



“Il tempo di far bene”: Camst group celebra 80 anni con una campagna sul valore del tempo

- *Il concept della campagna esplora il tempo da diverse angolazioni: non solo memoria di 80 anni di storia ma soprattutto risorsa quotidiana per costruire relazioni solide, offrire servizi di qualità e impegno per costruire il futuro nel segno della sostenibilità.*
- *Una campagna partecipativa che valorizza le storie dei dipendenti e racconta con un video corporate l'impegno quotidiano di Camst group in tutti gli ambiti di attività del gruppo*

Bologna, 22 maggio 2025. In occasione dell'80esimo anniversario dalla sua fondazione, Camst group avvia una campagna di comunicazione istituzionale volta a rafforzare i valori distintivi che da sempre guidano il gruppo e a condividere con i propri stakeholder una riflessione sul ruolo del tempo come elemento fondante dell'identità cooperativa.

Il concept della campagna: un inno al valore del tempo

Il concept della campagna nasce da un'idea semplice ma profonda: il **tempo come risorsa preziosa e cifra distintiva dell'agire di Camst group**. Una dimensione che abbraccia da un lato gli 80 anni di storia, impegno e trasformazione della cooperativa, e dall'altro la capacità di abitare il presente con responsabilità, traducendosi in gesti concreti e quotidiani nei servizi e nei rapporti che il gruppo coltiva ogni giorno.

Il tempo è quello necessario a costruire relazioni stabili e durature che si rafforzano negli anni, ma è anche quello impiegato a garantire prodotti e servizi di qualità, frutto del lavoro e delle competenze, ma anche di gesti, parole e attenzioni che fanno la differenza. In definitiva, il tempo è quello della cura, cioè della dedizione verso le persone e le comunità, in quanto Camst group dedica il tempo a nutrire la relazione con chi lavora in azienda, con il territorio e più in generale con il pianeta, nella prospettiva di un impatto sostenibile e responsabile.

La campagna di comunicazione multi-soggetto e il contest interno

Il concept si sviluppa attraverso una campagna multi-soggetto e un video corporate che mette in scena il valore del tempo attraverso un racconto corale e profondamente umano. Le immagini intrecciano le vite di diversi protagonisti (persone di Camst group, genitori, nonni, nuove generazioni), attraversando tutti gli ambiti di attività dell'azienda, dalla ristorazione collettiva ai servizi di facility. L'intreccio narrativo si costruisce attraverso la continuità dei gesti e la presenza ricorrente dei personaggi, che guidano lo spettatore da un contesto all'altro, mostrando come le relazioni si costruiscano nel tempo attraverso attenzione, cura e ascolto. L'obiettivo del video è raccontare tutte le letture del tempo: quello del lavoro quotidiano, dell'esperienza educativa, della cura, della convivialità, degli 80 anni di Camst group e del suo futuro.



La campagna “Il tempo di far bene” sarà pianificata nei prossimi mesi su mezzi stampa, digital e social.

All'interno, per rafforzare il concept, è stata promossa una iniziativa che intende raccogliere e condividere “storie di tempo speso bene” dei dipendenti che ogni giorno impiegano il loro tempo per fare bene il proprio lavoro.

I dipendenti sono invitati a scegliere un momento significativo del loro tempo e a raccontarlo mediante delle immagini o delle parole. Le storie più significative saranno selezionate e diffuse sui canali social di Camst group.

Le agenzie a supporto del piano di comunicazione

Per l'ideazione dell'immagine coordinata e la consulenza sulle attività di comunicazione e relazioni pubbliche per celebrare l'80esimo anniversario, Camst group si avvale di Homina, agenzia già ingaggiata dall'azienda per le media relation.

La creatività e lo sviluppo della campagna sono a cura di Nimai, agenzia di marketing e comunicazione cross-mediale che ha declinato il tema del tempo nel concept “Il tempo di far bene” e che ha inoltre ideato e realizzato i materiali narrativi e visivi.

La pianificazione dei mezzi è invece gestita internamente da Camst group.

Scopri di più sulla campagna su:

<https://camstgroup.com/80-anni-camst-group/>

Link al video:

<https://www.youtube.com/watch?v=IC-LWLzD9uM>

Camst group è una Società Cooperativa Benefit fondata a Bologna nel 1945. Nel 2025 celebra il suo 80° anniversario. L'azienda è tra le principali realtà in Italia nel settore della ristorazione collettiva, servendo scuole, aziende, ospedali e case di cura. Offre anche servizi di ristorazione commerciale attraverso marchi come Tavolamica, NOI e Dal 1945 Gustavo Italiano, oltre al banqueting con il brand Dettagli catering. Nel corso degli anni, Camst group ha ampliato la sua offerta includendo anche il facility management, offrendo una vasta gamma di servizi sia ai clienti pubblici che privati. La sua vocazione sostenibile non solo riflette il desiderio di garantire scelte alimentari di qualità, ma anche di prendersi cura delle persone e dell'ambiente. Con oltre 11.000 dipendenti, Camst group ha raggiunto un fatturato aggregato di 887 milioni di euro e prodotto annualmente 85 milioni di pasti, secondo il bilancio del 2023.

[Camst group, più di una scelta.](#)

Contatti

Ufficio Stampa Camst group

Ilaria Cuseo

Mob. 337 1461488

**Homina Comunicazione e Relazioni Pubbliche**

Roberto Blandino

roberto.blandino@homina.it

Mob. 335 7475046

Silvestro Ramunno

silvestro.ramunno@homina.it

Mob. 335 6822587