



BNL GRUPPO BNP PARIBAS PRESENTA IL BILANCIO SOCIALE 2011

“Il Futuro si costruisce con ciò che facciamo prima che cominci”

- *Società, Economia ed Ambiente sono i pilastri su cui poggia l'attività di CSR della Banca, che punta ad essere sempre più “Azienda Responsabile”*
- *Le aziende partner raccontano i progetti realizzati da BNL con il loro contributo*
- *Un nuovo approccio redazionale ancora più ricco di contenuti e sempre più aperto e trasparente*

BNL Gruppo BNP Paribas presenta il “Bilancio Sociale 2011”, il documento di rendicontazione dell'attività della Banca nell'ambito della responsabilità sociale e della sostenibilità economica ed ambientale, redatto secondo i principali modelli riconosciuti a livello nazionale e internazionale, suggeriti dall'Associazione Bancaria Italiana e dallo Standard G3.1 del Global Reporting Initiative.

In coerenza con i principi di sostenibilità e di rispetto per l'ambiente, anche quest'anno il Bilancio Sociale non è stampato, ma pubblicato on-line: dal sito internet “bilanciosociale.bnl.it” è possibile scaricare e consultare l'intero documento, il messaggio del Presidente e dell'Amministratore Delegato, la Carta della Responsabilità - che comprende la *mission* e i valori del Gruppo BNP Paribas - e la Policy sui Fornitori.

Per BNL la Responsabilità Sociale è un elemento chiave di relazione con le persone, di rispetto delle future generazioni e di accrescimento della competitività, secondo una politica sostenibile fondata su tre pilastri: società, economia e ambiente. Tre come i progetti di CSR – mobilità sostenibile per i dipendenti della Banca, offerta di pasti a comunità umanitarie locali e raccolta differenziata – in evidenza nella presentazione via web del Bilancio.

Nel corso del 2011 BNL si è distinta anche per la partecipazione nel capitale sociale di PerMicro, leader in Italia nel microcredito; il supporto alle imprese, attraverso numerose iniziative dedicate ed accordi sul territorio; la partnership ventennale con Telethon per la ricerca contro le malattie genetiche, a favore della quale la Banca dal 1992 ha raccolto 223 milioni di euro, di cui 11,6 milioni solo nel 2011; il progetto Moms@work e le attività realizzate a favore dei più deboli, anche grazie al contributo della Fondazione BNL.

La Banca è attiva, inoltre, nel sostegno e nella promozione dell'arte, della musica, del cinema e dello sport, confermando il proprio ruolo di impresa che opera non solo come attore economico-finanziario, ma anche come soggetto attivo nel favorire la diffusione di valori condivisi, vero e proprio patrimonio collettivo.

BNL ha voluto modificare l'approccio redazionale al Bilancio Sociale 2011 rispetto agli anni precedenti, suddividendo il documento in due parti, in modo da rendere il testo più chiaro e fruibile. La prima parte, più descrittiva, illustra i progetti e le iniziative della Banca, la seconda, invece, contiene tabelle e grafici, utili per un maggiore approfondimento e organizzati in funzione dei diversi *stakeholder*.

Secondo un modello di comunicazione basato sulla logica *human-centred*, il Bilancio Sociale è presentato attraverso il racconto di persone. Dopo le passate edizioni, nelle quali erano protagonisti, di anno in anno, il top management, i dipendenti e i clienti, questa volta sono i partner della Banca a descrivere - attraverso 3 video-storie - le attività di Responsabilità Sociale di BNL e il modo in cui essi contribuiscono e collaborano al raggiungimento di tali obiettivi di CSR.

“Il Futuro si costruisce con ciò che facciamo prima che cominci” è il claim di quest'anno. Il messaggio è focalizzato sul concetto di “futuro sostenibile” e sull'idea che questo si costruisce con le azioni compiute nel passato; i risultati ottenuti oggi sono il frutto delle scelte fatte precedentemente; l'impegno di oggi è l'investimento per il futuro. E' questa la filosofia che BNL porta avanti, quale azienda responsabile, nelle iniziative che ogni giorno mette in atto sul fronte dello sviluppo sostenibile.

Seguendo questa impostazione logica, il montaggio dei video raccontati è “a ritroso”: la storia comincia dalla fine, enunciando gli obiettivi di responsabilità sociale su cui BNL punta, per poi raccontare l'impegno profuso per raggiungerli.



Valeria Evangelista, CSR Manager di Arval - società di noleggio a lungo termine del Gruppo BNP Paribas - presenta il progetto di mobilità sostenibile di BNL. La Banca, infatti, ha deciso di dotarsi di alcune vetture elettriche di ultima generazione, utilizzate per le esigenze di servizio del personale; le auto sono ricaricate grazie ad una serie di colonnine di alimentazione, che garantiscono minori consumi e dispersione di energia oltre a una maggiore durata delle batterie. La vettura è personalizzata con una grafica molto coinvolgente per sensibilizzare sull'uso delle auto elettriche e sull'attenzione verso l'ambiente.

Arturo Biagioli, chef della società Pellegrini SpA, che cura il servizio di ristorazione in BNL, racconta, invece, come, attraverso un efficace processo standardizzato, sia possibile azzerare gli sprechi e recuperare i pasti in eccedenza, preparati per le diverse mense della Banca, a favore di associazioni umanitarie locali.

