

## Corporate Social Responsibility

### AIFIn premia Cassa Centrale per la strategia di Marketing e Comunicazione

**Un nuovo importante riconoscimento per il Gruppo, premiato dall'Associazione Italiana Financial Innovation nell'ambito dell'annuale Financial Innovation – Italian Awards. Il progetto candidato “La strategia di marketing e comunicazione del Gruppo Cassa Centrale in tema CSR” è stato premiato per la categoria “CSR e Sustainability”.**

**Trento, 25.02.2021** – I “Financial Innovation – Italian Awards”, concorso indetto annualmente da AIFIn per promuovere il ruolo dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario, hanno premiato Cassa Centrale per l'originalità della strategia di comunicazione di Gruppo e il valore creato per la clientela del progetto candidato: “La strategia di marketing e comunicazione del Gruppo Cassa Centrale in tema CSR”.

Oggetto del riconoscimento di AIFIn gli strumenti di comunicazione on e offline utilizzati per illustrare in modo chiaro e sintetico i contenuti della Dichiarazione consolidata di carattere non Finanziario : una one page dedicata su [www.cassacentrale.it](http://www.cassacentrale.it), materiale divulgativo per i siti internet delle Banche del Gruppo, un video riassuntivo dei principali dati illustrati nella DNF e vari supporti cartacei.

Il premio è stato ritirato virtualmente da Giuseppe Armani, responsabile Marketing di Cassa Centrale e Lorenzo Kasperkovitz, responsabile Relazioni Esterne, Eventi e Media Relations.

“Questo riconoscimento – commenta Giuseppe Armani – premia la capacità che abbiamo avuto nel comunicare in maniera semplice e immediata agli stakeholder i risultati raggiunti dal Gruppo in tema di Corporate Social Responsibility. Per la prima DNF di Gruppo abbiamo identificato un payoff e un logo che potessero rappresentare le iniziative, i materiali e i progetti realizzati in ambito CSR della Capogruppo e delle Banche del Gruppo. La nostra strategia di comunicazione omnicanale premiata da AIFIn ha coinvolto la rete fisica e il mondo digital, aumentando la brand awareness del Gruppo facendo leva su un tema cruciale per il nostro modo di essere Banca.”

Un premio che riconosce il percorso intrapreso dal Gruppo verso la piena sostenibilità, iter che ben si sposa con l'interpretazione attuale e coerente con i *sustainable development goals* delle Nazioni Unite, riconducibili in gran parte ai tradizionali valori cooperativi.

“La nostra identità – conclude Lorenzo Kasperkovitz – oltre ad essere uno straordinario patrimonio valoriale, ha molti punti di contatto con gli obiettivi di sviluppo sostenibile e l'Agenda 2030. Nella nuova articolazione a Gruppo Bancario Cooperativo ci siamo posti l'obiettivo, anche tramite la DNF e tutte le attività di comunicazione ideate per rendere fruibile i suoi contenuti a tutti i nostri

stakeholder, di raccontare chi siamo, come operiamo e cosa facciamo a tutti i nostri portatori di interesse."

**Il Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale Banca - Credito Cooperativo Italiano** annovera 77 banche e 1.500 sportelli in tutta Italia, oltre 11.000 collaboratori e circa 450.000 Soci Cooperatori. Con 7 miliardi di Euro di fondi propri, un attivo di bilancio di 83,1 miliardi, crediti a clientela per 46,2 miliardi e una raccolta complessiva di 91,6 miliardi (60,4 di raccolta diretta e 31,2 di raccolta indiretta), si posiziona tra i primi dieci gruppi bancari italiani. Con un CET1 ratio pari al 21,46% si colloca tra i Gruppi più solidi del Paese.