

Il Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale lancia la campagna nazionale di Gruppo a coronamento del percorso di *rebranding*

A meno di due anni dall'avvio operativo, il Gruppo Cassa Centrale – Credito Cooperativo Italiano taglia un importante traguardo lanciando la prima campagna di comunicazione multicanale di Gruppo che corona il percorso di *rebranding*.

Un momento storico che valorizza a livello nazionale l'identità, i valori e i principi del Gruppo: cooperazione, mutualità e localismo.

Trento, 12 novembre 2020 – Il Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale prosegue nel percorso di consolidamento della propria presenza sul mercato con il lancio della prima campagna di comunicazione a livello nazionale, giunta al termine di un percorso di *rebranding* e di evoluzione identitaria che ha visto coinvolte le Banche di Credito Cooperativo e le Società del Gruppo, insieme alla Capogruppo, oggi riconoscibili da un unico pittogramma. Tre quadrati di diverso colore e dimensione, che richiamano i protagonisti principali del Gruppo, identificando le Banche, le Società e la Capogruppo all'interno di un logo dalla forma compatta, lineare e geometrica, che ne rappresenta la sintesi.

La prima campagna di comunicazione multicanale valorizzerà sull'intero territorio nazionale gli elementi identitari e distintivi delle 77 BCC-Casse Rurali-Raiffeisenkassen e delle altre Società che costituiscono il Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale, in cui ogni Banca, ogni Socio e ogni Cliente potranno sentirsi parte di una realtà riconoscibile, solida ed efficiente, forte del lavoro quotidiano di più di 11.000 collaboratori e con una rete di 1.500 sportelli dislocati in tutta Italia.

La campagna sarà on air in TV a partire da domenica 15 novembre e sui principali quotidiani nazionali a partire da lunedì.

Nello spot realizzato da The Big Now, parte del Gruppo Dentsu, si raccontano i valori più rappresentativi per il Gruppo e la centralità delle persone. Il *fil rouge* che sottende la campagna di comunicazione sottolinea la vera forza del Gruppo: il reale contributo alla crescita del Paese, al benessere dei territori e delle comunità.

“Il nostro valore – commenta il **Presidente di Cassa Centrale Banca, Giorgio Fracalossi** – è proprio quello di essere rimaste ciò che siamo sempre state, Banche locali vicine alla nostra gente, e di esserci costituite nel Gruppo Bancario Cooperativo Cassa Centrale per confermare la nostra identità e renderci ancor più competitive e innovative sul mercato, grazie alla forza del Gruppo”.

“Il 15 novembre sarà una data storica per il Gruppo Cassa Centrale – conclude **Giuseppe Armani, Responsabile Marketing di Cassa Centrale Banca**. Questa campagna di pura *brand awareness* è il coronamento di un percorso di evoluzione, crescita e cambiamento intrapreso con tutto il Gruppo. Approcciamo, per la prima volta insieme, un investimento ambizioso che ci proietta in un'arena di comunicazione nazionale con altri grandi player. Tutto questo è frutto di un importante lavoro di squadra, per il quale siamo stati affiancati da un team di professionisti sia per la parte creativa che per la parte di pianificazione. Il media mix è stato studiato con grande cura, cercando di integrare al meglio tutti i canali, sia i più tradizionali che i più innovativi, per garantirci la massima e più efficace visibilità”.

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 6,7 miliardi di Euro di fondi propri, un attivo di bilancio di 72,8 miliardi e una raccolta complessiva di 85 miliardi (57 di raccolta diretta e 28 di raccolta indiretta), si posiziona tra i primi dieci gruppi bancari italiani. Il risparmio gestito ammonta a 17 miliardi. Il totale crediti lordi sfiora i 44 miliardi di Euro, per oltre 500 mila clienti finanziati. Con un CET1 ratio pari al 19,7% si colloca tra i Gruppi più solidi del Paese.