



ter com quem contar

( Do racismo ao  
acolhimento )

( Da falta de esperança  
a um futuro promissor. )

( Da carência de  
estudos à criar uma  
escola modelo. )

*O Sicredi tem como missão promover a prosperidade dos seus associados e das comunidades onde atua.*

*Em meio à digitalização e concorrência no setor financeiro, a marca buscou se destacar mantendo seu foco em atendimento humano e proximidade, indo contra a tendência de automação.*

*Com o objetivo de se posicionar como um parceiro de confiança e não apenas um banco, a instituição lançou uma campanha baseada em histórias reais de associados sob o conceito:*

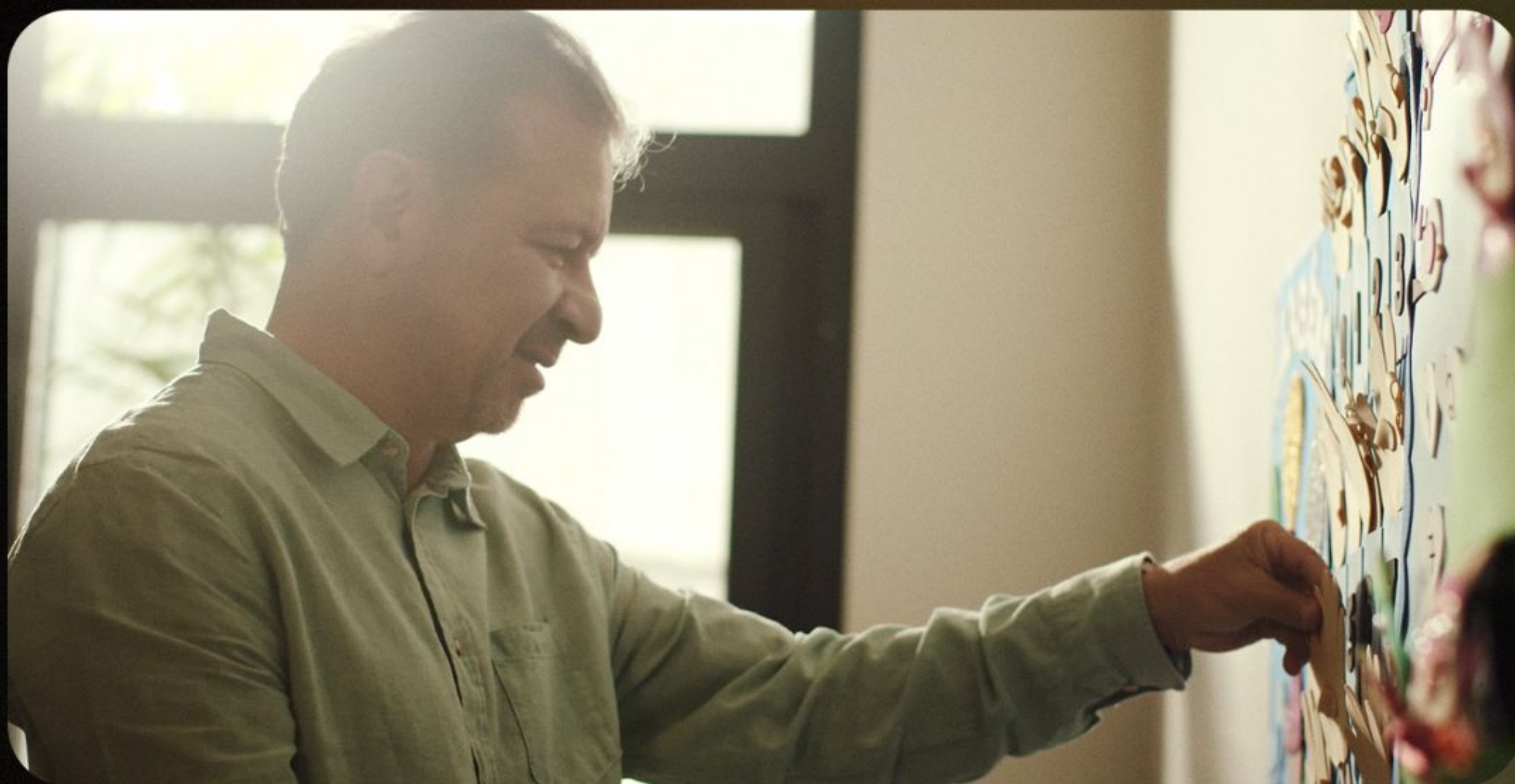
*"Não é só dinheiro,  
é ter com quem contar".*



*A abordagem emotiva capturou momentos marcantes de superação e apoio, reforçando o Sicredi como um elo de prosperidade que prioriza as pessoas.*



*Com uma linguagem cinematográfica, as cenas capturaram momentos de impacto, mostrando o Sicredi como um parceiro essencial.*



*Histórias inspiradoras incluíram a transformação do racismo em acolhimento, a falta de esperança em futuro, e os sacrifícios dos pais que levaram à construção de uma escola.*

Mais de  
**120**

histórias  
recebidas

Mais de  
**5.000 km**  
percorridos

Mais de  
**44 dias**  
de estrada

Mais de  
**10 horas**  
de vôo

Mais de  
**19 cidades**



Clique aqui e assista o  
[videocase completo](#)



Clique e assista também  
[História Lidinalva](#)  
[História Emanuelle](#)  
[Abre Alas](#)

