

Gruppo Cassa Centrale: al via il terzo flight della campagna di comunicazione nazionale multicanale.

Dal 27 marzo al 23 aprile su TV, radio, web e carta stampata.

Il Gruppo Cassa Centrale – Credito Cooperativo Italiano prosegue il percorso di *brand awareness* intrapreso nel 2020, attraverso il lancio del terzo flight della campagna di comunicazione multicanale di Gruppo.

Trento, 24 marzo 2022 – A seguito del successo delle precedenti edizioni, il Gruppo Cassa Centrale rilancia la campagna di comunicazione nazionale multicanale. Prosegue così il percorso di consolidamento identitario del Gruppo, che riafferma i propri valori di cooperazione, mutualità e localismo.

Confermati gli obiettivi di ***brand awareness*** della Capogruppo e il focus verticale sul concetto di Credito Cooperativo e sulla composizione del Gruppo, su cui si è lavorato durante i precedenti flight del 2020 e 2021, integrati da un messaggio volto aumentare la riconoscibilità del Gruppo, dei suoi valori e della sua **presenza capillare** sul territorio nazionale.

Il terzo flight sarà presente sui principali canali di comunicazione nazionali con il soggetto istituzionale e con elementi strategici dedicati alla CSR (Corporate Social Responsibility), alla Banca Digitale - Inbank e a BancAssicura.

La campagna sarà on air in **TV** (circa il 45% degli spot sarà in *prime time*), **radio** e sui **quotidiani nazionali** a partire da domenica 27 marzo. Si svilupperà con un calendario articolato fino al 23 aprile 2022, attraverso un media mix diversificato.

Per l'intera durata della campagna saranno quattro i canali media che fungeranno da veicoli per i messaggi istituzionali: **canali TV**, con programmi istituzionali sulle principali reti nazionali, **stampa**, con 35 uscite sulle principali testate nazionali a garanzia di alti parametri qualitativi di copertura, richiamando inizialmente l'ADV istituzionale per poi introdurre successivamente elementi strategici su attività e posizionamento di Gruppo.

Un'innovativa campagna **web** parallela è stata pianificata su vari portali di informazione, con strumenti che collegheranno gli utenti allo spot e alla campagna sulla landing page dedicata "Le Banche di tutti noi" su www.cassacentrale.it. Da domenica 27 marzo sarà introdotto anche lo **spot radio** che prevede una fitta programmazione di due settimane sulle principali emittenti nazionali al fine di intercettare un pubblico molto ampio.

“Con il terzo flight della campagna – commenta **Giorgio Fracalossi, Presidente di Cassa Centrale Banca** – desideriamo accrescere la riconoscibilità del Gruppo Cassa Centrale e dei suoi caratteri

distintivi su tutto il territorio nazionale. La pianificazione media è stata studiata con grande cura per garantire massima efficacia e maggiore visibilità ai nostri portatori di interesse. In un periodo caratterizzato da così grande incertezza – conclude il **Presidente Fracalossi** – riteniamo essenziale proseguire il percorso di consolidamento identitario del Gruppo, per riaffermare i valori della cooperazione e il ruolo che svolgiamo per tutte le persone che li condividono con noi".

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 86,8 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.