

# Cassa Rurale Valsugana e Tesino

## Una **COMUNICAZIONE** sempre più extra istituzionale e vicina al **TERRITORIO**

### Intervista a Ugo Baldessari, Area Marketing CRVT

Per comunicare non è sufficiente avere qualcosa da dire, ma occorre anche sapere come farlo nel migliore dei modi per raggiungere velocemente la platea più vasta possibile. Una regola semplice nella sua enunciazione, molto più complessa da declinare, invece, nella realtà operativa, soprattutto quando non si tratta di un'impresa qualsiasi, bensì

di una banca di credito cooperativo, come nel caso della Cassa Rurale Valsugana e Tesino. Ne abbiamo parlato con Ugo Baldessari, responsabile dell'Ufficio Marketing e Comunicazione, il quale ci spiega le strategie che CRVT sta mettendo in atto per comunicare con il proprio territorio di riferimento in maniera più incisiva, moderna... e originale.

**S**ignor Baldessari, storicamente le Casse Rurali rappresentano la voce del territorio in cui operano. È cambiato il vostro modo di comunicare nel corso dei decenni?

«Senz'altro sì e direi anche in maniera piuttosto radicale. È vero che noi abbiamo sempre avuto una base sociale molto ampia, con una copertura dei territori in cui siamo presenti che va dal 50% fino a superare addirittura l'80% con determinate filiali. Tuttavia, paradossalmente, quei risultati che un tempo apparivano come un dato acquisito e quasi scontato, oggi per essere mantenuti ad alti livelli devono passare attraverso un'attenta comunicazione di chi siamo e di come interagiamo nelle varie comunità, ancor prima di ciò che offriamo in termini di prodotti e di servizi a Soci e Clienti.»

**Insomma, ci pare di comprendere che la Vostra comunicazione si stia sempre più orientando verso una pubblicità d'immagine anziché verso campagne prettamente commerciali...**

«Premesso che, seppur con i canonici valori della cooperazione, rimaniamo pur sempre una banca, quindi con dei prodotti e dei servizi da promuovere com'è giusto che sia, la nostra comunicazione commerciale non verrà di certo depotenziata, ma è innegabile che ci stiamo progressivamente spostando verso una comunicazione più orientata al territorio, anche attraverso dei canali extra istituzionali e innovativi come possono essere i social (Facebook, Insta-



Ugo Baldessari, Area Marketing CR Valsugana e Tesino

gram, WhatsApp o Telegram) che si stanno rivelando utilissimi in questa fase storica.»

**Conseguenza del lockdown?**

«Effettivamente l'emergenza Covid-19, con il blocco di quasi tutte le operazioni allo sportello, ha imposto una brusca accelerazione nell'utilizzo degli strumenti online e nella nostra comunicazione social; tuttavia debbo precisare che la tendenza era già in atto e con risultati molto apprezzabili, nonché in prospettiva interessanti, visto che ci siamo accorti come attraverso i social riusciamo a raggiungere anche chi ancora non è nostro Socio, né nostro Cliente.»

**Se ormai tutti hanno un pro-**

**prio sito internet, sono ancora pochi coloro i quali riescono a comunicare in maniera professionale ed efficace attraverso i social...**

«Indubbiamente. Anche noi disponiamo di un sito internet molto professionale e performante, realizzato secondo le indicazioni suggeriteci da Cassa Centrale Banca; tuttavia, complice anche il lockdown, volevamo percorrere una strada che finora ben pochi istituti di credito hanno intrapreso, quella dei social e della comunicazione extra istituzionale appunto. Le faccio un esempio: in occasione del recente Festival dell'Economia di Trento, abbiamo inviato circa 2 mila messaggi WhatsApp per informare i

nostri Soci e Clienti di questo importante evento nel quale, peraltro, CRVT non svolgeva alcun ruolo attivo. Ciò nonostante, considerata la rilevanza degli argomenti trattati in quel consesso per il futuro socio-economico di tutti noi, abbiamo ritenuto utile condividere questa informazione con i nostri Soci e Clienti. Un'attività di comunicazione, la nostra, attraverso la quale ci proponiamo di offrire visibilità a tutto ciò che accade sul territorio e che possa risultare di pubblico interesse. Così, in poco tempo, siamo diventati una sorta di generatore di notizie che gode di grande credibilità vista l'autorevolezza che il pubblico riconosce alle informazioni targate CRVT, soprattutto ora che la rete è invasa da spam e fake news da trattare sempre più con attenzione, specialmente qualora non se ne riconosca subito la fonte.»

**Le nuove tecnologie e gli strumenti social offrono senz'altro grandi vantaggi, ma talvolta non possono rappresentare un'arma a doppio taglio?**

«Sicuramente le nuove tecnologie e gli strumenti social ci offrono tante opportunità, impensabili solo fino a pochi anni fa. Però è altrettanto vero che vogliamo muoverci con estrema cautela, perché se da una parte questi strumenti ci consentono di raggiungere facilmente e con estrema velo-

cià migliaia di persone, è altrettanto risaputo quanto un commento non appropriato possa innescare effetti dominati da compromettere in un solo istante tutto ciò che di buono è stato costruito con pazienza nel tempo. È per tale ragione che vogliamo essere molto accorti nella nostra azione, ma crediamo fermamente che sia utile investire le nostre energie per creare, passo dopo passo, un nostro brand moderno e, soprattutto, che arrivi a tutti, anche per far capire la nostra realtà a 360°. Spesso, infatti, le persone identificano la Cassa Rurale solo con i consulenti o con chi opera allo sportello. Invece vorremmo trasmettere a tutti il concetto che dietro quel consulente o quel cassiere esiste una filiale, dietro la filiale c'è una gestione dell'area, dietro la gestione dell'area c'è chi si occupa della finanza e così via. La nostra è una struttura di media grandezza che senza una perfetta organizzazione interna non riuscirebbe a reggersi in piedi. Comunicare queste dinamiche interne è uno degli obiettivi per accrescere la conoscenza del pubblico circa la nostra realtà bancaria e, nel contempo, per gratificare tutte le persone che quotidianamente svolgono nei nostri uffici un lavoro certosino e prezioso, anzi indispensabile, ma poco visibile dall'esterno e, di conseguenza, poco conosciuto dagli utenti.»



CASSA RURALE  
VALSUGANA E TESINO  
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

