



COMUNICATO STAMPA

ON AIR LA PRIMA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DI BANCO BPM

“Siamo una banca che fa cose normali. Ma insieme facciamo cose straordinarie”

Milano, 2 dicembre 2019 – E' on air la prima campagna istituzionale di Banco BPM.

Giocando sul rapporto tra le immagini e la molteplicità dei significati di alcune parole, la nuova campagna mostra tutti i lati dell'anima di Banco BPM: da una parte un servizio di eccellenza per privati e imprese, dall'altra l'impegno sul campo a favore della collettività. Senza il primo non potrebbe esistere il secondo e viceversa.

La campagna presenta sei situazioni diverse, in grado di suscitare nello spettatore un senso di empatia e complicità, che associano al linguaggio dell'attività bancaria iniziative di rilevanza sociale realizzate da Banco BPM a favore dei territori di appartenenza. Associazioni e istituzioni fatte di persone, le stesse che diventano i veri protagonisti dello spot.

Il **SERVIZIO**, che quotidianamente viene offerto al cliente, diventa la battuta in allenamento di Anna, una giocatrice del Vero Volley Monza. La **GESTIONE DEI PATRIMONI** si trasforma nel sostegno all'arte ed è associata al restauro degli affreschi del Monastero di San Maurizio a Milano. Il **VERSAMENTO**, comune operazione di sportello, acquisisce un significato più profondo: rappresenta un gesto antico, quello di servire il cibo a chi ne ha bisogno nella mensa della Caritas di Verona, che ogni giorno accoglie persone in difficoltà. In questa logica, il **PRELIEVO** si trasforma nell'azione simbolo dell'attività di una ricercatrice AIRC, di cui Banco BPM è partner istituzionale. Come meglio esprimere il concetto di **CONTACTLESS** se non con un'azione di gioco dei giovani del Novara Calcio, altro partner sportivo della Banca? Infine ci sono le **IMPRESE**, quelle che Banco BPM sostiene ogni giorno, ma anche quelle compiute da Arjola Trimi, campionessa mondiale di nuoto paralimpico, che oltre a essere una risorsa di Banco BPM ne è da oggi testimonial.

Da questo avvicinarsi di immagini, significati e persone che raccontano storie, situazioni e successi di ogni giorno emerge il DNA di Banco BPM con la sua propensione a collaborare, a essere banca di comunità, a sostenere la ricerca, la cultura, il volontariato, lo sport, senza smettere di fare quello che sa fare meglio: sostenere i clienti e le imprese. **“Siamo una banca che fa cose normali. Ma insieme facciamo cose straordinarie”**, recita il claim.

“Siamo una banca con un forte radicamento territoriale.” – così Giuseppe Castagna, Amministratore Delegato di Banco BPM, “Appartenere a un territorio significa non solo lavorare con i suoi attori principali, famiglie e imprese, ma anche condividere e restituire attraverso iniziative che hanno in sé un valore per la Comunità. Con questa nuova campagna istituzionale volevamo valorizzare la nostra attenzione ai clienti ma, anche alla sostenibilità, alla solidarietà, alla restituzione: tutto quello che la Banca fa oltre a fare la banca”.

La campagna è stata ideata da The Van Group, l'agenzia milanese che collabora da tempo con Banco BPM. *"Ci siamo innamorati tutti di questa idea di una banca che fa una grande campagna non per chiedere ma per restituire – spiega Luca Villani, partner di The Van – e abbiamo giocato con queste parole normali che, interagendo con le immagini e la musica, assumono significati nuovi ed emozionanti"*. La creatività è di Stefano Foresti (copy) e di Jenny Raimondo (art e video), con la supervisione dei partner Luca Villani e Steven Berrevoets.

Lo spot, che è stato prodotto da Filmaster Productions per la regia di Roberto Badò, è visibile nella versione 45'' e 30'', dove sono presenti tutti i sei soggetti realizzati; mentre per le pillole di 15'' e 10'' vengono visualizzati due soggetti in varie combinazioni.

Dall'1 al 14 dicembre, lo spot viene trasmesso in tv sulle principali reti nazionali e locali; dal 12 al 25 dicembre, ispirata ai medesimi soggetti, partirà invece la campagna pubblicitaria sulla stampa nazionale, locale e periodica. Al cinema, sul circuito nazionale, si potrà assistere alla proiezione dello spot della nuova campagna pubblicitaria dal 12 al 25 dicembre. Le affissioni, invece, verranno suddivise sulle principali città di riferimento della Banca.

Per informazioni:

BANCO BPM SpA

Media Relations

Elena Molteni

Tel. 02/77.00.3906

elena.molteni@bancobpm.it