

București, 4 octombrie 2021
COMUNICAT DE PRESĂ

O nouă identitate de brand pentru Bursa de Valori București

- Bursa de Valori București (BVB) are o nouă identitate, menită să repoziționeze bursa românească drept o alegere potrivită pentru investițiile fiecărui român și un catalizator pentru dezvoltarea companiilor.
- Noul logo este o restilizare a celui anterior și face legătura, în mod simbolic, între înființarea bursei de la București de la 1 decembrie 1882, relansarea ei în 1995 și poziționarea actuală orientată spre viitor.
- Noua identitate a BVB va fi susținută și de un nou slogan: Viitorul e al celor care investesc în el.

Bursa de Valori București (BVB) are o nouă identitate de brand, menită să repoziționeze bursa drept o alegere potrivită pentru investițiile fiecărui român și un catalizator pentru dezvoltarea companiilor din România. BVB își propune, printr-un stil și un limbaj vizual modern și actual, să atragă noi companii, parteneri și investitori și, în același timp, să-și consolideze rolul de nucleu al pieței de capital locale și reper pentru evoluția economiei.

Noua identitate plasează brandul BVB în contextul actual, guvernat de digitalizare, oferindu-i o formă minimalistă, scalabilă și ușor recognoscibilă. Simbolul este o interpretare stilizată a celui anterior, având ca inspirație în execuția lui elemente din iconografia românească. Prin noua sa formă, acesta integrează perfect ideea de trecut și viitor și transmite cu forță valorile care au contribuit la dezvoltarea BVB de-a lungul timpului.



A: Bd. Carol I, Nr. 34-36, Et. 13-14, Sector 2
CP 022922, București, România
T: +40 21 307 95 00 / F: +40 21 307 95 19
E: bvb@bvb.ro / W: www.bvb.ro

Registrul Comerțului: J40/12328/2005
C.U.I.:17777754
Capital Social: 80.492.460 lei
Decizia C.N.V.M. Nr. 369/31.01.2006

„Viitorul e al celor care investesc în el”, noul slogan al BVB care pune în lumină viziunea brandului

Sloganul este inspirațional și sumarizează viziunea brandului - un catalizator al schimbării zilei de mâine, al viitorului - și creează o legătură pentru viitor cu cei pe care îi vizează.

Elementele care construiesc noua identitate de brand

Noul simbol, parte din logoul BVB, se remarcă prin simplitate și prestanță și reprezintă o interpretare stilizată a celui anterior, în care cei doi „B” erau întorși unul spre celălalt. Noul simbol reinterpretează în acest fel un element identitar specific Bursei, conservând mesajul de responsabilitate și stabilitate. Astfel, noul logo, prin forma sa iconică, integrează trecutul, făcând-l parte din ceea ce este Bursa, și transmite, în același timp, agilitate, orientare către viitor și viziune. Noua culoare conferă brandului o identitate îndrăzneată și proaspătă, necesară pentru a construi imaginea unei platforme de investiții dinamică, modernă și accesibilă.

Bursa de Valori București, într-o etapă nouă și dinamică de dezvoltare

„Prin noua identitate, ne respectăm istoria și ne punem în valoare viitorul. Suntem într-un punct de inflexiune în care schimbarea la față a bursei a devenit o necesitate. România a primit statutul de Piață Emergentă, pe care și-l consolidează și pe care îl va extinde în rândul furnizorilor globali de indici. În tot acest timp, tot mai multe companii apelează la mecanismele pieței de capital pentru finanțare și dezvoltare. Totodată, în decembrie anul viitor, vom sărbători 140 de ani de existență a bursei în spațiul românesc. Fructificăm oportunitatea pe care o avem în acest context și anume de a dezvolta brandul BVB pentru a comunica mai bine ceea ce reprezintă acesta pentru antreprenorii români și pentru investitori. Ne dorim să consolidăm poziția bursei drept un mecanism fezabil pentru finanțarea și creșterea companiilor, deoarece a devenit evident că nu se mai poate vorbi serios despre economie fără să se vorbească despre bursă. Cu alte cuvinte, ne dorim să devenim unul dintre pilonii principali ai ecosistemului de finanțare a companiilor locale”, a declarat Radu Hanga, Președintele Consiliului de Administrație al BVB.

„Astăzi este o etapă importantă pentru comunicarea de brand a BVB. Împreună cu echipa internă, partenerii, soluțiile tehnice pe care le avem la dispoziție și noua comunicare de brand, care vine să întărească viziunea noastră, vom dezvolta o bursă reprezentativă pentru noua etapă în care se află piața de capital locală. Sunt mândru să conduc echipa care a făcut posibilă trecerea bursei într-o etapă fundamentală de dezvoltare. Noua identitate de brand a apărut din necesitatea de a actualiza imaginea bursei cu proiectele de dezvoltare ale pieței, unul dintre cele mai importante fiind Contrapartea Centrală, care va deveni funcțională până la finalul anului viitor. În esență, dezvoltăm piața de capital atât pe orizontală, cât și pe verticală, astfel încât investiția la bursă să fie o obișnuință pentru români. Noul slogan al BVB urmărește să impulsioneze, să motiveze și să inspire deoarece, în esență, bursa este pentru fiecare dintre noi și doar investind ne putem asigura un viitor mai bun”, a declarat Adrian Tănase, Directorul General al BVB.

Proiectul de rebranding a fost realizat împreună cu agenția Propaganda Brand New, divizia de branding a grupului Propaganda. „Ne-am propus ca prin procesul de rebranding să punem brandul BVB pe radarul românilor pragmatici, activi, care știu că a gândi în perspectivă înseamnă să ai viziune și capacitatea de a înțelege că ceea ce faci azi marchează ziua de mâine. Toate elementele dezvoltate, de la teritoriul strategic, la retorica și vocabularul vizual, au avut ca scop construcția unui brand dinamic, agil și contemporan, având permanent în minte obiectivul ca, prin noua identitate, BVB să aibă un limbaj comun cu cei pe care îi vizează, să fie percepută ca fiind accesibilă și să-i încurajeze pe oameni să o descopere și să o ia în considerare ca opțiune de investiții pe termen mediu și lung”, a declarat Mădălina Oanță, Branding Director – Propaganda Brand New.

„Pentru noi, Propaganda, acest proiect este unul de referință în portofoliul nostru, pentru complexitatea acestuia și pentru implicațiile rebrandingului BVB la aproape 140 de ani de existență a bursei românești, implicații la nivel de percepție și declarație de intenție pentru viitor”, a declarat Adrian Țuluca, Președintele Grupului de Comunicare Propaganda.

Noua identitate a BVB este aplicată începând cu data de 4 octombrie pe toate materialele și mediile de comunicare: site-ul bvb.ro, aplicațiile de mobil, canalele de comunicare online, semnalistică, materialele corporate. Noua identitate a BVB va fi adoptată în perioada următoare și de partenerii care afișează identitatea bursei în mediile lor de comunicare.

Pentru informații suplimentare:

Natalia Negru Botezan, e-mail: natalia.botezan@bvb.ro, telefon 0722.411.604