

Consolidamento delle prestazioni e sviluppo di nuove opportunità

di Adriano Ceolin, Presidente

Marca Solidale continua con le proprie attività a fornire con sempre maggiori intensità servizi e prestazioni, sia nel campo sanitario, che sociale del tempo libero e culturale.

L'anno che si è chiuso denota ancora una volta la solidità dell'Associazione, infatti oltre al consolidamento del numero dei Soci, attualmente si superano le 7.000 unità, e all'autonomia finanziaria, si stanno consuntivando erogazioni sempre più numerose e di spessore che costituiscono ormai una piattaforma di tutto rispetto.

Da un'indagine effettuata dal Comipa, il consorzio nazionale delle mutue nate soprattutto su iniziative delle Ban-

che di Credito Cooperativo, Marca Solidale risulta la prima a livello nazionale per numero di Soci, per patrimonio di bilancio di esercizio, nonché per gran parte delle iniziative attivate e gestite. La nostra Associazione è quindi presa, per gli aspetti più significativi di tipo organizzativo e di corretta gestione, come riferimento (Benchmarking) dalle altre mutue consociate.

Questi risultati per Marca Solidale, oltre ad essere ovviamente di soddisfazione, sono di stimolo per proseguire e naturalmente continuare a migliorare le prestazioni verso i Soci. La politica di fondo dell'Associazione è di puntare sempre di più a soddisfare le esigenze non solo esplicite e quindi palesi, ma anche implicite e quindi al momento non completamente esplicitate dai Soci. Questa impostazione ci spinge continuamente ad analizzare e ricercare nuove soluzioni e prestazioni da offrire all'utenza.

La ricerca riguarda soprattutto il campo sanitario, ma anche il sociale con particolare riferimento a nuove esigenze che si stanno manifestando in questi ultimi tempi.

Si stanno concretizzando delle iniziative di prevenzione nel campo Odontoiatrico, argomento delicato ed impegnativo dal punto di vista economico che presupporrebbe ben altre quote

annuali di contributo associativo da parte dei Soci: Marca Solidale comunque sta definendo prestazioni compatibili con l'attuale status di Socio.

Come si evince la ricerca di nuove soluzioni è coraggiosa e continua e vista la nostra concreta solidità organizzativa e patrimoniale certe soluzioni sono possibili. Tutte queste attività devono essere opportunamente e tempestivamente messe a conoscenza dei nostri associati e dei clienti della Banca nostro Socio sostenitore. Proprio per questo sono state studiate alcune soluzioni di comunicazione.

In questo periodo si stanno realizzando alcuni totem dedicati a Marca Solidale che saranno esposti in tutte le Filiali della Banca. Ci sarà a disposizione quindi, e facilmente reperibile, tutta la documentazione che riguarda Marca Solidale: le varie tipologie di prestazione saranno raggruppabili per settore e distinguibili per colore e quindi facilmente individuabili.

Si sta procedendo ovviamente con la graduale informatizzazione delle prenotazioni, con l'intento di rendere sempre più facile la fruizione dei servizi. Marca Solidale continua quindi nel suo processo di consolidamento, di continuo miglioramento organizzativo, e di ricerca di innovative prestazioni da offrire ai propri Soci.



SALUTE E BENESSERE

TEMPO LIBERO

SOSTEGNO ALLA PERSONA

Marca Solidale si rinnova e diventa più «Social»

Marca Solidale ha saputo negli anni leggere nuovi bisogni, costruire relazioni proficue con i stakeholder del territorio proponendo iniziative e servizi utili per la prevenzione della salute, la promozione di corretti stili di vita ed il tempo libero.

Allo scopo di migliorare la qualità dei servizi offerti, potenziare la relazione con i propri Soci e promuovere la stessa Cassa Mutua sul territorio, è stato predisposto un nuovo «piano di comunicazione integrata» che prevede lo sviluppo dell'immagine coordinata e l'attivazione di nuovi strumenti di comunicazione. Il piano di offerta delle iniziative e servizi è stato organizzato in tre gruppi omogenei contraddistinti ciascuno da un colore:

SALUTE E BENESSERE

comprende gli screening e tutte le iniziative in ambito sanitario e della prevenzione.

Il colore di riferimento è l'azzurro.

TEMPO LIBERO

caratterizzato dalle attività culturali e ricreative quali le gite, i viaggi, convenzioni per l'attività sportiva ecc. che saranno contraddistinte dal verde.

