

## COMUNICATO STAMPA

### **PROFAMILY PRESENTA IL PROGETTO “CREDITO ALLE IDEE”: valorizzare i giovani per valorizzare il proprio brand**

Milano, 17 febbraio 2017 - ProFamily, società di credito al consumo del Gruppo Banco BPM SpA, ha presentato oggi, presso la propria sede di via Massaua 6, il progetto “Credito alle Idee”, che vede coinvolti gli studenti dell'Accademia di Comunicazione di Milano per migliorare e valorizzare la brand awarness della Società.

Da oggi, per circa un mese, gli allievi dell'Accademia dei settori art, copy e strategist, suddivisi in 4 gruppi da 7/8 elementi, si sfideranno per realizzare una proposta creativa e strategica, che rilanci in termini di comunicazione e immagine l'ormai conosciuto “Cuor di Pulcino”, ambasciatore e icona dei valori genuini, che ProFamily ormai da quasi un decennio trasmette.

ProFamily, Compagno di Viaggio delle famiglie italiane, sviluppando questo progetto ha deciso di sostenere economicamente l'Accademia della Comunicazione contribuendo così alla formazione degli allievi provenienti dalle famiglie meno abbienti.

La proposta vincitrice, giudicata entro fine marzo da un'apposita giuria composta da esperti del settore, dirigenti d'azienda, membri del Gruppo Banco BPM e giornalisti verrà utilizzata per la campagna di comunicazione 2017.

Le rimanenti proposte saranno invece oggetto di una mostra allestita presso la sede di ProFamily.

Il brand ProFamily è da sempre improntato a valori di consapevolezza del credito, chiarezza nei rapporti con la clientela, trasparenza nelle condizioni applicate.

Genuinità, trasparenza, competenza e professionalità sono i cardini con cui ProFamily si rivolge ai propri clienti, in primis famiglie e giovani coppie.

“Nel solco di questa tradizione”, dichiara Massimiliano Becheroni, Amministratore Delegato di ProFamily, “abbiamo deciso quest'anno di investire nel sostegno delle nuove

generazioni, risorsa fondamentale per innovazione e creatività. Credere nei giovani significa avere un vantaggio concorrenziale e permettere a nuove idee di entrare in circolo. Supportare formazione e cultura significa dare un'opportunità di crescita concreta a quei ragazzi che domani saranno il nostro futuro. Questi i motivi che ci hanno spinto a coinvolgere nel progetto l'Accademia di Comunicazione, una delle scuole più importanti a livello nazionale, che fin dal lontano 1988, è un caposaldo nella formazione e nella ricerca in settori quali il marketing, la comunicazione e la pubblicità".

Per informazioni:

**Banca Popolare di Milano**

**Ufficio Stampa**

Elena Molteni

+39 02 7700 3906

stampa@bpm.it