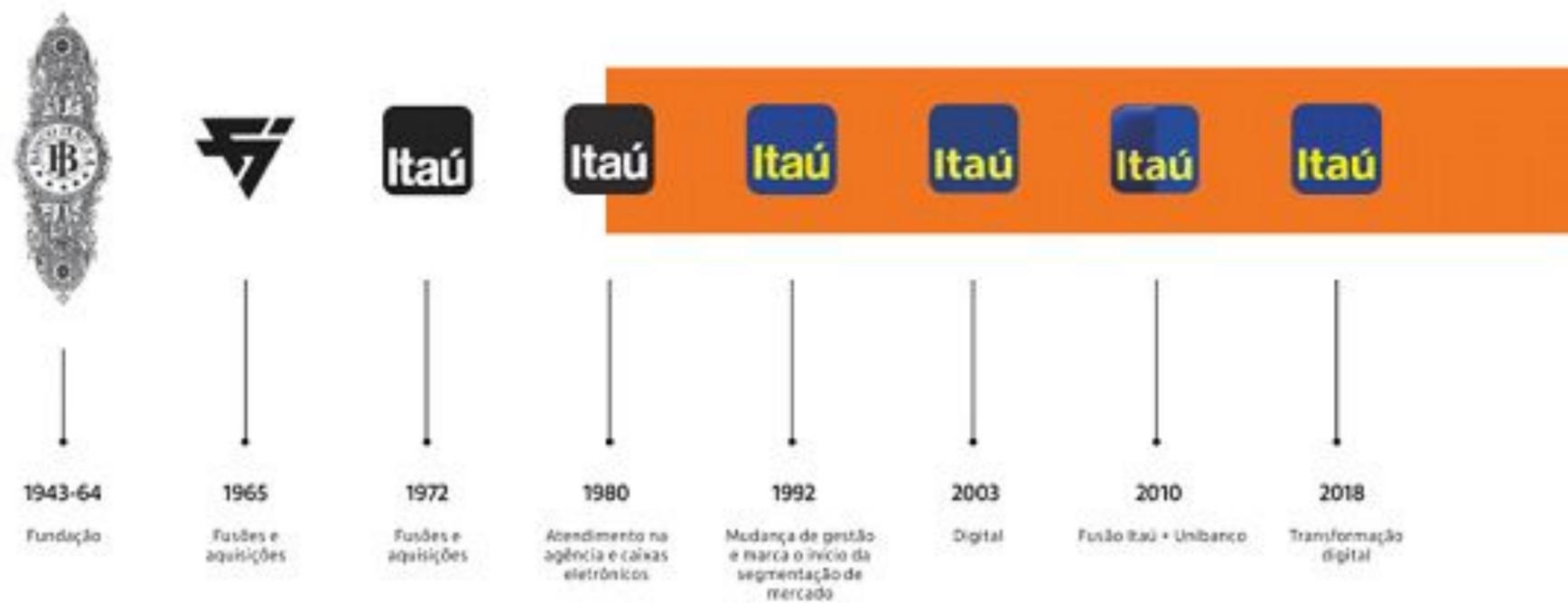
Hecho de futuro significa ser capaces de trascender en el tiempo para seguir siendo relevantes. Aún así, la invitación a que todos se inspiren con la trayectoria de Itaú era un mensaje que no conectaba en Chile.

Aunque Itaú Chile sea el banco más recomendado por sus clientes según el estudio ServiTest Personas 2023, al igual que en 2022, su bajo conocimiento, historia y conexión cultural con el país dificultaba celebrar los 100 años.

Itaú Chile asumió el desafío de implementar localmente un rebranding global con las complejidades implicadas, resultando una campaña que pone a la marca en un lugar relevante en la vida de los chilenos, algo buscado hace años.

Contenido

Evolução e design de uma nova marca



i minúsculo aproxima e humaniza, além de ser mais legível e conectar com o ₤ - símbolo em libras do Itaú

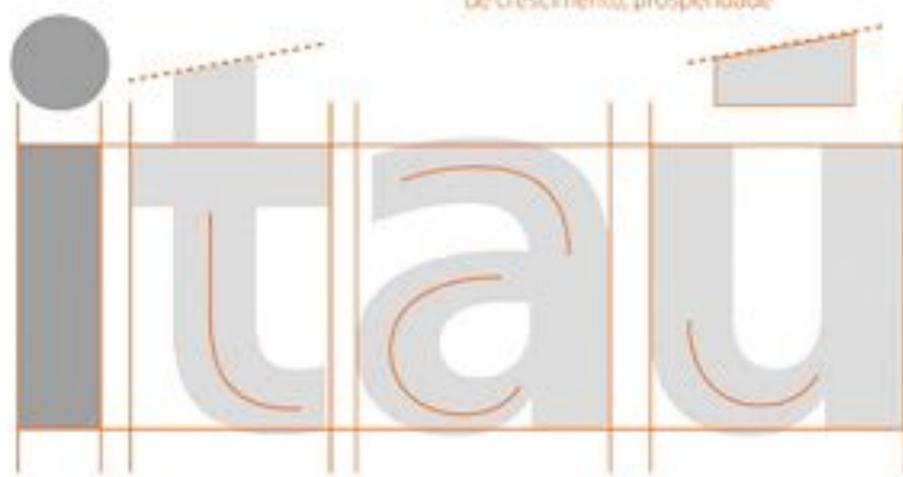
ascendência é positiva, ideia de crescimento, prosperidade

