



## Comunicato stampa

# BNL- GRUPPO BNP PARIBAS “Continue ad immaginare il vostro mondo, lo costruiremo insieme”

*Parte la nuova campagna di BNL finalizzata a rafforzare l'identità di banca responsabile e solida  
Restyling del logo che ne esalta la dinamicità e lancio del nuovo portale commerciale*

Roma, 4 dicembre 2008. Sarà on air da domenica 7 dicembre su tv, cinema, radio, stampa e internet la nuova campagna istituzionale di BNL – Gruppo BNP Paribas che mira a evidenziare le caratteristiche distintive della Banca: un'azienda solidale e responsabile, capace di coniugare la profonda conoscenza del mercato acquisita in 95 anni di attività come importante operatore del sistema creditizio, alla sicurezza e solidità del gruppo BNP Paribas, di cui fa parte dal 2006. BNP Paribas è infatti una delle 3 banche più solide del mondo secondo la valutazione di S&P's (AA+) e tra le prime dieci banche al mondo, con 21 milioni di clienti. In Europa è presente con tre mercati domestici in Francia, Italia e Belgio-Lussemburgo dove, con l'acquisizione di Fortis, è diventata leader per depositi nella zona euro. BNP Paribas è stata inoltre recentemente nominata “Global Bank of Year” dalla rivista The Banker per un modello di business che, in un anno turbolento, “ha dimostrato un significativo livello di stabilità e resistenza”.

La campagna, realizzata da TBWA\Italia, punta pertanto a comunicare questi elementi attraverso una serie di immagini di vita in cui BNL vuol essere la Banca sulla quale poter contare per realizzare i propri progetti e le proprie ambizioni: vicina a chi comprerà una nuova casa, a chi le affiderà i risparmi, a chi lo farà pensando al futuro dei figli, a chi investirà nella propria piccola o grande impresa e in generale a tutti coloro che vogliono continuare a credere nei propri progetti e idee anche nei momenti più difficili. Il claim recita **“Continue ad immaginare il vostro mondo, lo costruiremo insieme”**. La musica che accompagna lo spot di 30” è un brano originale di Ludovico Einaudi che è stato appositamente riarrangiato<sup>1</sup>. BNL, dunque, attraverso uno stile concreto, sobrio e deciso, invita a guardare positivamente al futuro.

Questo impegno viene esplicitato anche nel **restyling del logo** che, con un tratto più moderno e dinamico, diventa tridimensionale, dando un senso di profondità e realtà alla curva di volo. Sempre in primo piano il pay off **“la banca per un mondo che cambia”** che rappresenta la sintesi dei valori aziendali di Gruppo (creatività, reattività, impegno e ambizione).

Al mood scelto per lo spot si ispira tutta la campagna di comunicazione, pianificata da Vizeum con l'obiettivo di ottenere grande impatto e visibilità oltre ad un'elevata copertura del target. E' prevista, insieme alla tv (generaliste, satellitari e digitali terrestri) on air dal 7 dicembre fino a inizio gennaio e al cinema che partirà invece a metà dicembre, anche una campagna radio, stampa (nazionali ed economici) e internet (display e search advertising) sempre da metà di questo mese.

La campagna web realizzata da Agency.com è un'estensione online del film e prevede video-banner e landing-page. La campagna video-banner trasmette il mood del film con formati tagliati ad hoc per il web mentre la landing page offre la possibilità di vedere online il filmato in versione extended.

Coerentemente con la nuova identità visiva del Gruppo BNP Paribas, è da pochi giorni online Il **nuovo portale commerciale [www.bnl.it](http://www.bnl.it)** che diventa l'unico punto di accesso per gli utenti, clienti e non, integrando in una unica URL sia informazioni istituzionali e commerciali, con la presenza di tutta l'offerta dedicata ai differenti segmenti di clientela, sia funzionalità di internet banking e trading online per i privati e le aziende. Un'interfaccia di navigazione “fresca”, innovativa e rappresentativa dell'approccio positivo ed orientato ai clienti che BNL ha nel suo DNA.

Il portale è stato progettato per rendere facile e immediata la navigazione degli utenti anche quelli meno esperti. Una pagina di accoglienza facilita infatti l'individuazione del proprio profilo a cui si potrà accedere per visualizzare tutte le offerte commerciali dedicate. Il tutto sempre in logica pull: l'utente ha infatti la possibilità, attraverso una barra di navigazione posta in basso, di vedere una preview dei contenuti presenti nelle altre sezioni e decidere se approfondirli o meno, senza per questo allontanarsi dalla pagina in cui sta navigando.

Il lancio del portale è comunque solamente l'inizio di un percorso di relazione costante che BNL vuole instaurare con i propri utenti, clienti e non. Verranno infatti progressivamente integrate sul portale tutta una serie di funzionalità e servizi che lo renderanno l'unico punto di accesso digitale con la banca, come per esempio la creazione di un motore di ricerca semantico per favorire la ricerca di contenuti in linguaggio naturale.

### Media Relations BNL

Francesco Chiurco Francesca Benedetti Piera Antinucci  
+39 0647027215-09 [press.bnl@bnlmail.com](mailto:press.bnl@bnlmail.com)

<sup>1</sup> Copyright Fonit Cetra Music Publishing SRL