

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

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.