

Comunicato stampa

BNL DEDICA UN CICLO DI SEMINARI “EduCare” AD IPOVEDENTI E NON VEDENTI

*L’iniziativa – nata dalla collaborazione con l’Unione Italiana Ciechi –
verrà realizzata in un circuito dedicato di agenzie BNL, su tutto il territorio nazionale.*

“La Banca accessibile: servizi dedicati ad ipovedenti e non vedenti” è il titolo del nuovo ciclo di incontri

Roma, 19 novembre 2010. BNL-Gruppo BNP PARIBAS continua nello sviluppo di iniziative legate al progetto *EduCare*, il ciclo di seminari sui temi dell’educazione finanziaria, che - a circa un anno dal suo lancio ufficiale – ha coinvolto 200 agenzie della Banca, con oltre 1.500 appuntamenti e circa 30 mila partecipanti.

BNL, infatti, ha organizzato - in collaborazione con l’Unione Italiana Ciechi - incontri dedicati a ipovedenti e non vedenti, per approfondire l’utilizzo dei bancomat “multifunzione” con comandi vocali. Si tratta di apparecchiature munite di un’audioguida, che si attiva digitando il tasto 5, riconoscibile al tatto grazie a un diverso rilievo della tastiera.

I bancomat, al momento, offrono la possibilità di effettuare il prelievo e il saldo; a breve, saranno attivate altre funzionalità come, ad esempio, il servizio di ricarica telefonica.

“La Banca accessibile: servizi dedicati ad ipovedenti e non vedenti” è il titolo del nuovo ciclo di seminari *EduCare*, che vedrà nuovamente coinvolto un circuito dedicato di agenzie, in tutta Italia. La partecipazione è libera e gratuita: a chi interverrà, sarà offerto un kit di presentazione dell’iniziativa - in braille - e, soprattutto, le cuffie auricolari per un accesso, semplice e nel rispetto della privacy, ai bancomat multifunzione.

BNL, inoltre, punterà a coinvolgere nel progetto anche altre associazioni attive nel campo del sostegno alle persone con difficoltà visive.

EduCare rappresenta un’iniziativa di grande successo nel campo dell’educazione finanziaria e un’originale progetto dedicati ai clienti, attuali e potenziali, in una logica di servizio, innovazione e responsabilità. Un’indagine interna di *customer satisfaction* - realizzata tra i partecipanti ai seminari - ha rilevato un livello medio di soddisfazione pari a 90 punti su una scala di 100.

L’iniziativa è, infatti, in grado di offrire strumenti e supporto adeguati per migliorare le conoscenze dei risparmiatori e investitori, permettendo loro di effettuare valutazioni e scelte più consapevoli e responsabili, in corrispondenza dei principali eventi della vita. Non si tratta di un’attività di promozione commerciale per valorizzare le offerte della Banca.

BNL, fondata nel 1913, è uno dei principali gruppi bancari italiani e tra i più noti brand in Italia. Con circa 900 punti vendita in Italia, BNL offre un’ampia gamma di prodotti e servizi da quelli più tradizionali a quelli più innovativi per soddisfare le molteplici esigenze dei propri clienti (privati e famiglie, imprese e pubblica amministrazione).

BNL è dal 2006 nel Gruppo BNP PARIBAS, leader europeo nel settore dei servizi bancari e finanziari di portata mondiale, prima banca per depositi nella Zona Euro e una delle 6 più solide del mondo secondo la valutazione di S&P’s. Il Gruppo è presente in oltre 80 paesi, con più di 200.000 collaboratori, di cui 160.000 in Europa. BNP Paribas opera in Europa, attraverso la banca retail, su quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. Detiene posizioni chiave in tre grandi settori di attività: Retail Banking, Investment Solutions e Corporate & Investment Banking.

Contatti

Media Relations BNL

Maurizio Cassese - Anna Maria Gambino +39 06 4702.7209-15 - press.bnl@bnlmail.com