

**COMUNICATO STAMPA**  
**ON AIR LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA PROFAMILY**

Milano, 9 Aprile 2015 – ProFamily, società di credito al consumo del Gruppo BPM, nell'ottica di una sempre più costante crescita, ha realizzato un nuovo spot e una nuova campagna televisiva on air dallo scorso 4 aprile.

Grazie all'offerta di ProFamily, le famiglie hanno un nuovo modo di realizzare con facilità e consapevolezza progetti e desideri. La Società assiste i propri clienti e li guida verso una scelta personalizzata ed appropriata, attraverso un'eccellenza operativa che consente una rapida gestione delle risposte.

Il nuovo spot promuove con forza la sua mission aziendale: essere **compagno di viaggio** delle famiglie italiane, avvalendosi di una forte esperienza, di una consulenza ritagliata su misura dei propri clienti e della riconosciuta professionalità.

Attraverso il suo format di comunicazione, facilmente riconoscibile grazie a un linguaggio semplice e genuino che utilizza le icone create da Gaetano Grizzanti della Società Univisual, ProFamily presenta due tra i suoi prodotti di punta: il prestito contro cessione del quinto dello stipendio e della pensione.

Lo spot nasce da un'idea creativa di Francesco Leoni, la regia è di Nicola Buffoni, la produzione è stata affidata a Sky Pubblicità.

La campagna prevede un'importante pianificazione televisiva, con uno spot da 15 secondi e uno da 30, per i prossimi due mesi, che coinvolgerà Sky (con i canali in chiaro Cielo e Sky TG24), Mediaset e Mediaset Premium

Inoltre, a partire dal 7 aprile, è on air anche una campagna on line, la cui creatività è di Brand Portal, agenzia creativa di ProFamily, mentre strategia e pianificazione media sono di SemBox.

**Il credito genuino**, oltre ad essere il payoff di ProFamily, è anche espressione chiave per questa nuova campagna televisiva. Stefania Droghetti, responsabile Marketing e Comunicazione di ProFamily, spiega la scelta di questo claim: *“Credito genuino significa assistere coloro che si affidano a noi, accompagnandoli verso una scelta consapevole e supportata da un’ attenta valutazione delle capacità di rimborso, attuale e prospettica; evitare il sovra indebitamento, sapendo dire di no se necessario; essere chiari e veloci pur preservando la flessibilità necessaria per la gestione delle possibili eccezioni ed infine essere trasparenti attraverso una contrattualistica alla portata del cliente, a condizioni di finanziamento chiare sin dall’inizio.”*

Per informazioni:

**Banca Popolare di Milano**

**Ufficio Stampa**

Stefania Colli

02 7700 3807

[stampa@bpm.it](mailto:stampa@bpm.it)