

Gruppo Cassa Centrale: al via il quarto flight della campagna di comunicazione nazionale. Dal 6 novembre su TV, radio, web e carta stampata anche a livello locale.

A partire dal lancio nel 2020, i primi tre flight hanno contribuito allo sviluppo identitario del Gruppo con le BCC - Casse Rurali - Raiffeisenkassen affiliate, rafforzato il loro legame con il territorio e sottolineato i principi del Credito Cooperativo, valorizzando il processo di rebranding, che ha contribuito alla riconoscibilità del marchio di Gruppo in tutta Italia.

Trento, 07.11.2022 – Il Gruppo Cassa Centrale ha rilanciato ieri il quarto flight della **campagna di comunicazione multicanale nazionale**. Prosegue così il percorso di consolidamento identitario, che riafferma i valori di cooperazione, mutualità e localismo incrementando la **riconoscibilità sul territorio**, anche attraverso una pianificazione locale realizzata grazie al coordinamento della Capogruppo con le singole Banche affiliate.

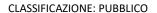
Il Gruppo – a due anni dall'avvio della prima campagna nazionale – ha voluto ribadire il suo peculiare modo di interpretare, nel quotidiano, il ruolo al servizio delle comunità grazie ad una pianificazione incentrata anche sui territori presidiati dalle BCC - Casse Rurali - Raiffeisenkassen.

La campagna si articolerà in due filoni complementari e sinergici: una parte "ombrello" nazionale, con l'inclusione anche di alcuni spot durante le partite dei Mondiali di Calcio, e una significativa parte dedicata ai mezzi di comunicazione locali.

Per l'intero periodo saranno cinque i canali media che fungeranno da veicolo per i messaggi della campagna: **web**, **radio**, **canali TV** (in un ricco palinsesto di programmi istituzionali e sportivi sulle principali reti nazionali) **stampa**, con uscite sulle principali testate nazionali e sui media locali e **OOH** (Out Of Home) affissioni strategiche localizzate nei territori rilevanti per le Banche del Gruppo.

"Il Gruppo investe con continuità sul nostro brand da oltre due anni – commenta **Sandro Bolognesi**, **Amministratore Delegato** di Cassa Centrale Banca – siamo giunti infatti alla quarta campagna nazionale. E se da una parte questa strategia manifesta la volontà di dare consistenza al nostro messaggio a soci e clienti, dall'altra vuole essere la rappresentazione evidente di un nuovo corso della direzione del nostro Gruppo. Sempre più vicina alle nostre banche, al territorio e alle esigenze reali delle persone."

"Questo quarto flight fa una virata ancora più strategica in direzione della territorialità – ha concluso **Giuseppe Armani**, **Responsabile Marketing** di Cassa Centrale Banca – a differenza delle prime tre edizioni, infatti, abbiamo lavorato con tutte le Banche affiliate per definire insieme la presenza più coerente nei singoli territori in termini di stampa locale e affissionistica. Le altre grandi novità riguardano la presenza del Gruppo in radio, che avrà non solo spot tradizionali, ma una più





Comunicato Stampa

significativa collaborazione con gli speaker radiofonici che faranno citazioni ad hoc, in TV durante i Mondiali del Qatar e in alta quota con affissioni in numerose località sciistiche dell'arco alpino durante tutta la stagione invernale".

Il Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale Banca - Credito Cooperativo Italiano annovera 69 BCC - Casse Rurali - Raiffeisenkassen e 1.474 sportelli in tutta Italia, più di 11.600 collaboratori e oltre 450 mila Soci Cooperatori. Con un attivo di bilancio di 95,8 miliardi si posiziona tra i primi dieci Gruppi bancari italiani. I crediti netti verso clientela sono pari a 47,6 miliardi mentre la raccolta diretta raggiunge 67,9 miliardi di Euro. Con un CET1 ratio pari al 22,3% si colloca tra i Gruppi più solidi del Paese.