o acento traz personalidade e singularidade

novos sentidos
as curvas agregam afetividade e leveza na fluidez das linhas

mudança
caminho com maior potencial de transmitir mudança (transformador)

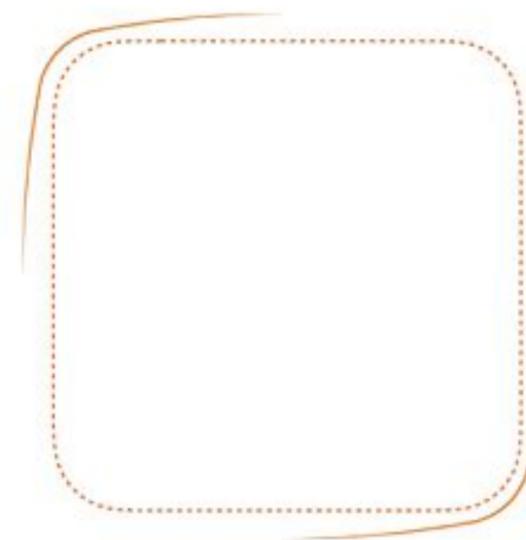
força e robustez com as linhas espessas



tipografia humanista, reforça proximidade

curvas das letras trazem suavidade, equilíbrio, movimento e afetividade

crescimento
sugestão de crescimento com a forma se expandindo



4 pilares fundamentales en Chile

1

Además de lanzar una nueva marca, lanzar una nueva postura/actitud de marca

Potente, proactiva, impactante, grandiosa sin arrogancia

2

Establecer nuestras raíces brasileñas, la presencia regional y nuestros 100 años

- *Adaptado al contexto de Chile y de los chilenos*
- *Centralidad en las personas*
 - *Cercanía con Chile [territorio Itaú Ama Chile]*

3

Itaú como motor de transformación [de la vida y del futuro]

- *Preámbulo para el lanzamiento de la propuesta de valor*
- *Hacer parte de los sueños de las personas.*

