# *'The Digital Banker' reconeix Xperience CaixaBank pel seu model innovador de fidelització basat en experiències i continguts*

- ***Xperience CaixaBank ha estat distingit com a 'Best Customer Loyalty Program' als Global Retail Banking Innovation Awards de la publicació especialitzada 'The Digital Banker'***

- ***'The Digital Banker' també ha reconegut 'Late Xperience', el late night show de branded entertainment impulsat per Xperience CaixaBank, com a 'Best Social Media Marketing Initiative'***

- ***Els guardons reforcen la consolidació de Xperience CaixaBank com un programa diferencial en el sector que fa evolucionar la manera de fidelitzar els clients a través de la connexió emocional basada en els seus interessos relacionats amb la música, la cultura, l'esport i la gastronomia***

**12 de novembre de 2026**

El programa d'experiències i continguts d'entreteniment de CaixaBank, Xperience CaixaBank, ha rebut el reconeixement internacional de la publicació especialitzada *The Digital Banker,* que ha distingit l'entitat amb dos premis als Global Retail Banking Innovation Awards: 'Best Customer Loyalty Program', per 'Xperience CaixaBank', i 'Best Social Media Marketing Initiative', per 'Late Xperience'.

El guardó a Xperience CaixaBank com a 'Best Customer Loyalty Program' reconeix la seva consolidació com un programa innovador i diferencial en el sector, capaç de connectar amb els clients a través de continguts i experiències vinculats a la música, la cultura, l'esport o la gastronomia. Xperience CaixaBank representa l'aposta de l'entitat per reforçar la vinculació i la connexió emocional amb els seus clients més enllà dels serveis financers, a través d'una proposta que combina experiències i avantatges exclusius amb la generació de continguts d'entreteniment.

El reconeixement a 'Late Xperience', el *late night show* de *branded entertainment* impulsat per Xperience CaixaBank, com a 'Best Social Media Marketing Initiative' posa el focus, per la seva banda, en la utilització de l'entreteniment i les xarxes socials per generar *engagement*, comunitat i noves formes de connexió amb les audiències.

Els dos reconeixements reforcen la consolidació d'un programa que suposa una evolució en la manera de fidelitzar els clients. Xperience CaixaBank complementa la qualitat del servei i la proposta

financera de l'entitat amb un model de vinculació emocional que permet construir una relació més propera i continuada al voltant dels interessos, les passions i els moments memorables dels clients.

**Més de 200.000 experiències**

Des del seu llançament el 2023, Xperience CaixaBank ha generat més de 120.000 experiències vinculades a la música, la cultura, l'esport i la gastronomia.

L'origen del projecte es remunta a la pandèmia, quan CaixaBank va començar a desenvolupar continguts digitals vinculats a l'entreteniment per connectar emocionalment amb els clients. Aquesta estratègia va evolucionar posteriorment fins al llançament oficial de Xperience CaixaBank el 2023 com un programa global d'activitats, experiències i continguts, estenent al conjunt de clients de l'entitat una proposta que, fins aleshores, en el seu vessant experiencial, estava limitada a determinats segments.

El programa ha continuat evolucionant i ampliant el seu abast. Xperience CaixaBank ha impulsat més de 50.000 accessos a prevendes d'esdeveniments musicals, culturals i esportius, ha involucrat més de 2,1 milions de participants en descomptes i sortejos exclusius, i ha generat més de 35.000 continguts digitals d'entreteniment. En aquest sentit, les xarxes socials s'han convertit en un dels seus principals espais de relació amb la comunitat de Xperience CaixaBank, que supera els 1,5 milions de seguidors.

Al llarg del 2026, Xperience CaixaBank ha desenvolupat 63 acords estratègics en els àmbits de la música, la cultura, l'esport i la gastronomia, amb presència a tot el territori nacional. Aquests acords permeten oferir als clients prevendes, descomptes, sortejos i experiències exclusives, com trobades amb artistes i esportistes, propostes gastronòmiques, *hospitality* en esdeveniments esportius o accés preferent a grans esdeveniments.

D'aquesta manera, Xperience CaixaBank avança en el seu objectiu de reforçar la vinculació amb els clients a través d'experiències memorables, complementades amb continguts audiovisuals exclusius en l'ecosistema digital.

**Quatre territoris per connectar amb els interessos dels clients**

Xperience CaixaBank s'articula en quatre àmbits: MusicXperience, CultureXperience, SportsXperience i GastroXperience, cadascun amb experiències, acords i continguts propis.

**MusicXperience** és present en 31 festivals d'arreu d'Espanya i ha generat més de 24.000 experiències exclusives. Entre els seus acords destaquen CaixaBank Tarraco Arena, Terramar by CaixaBank, Concert Music Festival a Cadis, les Nits de Pedralbes, summerFest a la Cerdanya, Mallorcafest, CaixaBank A Coruña LiveXperience, CaixaBank Cantabria Live Xperience, 1001 Músicas CaixaBank a Granada i les Noches del Botánico a Madrid, entre molts d'altres

**SportsXperience** ofereix experiències vinculades al futbol, a través de *hospitalities* i generación de continguts; al motor, amb presència als principals circuits i competicions de grans premis del país; i a la neu, amb activacions a les principals estacions d'esquí del panorama nacional.

**CultureXperience** reuneix propostes relacionades amb el cinema i les arts escèniques, amb presència en espais i esdeveniments culturals de primer nivell, com el Teatro Soho CaixaBank, el Teatro CaixaBank Príncipe Pío, els Premios Goya, els Premios de la Academia de las Artes Escénicas o el Festival de Cinema Fantàstic de Sitges.

Per la seva banda, **GastroXperience** apropa els clients a l'alta gastronomia a través de sortejos als millors restaurants del país i acords amb elBulliFoundation, la Gala MICHELIN, la Real Academia de Gastronomía i el Basque Culinary Center.

Cadascun d'aquests territoris compta, a més, amb un ambaixador vinculat al seu àmbit: Antonio Banderas en cultura, Ferran Adrià en gastronomia, Dani Fernández en música i Ona Carbonell en esport, que participen en continguts, trobades i experiències exclusives del programa.

**De les experiències a un ecosistema propi de continguts**

El programa Xperience CaixaBank combina les experiències presencials amb una plataforma pròpia de continguts audiovisuals vinculats als seus quatre territoris, amb produccions com 'Late Xperience CaixaBank', 'Table Xperience' i 'Xperiencias Con'.

El guardonat **'Late Xperience CaixaBank'**, disponible a Movistar Plus+ i a les xarxes socials del programa, ja suma tres temporades, 22 capítols, 88 convidats i més de 127 milions de visualitzacions.

Ara, Xperience CaixaBank amplia la seva programació amb **'Table Xperience'**, una sèrie que reunirà al voltant d'una mateixa taula referents de la cultura, la música, l'esport i la gastronomia. El format és una evolució de 'Xperiencias Con', que ha superat els 23,5 milions de reproduccions.

La primera temporada comptarà amb quatre episodis i 16 protagonistes, conduïts pels ambaixadors de cada territori: Antonio Banderas, Ona Carbonell, Ferran Adrià i Dani Fernández. Hi participaran, entre d'altres, Ángela Molina, Javier Cámara, Belén Cuesta, Ricky Rubio, Irene Paredes, Isidre Esteve, Begoña Rodrigo, Iván Cerdeño, Albert Adrià, Alaska, Ariel Rot i Valeria Castro.

La sèrie estarà disponible a Amazon Prime Video a partir del 16 de novembre, acompanyada de continguts addicionals a les xarxes socials de Xperience CaixaBank.