SOSTEGNO ALLA PERSONA

di colore giallo, racchiude i servizi di sostegno economico e non solo che la Cassa Mutua mette a disposizione tramite la Banca.

In questo gruppo si trovano i finanziamenti agevolati per le spese dedicate allo studio ed all'educazione dei figli, il seggiolino auto per i nuovi nati, i piani di risparmio, le soluzioni a protezione della famiglia ecc.

Il marchio è stato associato ad un «codice di stile» uniforme che verrà adattato, a seconda delle necessità con i colori di ogni settore, per tutti gli strumenti di comunicazione, i quali potranno essere utilizzati in



relazione al target di riferimento tenendo conto della preferenza dell'utente. Oltre agli sms, il sito internet ed il periodico «Informa», verranno attivati una newsletter, per un approfondimento dei temi e contenuti legati alle iniziative, e il profilo Facebook. Tutte le comunicazioni, ad eccezione degli sms, risponderanno a determinati canoni grafici e stilistici, in modo da garantire uniformità attorno al brand; così che ogni strumento di comunicazione sarà declinato con il colore corrispondente al settore che comprende l'iniziativa, sia esso cartaceo o virtuale.

In tutte le filiali infine sarà posizionato un «corner» dedicato a Marca Solidale, dotato di tasche che espongono il materiale informativo (volantini delle iniziative, servizi offerti, modulistica ecc.). Nello stesso tempo sarà rafforzata la formazione del personale di riferimento delle stesse filiali al fine di dare consulenza, supporto ed informazioni immediate alle richieste dei Soci.

Riteniamo che una volta costruita la struttura comunicativa di base si potranno indirizzare le singole iniziative verso il segmento di Soci interessati



al fine di massimizzare il valore del piano di offerta, migliorare la qualità dei servizi e promuovere con l'aiuto dei nuovi strumenti i valori ed il benessere per le persone. Marca Solidale ha realizzato il piano di comunicazione integrata con la collaborazione di Rational Feelings, una delle start up premiate e finanziate dal Lab Inn, progetto realizzato da Banca della Marca per far emergere i giovani imprenditori del territorio.

PROGRAMMAZIONE 2016

NOVITÀ 2016

SALUTE E BENESSERE	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Esami del sangue	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Internistico		•	•									
Intolleranze alimentari		•	•									
Andrologico giovani			•	•								
Dermatologico			•	•								
Angiologico				•	•							
Ortottico						•	•					
Oculistico						•	•					
Sana costituzione junior						•	•		•	•	•	•
Igiene dentale (visita controllo)					•	•	•	•	•	•		
Cardiologico										•	•	•
Ecografico addominale											•	•
Gruppo di cammino Conegliano				•	•	•						
Visita medico sportiva (convenzione)	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

TEMPO LIBERO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Viaggio a Roma con Udienda Giubilare 17-18 e 17-18-19 giugno						•						
Arena di Verona, Festival dell'Opera Carmen di Georges Bizet 16 luglio							•					
Gita a Gardaland 18 settembre									•			
Assemblea dei Soci				•								
Terme Ischia										•		
Terme Montegrotto		•	•									
Convenzioni palestre							•	•	•	•	•	•
Piscina Viribus	•	•	•	•	•	•						

SOSTEGNO ALLA PERSONA	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Finanziamento 600 a 0 famiglie						•	•	•	•	•	•	•
Finanziamento 600 a 0 università							•	•	•	•	•	•
Finanziamento viaggi studio					•	•	•					
Piani di Risparmio		•	•									
Fondo Pensione: educazione alla previdenza									•	•	•	
Protezione della famiglia					•	•	•					
Seggiolino	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Bonus concerti	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Rimborsi sulle fatture di visite ed esami	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

ESTATE PER LA FAMIGLIA
 Nel periodo estivo le iniziative e i servizi saranno dedicati al benessere della famiglia: screening agevolati per la salute di genitori e figli, sostegno alle spese famigliari, nuovi programmi di protezione e a settembre una gita a Gardaland!

PREVENZIONE ODONTOIATRICA
 Marca Solidale attiva una nuova iniziativa dedicata all'igiene dentale e al controllo odontoiatrico a partire da maggio fino a ottobre 2016.

BONUS CONCERTI
 Marca Solidale accompagna i propri Soci ai concerti preferiti con un contributo di 5,00 euro sull'acquisto dei biglietti per un massimo di 5 biglietti all'anno. Per usufruire del rimborso è sufficiente presentare in filiale una copia del biglietto stesso.