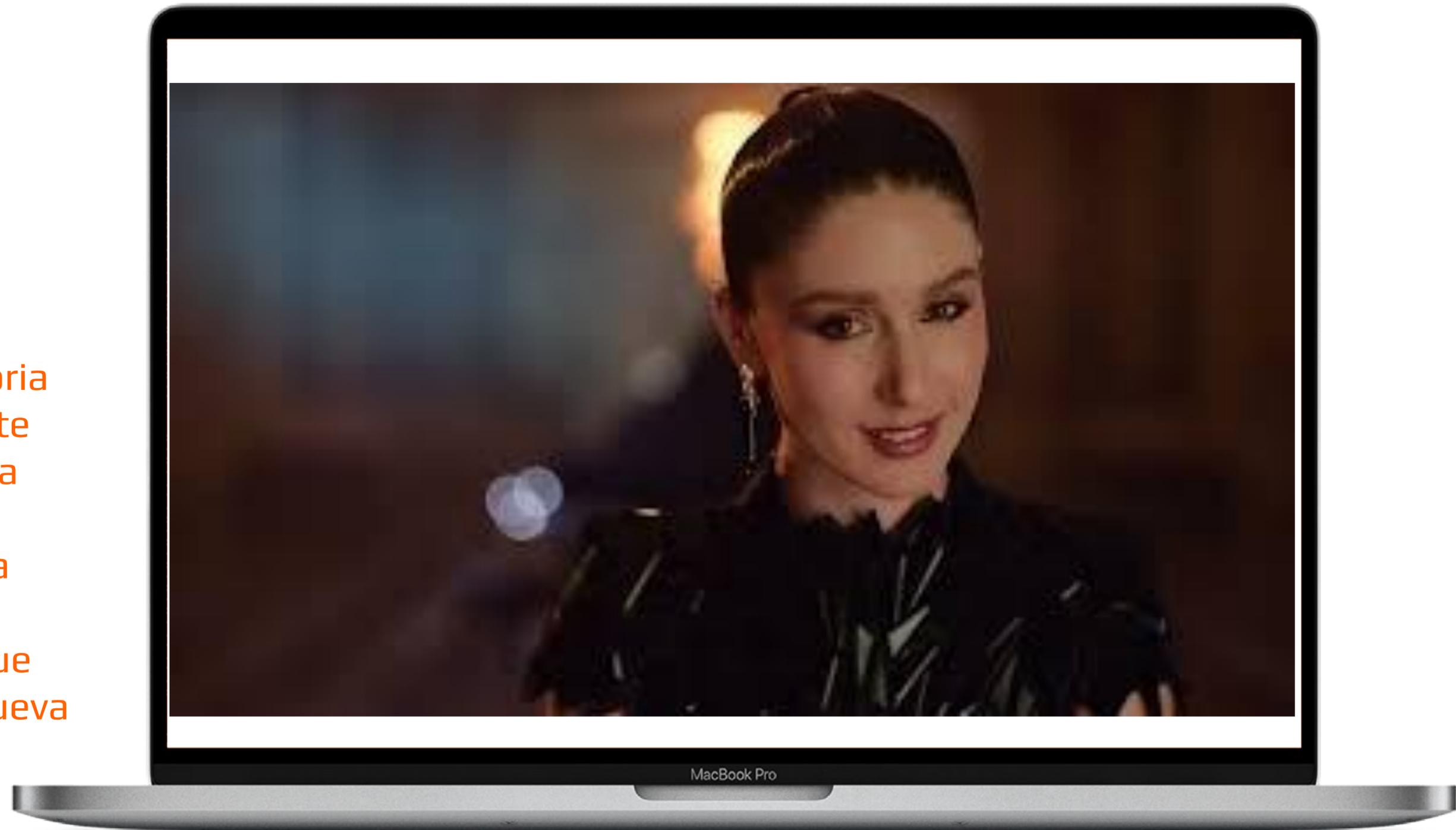
4

Presentar el "Hecho de Futuro"

Marca en constante re-invención, mirando continuar relevante en el futuro

Bienvenidos a los próximos 100 años

La participación de reconocidos rostros chilenos como los exfutbolistas Elías Figueroa y Jean Beausejour, la actriz Gloria Münchmeyer, la cantante Francisca Valenzuela y la afamada chef Carolina Bazán sumaron a la idea central de constante evolución del banco y que hoy se refleja en esta nueva marca.



Lanzamos nuestra nueva marca



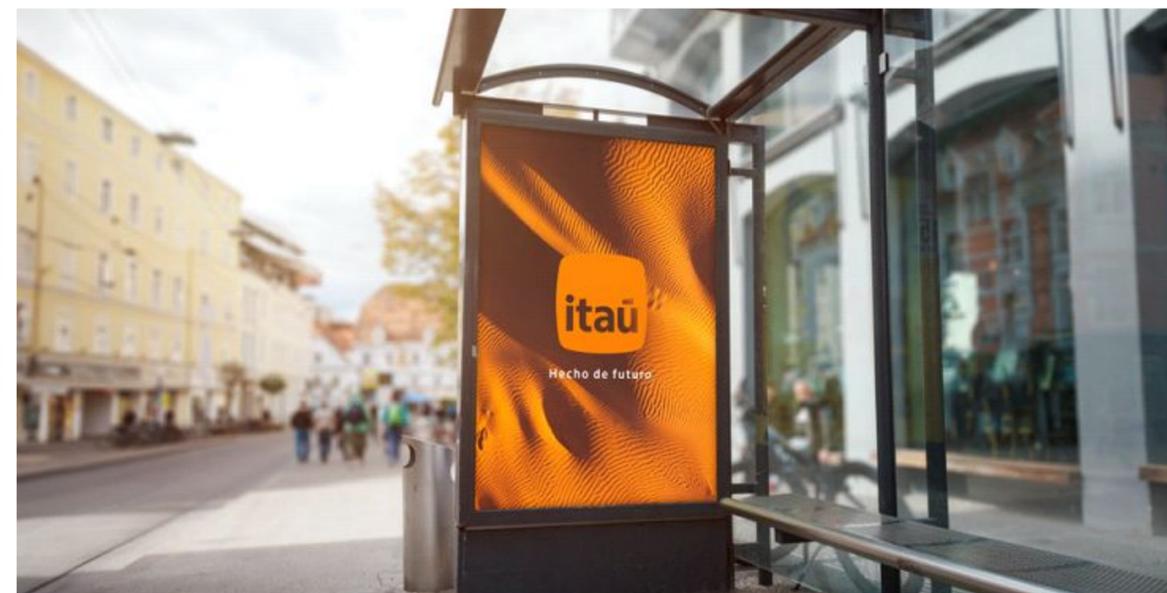
Carlos Alcaraz. Hecho de futuro



Gráficas de campaña en vía pública



Gráficas de campaña en vía pública





Gracias!