



Comunicato stampa

Cassa di Risparmio di Volterra si aggiudica il Premio Nazionale per l'Innovazione

Assegnato alla campagna di comunicazione "Io cambio banca perché" il Premio dei Premi promosso dal Governo italiano

Volterra, 25 febbraio 2016 – Nuovo prestigioso riconoscimento per Cassa di Risparmio di Volterra. Questa mattina a Roma, nel corso di una cerimonia che si è tenuta presso l'Aula del Palazzo dei Gruppi Parlamentari, il Presidente di CRV Giovanni Manghetti ha ritirato il **Premio Nazionale per l'Innovazione - "Premio dei Premi"** assegnato alla cassa toscana per la campagna di comunicazione "Io cambio banca perché".

Il Premio Nazionale per l'Innovazione, istituito su concessione del Presidente della Repubblica Italiana presso il COTEC, Fondazione Nazionale per l'Innovazione Tecnologica, è un'iniziativa del Governo Italiano promossa con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri. Ogni anno viene assegnato a imprese industriali e di servizi, banche, amministrazioni pubbliche, designer, start-up accademiche, che si sono distinte per l'eccellenza dell'innovazione di prodotti e processi da loro realizzate.

Il nome "Premio dei Premi" deriva dal fatto che possono concorrere all'assegnazione solo i vincitori dei Premi per l'innovazione assegnati annualmente a livello nazionale dalle principali Associazioni italiane tra cui Confindustria, Confcommercio, ADI, ABI e Dipartimento Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio. Cassa di Risparmio di Volterra ha partecipato all'attuale edizione del Premio Nazionale dell'Innovazione in qualità di vincitore nel 2015 – con il progetto "**Io cambio banca perché**" - del Premio ABI per l'innovazione nei servizi bancari nella categoria "Innovare per comunicare – La banca si presenta ed ascolta" dedicato allo sviluppo di nuovi modelli di comunicazione.

"Il Premio che ci è stato assegnato oggi conferma che anche le piccole banche del territorio, oltre a svolgere un fondamentale ruolo per lo sviluppo delle comunità dove operano, riescono ad esprimere una straordinaria vitalità innovativa e creativa che favorisce il cambiamento interno e la crescita", ha dichiarato **il Presidente di CRV Giovanni Manghetti**. "Il progetto per cui abbiamo ricevuto il Premio testimonia, in particolare, quanto è racchiuso nel nostro DNA – continua Manghetti - ovvero la volontà di ascoltare i nostri clienti, capire le loro esigenze e soddisfare le diverse necessità con prodotti e servizi specifici per il territorio che serviamo. Questo è possibile soltanto portando avanti, con un approccio anche autocritico, un'attività on the road per non perdere mai il contatto diretto e reale con le persone".

Io cambio banca perché

La campagna "Io cambio banca perché" è durata 6 mesi ed è stata declinata sia su diversi canali tradizionali, on line e off line, sia proponendo attività di comunicazione non convenzionale attraverso

azioni di street marketing e videointerviste realizzate in quattro città toscane: **Livorno, Pisa, Colle Val d'Elsa e Lucca**. Il key visual della campagna progettata dall'agenzia Lindbergh è rappresentato dai volti di un uomo e una donna intenti a riflettere "se e perché" cambiare il proprio partner finanziario, incorniciati da scritte che sintetizzano le opinioni spontanee di tante altre persone che hanno messo "nero su bianco" il loro punto di vista, evidenziando indirettamente i miglioramenti attesi dal sistema bancario.

Nel dettaglio, tutte attività previste dalla campagna:

- affissioni cittadine multisoggetto su poster pensiline, camion vela e autobus
- vetrofanie o stendardi appesi sulle facciate delle filiali
- volantinaggio *hand to hand* e *door to door*
- inserzioni su quotidiani a diffusione locale e regionale
- apertura di un mini website dedicato (<http://www.iocambiobancaperche.it>), con reason why della campagna e reportage foto e video
- apertura del canale YouTube dedicato "Io cambio banca perché" (<https://www.youtube.com/user/cambiobanca>)
- realizzazione di videointerviste per le strade di Lucca e Livorno: un team di intervistatori e cameramen è sceso per la strada ad intervistare le persone facendo la stessa semplice domanda a guida della campagna: "Lei cambierebbe Banca perché..?". Le risposte e i commenti emersi hanno dato vita a numerosi video virali pubblicati sul canale YouTube e a due spot istituzionali trasmessi su un'emittente televisiva locale.
- attività di street marketing a Pisa, Colle Val d'Elsa, Livorno: nelle aree pedonali di queste tre città hanno sfilato persone con pannelli alle spalle sopra ai quali i passanti potevano scrivere i motivi per cui avrebbero cambiato la propria banca. L'idea alla base di questa attività è stata quella di posizionare Cassa di Risparmio di Volterra quale banca dalla parte del consumatore, che sceglie di camminare realmente "al suo fianco", intercettandone i bisogni senza censurare in alcun modo l'eventuale malcontento.

La Cassa di Risparmio di Volterra, fondata nel 1494 come Monte Pio, si è sempre distinta per la sua stretta relazione con il territorio e per il costante impegno volto a favorire lo sviluppo dell'economia locale attraverso prodotti e servizi specifici per le piccole e medie imprese, per le attività artigianali, commerciali e agricole. Attualmente ha 540 dipendenti e dispone di 75 filiali con cui opera non solo nella provincia di Pisa, ma anche in quelle di Livorno, Firenze, Siena, Lucca e Grosseto. Per ulteriori informazioni consultare il sito all'indirizzo www.crvolterra.it.

Ufficio Stampa CRV
Flavio Padovan
cell. 347.3559964
flavio.padovan.cons@crvolterra.it