Atmosfera natalizia nel cuore delle Marche

Anche quest'anno Marca Solidale e il Cral di Banca della Marca hanno unito le forze per regalare ai propri Soci un week end particolare tra i più bei borghi d'Italia: il 28 e il 29 novembre scorso il nostro pullman si è fermato nelle Marche.

aperti. La visita si è conclusa con un ottimo pranzo a base di specialità romagnole. Da qui il nostro pullman ci ha poi portati a Candelara, frazione del comune di Pesaro, su una collina a 180 metri sul livello del mare che degrada dolcemente verso il Mar

loncini illuminati a lume di candela ci ha fatti sostare con il naso all'insù rapiti da quest'atmosfera anacronistica priva di inquinamento luminoso. La prima giornata del weekend si è conclusa con il meritato riposo presso un Hotel sul lungomare pesarese. Il risveglio ci ha regalato uno spettacolo naturale meraviglioso: l'alba sul mare. Ultima tappa prima del rientro a casa un altro magnifico borgo che la nostra Italia nasconde tra le colline della sua terra: Sant'Agata Feltria, comune passato recentemente dalla regione Marche alla regione Emilia Romagna, anch'esso dominato da un'imponente Rocca medievale. E qui l'atmosfera natalizia ci ha proprio rapiti: passeggiare tra centinaia di bancarelle sparse per le vie del borgo, ricche di magnifici decori, presepi artigianali, idee regalo, accompagnati dai canti natalizi di svariati gruppi musicali e dagli eventi organizzati per i bambini, e accarezzare addirittura due renne in carne ed ossa... non ha prezzo! Il tutto condito da gustosissimi prodotti gastronomici sia della terra che ci ha ospitati che dell'intera penisola italiana.



La prima tappa di quest'esperienza è stata Gradara, cittadina fortificata che sorge su una collina panoramica tra Romagna e Marche. Il castello di Gradara, caratterizzato dalla rocca, dalla cinta muraria, dalle torri e da un architettonico centro urbanistico, è testimonianza viva di secoli di conquiste e dominazioni: proprio la posizione strategica ha fatto di questo meraviglioso borgo terreno di battaglia e di insediamento dei più potenti casati nobiliari del XIII e XIV secolo. E come dar loro torto! Ogni scorcio di Gradara ci ha offerto inconfondibili visuali ed emozioni... oltrepassando le mura rivolte alla Romagna una folata di brezza marina ci ha sorpresi a bocca aperta ad ammirare dall'alto tutta la riviera romagnola ed il suo mare; la narrazione delle epiche battaglie di conquista ci ha fatto rivivere l'aria medievale che regnava dentro e fuori le mura; e poi il tragico amore tra Paolo e Francesca raccontato da Dante, del quale la Rocca avrebbe fatto da sfondo, ci ha fatto romanticamente sognare ad occhi

Adriatico. Tra il VII e l'VIII secolo nasce l'insediamento umano e religioso della Pieve di Santo Stefano e, nei secoli successivi, la sua villa fortificata con mura e torri. La parte urbanistica è caratterizzata dal Borgo di Santa Lucia e dal castello, a cui si accede attraverso un ponte di mattoni che nel '500 ha sostituito quello levatoio. La leggenda narra che, per individuare il luogo su cui costruire il paese, siano state accese tre candele e nel punto meno ventoso, dove non si è spenta la candela, lì è sorto il paese. Proprio questa leggenda ha ispirato lo stemma di Candelara (tre colline sormontate da tre candele) e la festa che da 12 anni infonde la prima atmosfera natalizia a lume di candela a chi visita questa frazione (Candele a Candelara): il borgo si riempie di un suggestivo mercatino completamente dedicato alle candele e alle decorazioni natalizie, e per due volte durante il giorno le vie rimarranno rischiarate solamente dalla luce delle candele. Inoltre un emozionante spettacolo di pal-

Due giorni sono volati velocemente ma ci rimarranno nel cuore. Questa meta 'anomala' per i mercatini natalizi, tradizionalmente nordici, ha entusiasmato tutto il gruppo di partecipanti.

Arrivederci al prossimo anno.

informa

Supplemento a «Insieme con fiducia», quadrimestrale di Banca della Marca

Direzione e redazione

via G. Garibaldi, 46 - 31010 Orsago/Tv
info@marcasolidale.it - tel. 0438.993212

Direttore responsabile

Angelo Roman

Direttore editoriale

Adriano Ceolin