Davide Urbani rappresenta, infine, l'AMA, l'Azienda Municipale Ambiente di Roma, partner di BNL dal 2010 con un progetto di raccolta differenziata di carta, cartone, plastica e alluminio presso la sede della Direzione Generale e quella della Direzione Territoriale Centro Sud e Sardegna.

Il sito dedicato al bilancio sociale è stato realizzato grazie alla collaborazione di TBWA\Italia, che ne ha curato il layout e la creatività insieme a Shootin'Gun.

La realizzazione del video di "backstage", presente sul sito, è stata affidata, invece, ad un giovane formatosi al Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma, scelto da BNL, da sempre attenta ai talenti emergenti nelle diverse espressioni dell'arte.

Per rispondere alle esigenze di coloro che hanno disabilità uditive o poca familiarità con la lingua italiana, inoltre, è possibile impostare la visualizzazione del sito in versione sottotitolata.

Il Bilancio Sociale è visibile anche sui canali social Twitter e Facebook nelle pagine dedicate a BNL, e il backstage sul Brand Channel BNL di YouTube.

BNL, fondata nel 1913, è uno dei principali gruppi bancari italiani e tra i più noti brand in Italia. Con oltre 1000 punti vendita su tutto il territorio nazionale - tra Agenzie, Centri Private, Centri Imprese "Creo per l'Imprenditore", Centri Corporate e Pubblica Amministrazione - BNL offre un'ampia gamma di prodotti e servizi, da quelli più tradizionali ai 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, presente in 80 paesi, con più di 200.000 collaboratori, dei quali oltre 150.000 in Europa, dove opera - attraverso la banca retail - su quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. BNP PARIBAS detiene posizioni chiave in tre grandi settori di attività: Retail Banking, Investment Solutions e Corporate & Investment Banking.

Servizio Media Relations: Francesco Chiurco – Maurizio Cassese 06 47021715-09 press.bnl@bnlmail.com



BNL: I PRINCIPALI PROGETTI DI CSR DEL 2011

MICROCREDITO. BNL ha deciso di investire nel microcredito entrando nel capitale sociale di **PerMicro**, leader in Italia nei finanziamenti a persone con minore possibilità di accesso al credito, come immigrati, famiglie in difficoltà, neo-imprenditori e micro start up. La Banca, unico socio bancario di PerMicro, ha ampliato la propria attività ad ulteriori tipologie di clientela, ponendosi come partner nella realizzazione dei loro "progetti di vita". Già nel 2011 sono stati realizzati circa 800 finanziamenti tra persone e microimprese, cifra che si prevede di raddoppiare nel 2012.

SOSTEGNO ALLE IMPRESE. La Banca ha siglato una serie di accordi sul territorio impegnandosi a favorire lo sviluppo delle imprese, in particolare con

- Cooperfidi Italia a sostegno delle oltre 3.000 imprese associate, riservando un plafond di 100 milioni di euro
- Eurofidi, il maggiore confidi italiano, dedicando un plafond di 30 milioni di euro
- Valfidi, mettendo a disposizione delle 3.000 imprese associate un plafond di 10 milioni di euro.

EduCare. L'iniziativa di educazione finanziaria, nata nel 2009, prevede la realizzazione di seminari gratuiti dedicati alle persone e alle imprese su tutto il territorio nazionale. Prosegue, quindi, il concreto impegno della Banca per la diffusione della cultura e della consapevolezza sui temi del risparmio, degli investimenti, ma anche sulle nuove tecnologie e su quanto possa essere utile conoscere per confrontarsi con un mondo in continua trasformazione. Nel 2011 sono stati lanciati nuovi temi legati alla finanza comportamentale e a come questa disciplina aiuti a comprendere le scelte d'investimento. In quattro anni si sono tenuti più di 2.000 eventi, sette diverse edizioni lanciate su oltre 200 agenzie, circa 35.000 partecipanti di cui 1 su 5 di età inferiore ai 30 anni. A partire dal 2012, inoltre, è stata realizzata una partnership con la Librerie Feltrinelli e Wired per portare EduCare ancor di più tra la gente e nei luoghi dove si fa e si diffonde cultura ed informazione.

TELETHON. BNL ha festeggiato nel 2011 i primi 20 anni di partnership con Telethon, uno dei principali progetti di *fund raising* in Europa, per la raccolta di fondi a sostegno della ricerca scientifica sulle malattie genetiche. La raccolta prosegue tutto l'anno attraverso numerose iniziative. Dal 1992 ad oggi sono stati raccolti 223 milioni di euro, di cui 11,618 milioni solo nel 2011.

MOMS@WORK. Il progetto è nato per valorizzare la presenza femminile in banca e favorire una cultura aziendale consapevole. L'obiettivo principale è fornire supporto e strumenti, attraverso coaching, individuali e di gruppo, e momenti formativi a tutte le persone coinvolte nel percorso di maternità in azienda. La Commissione Pari Opportunità, costituita nel 2010, inoltre, ha realizzato una sessione formativa per approfondire la normativa di riferimento, confrontarsi sugli strumenti che favoriscono il "*work-life balance*" e condividere il modello di lavoro.

FONDAZIONE BNL. Nata nel 2006 per promuovere iniziative in favore dei più deboli, ha proseguito nel corso del 2011 la sua attività di azione nei campi della solidarietà, dell'emarginazione sociale, dell'infanzia e della sanità sostenendo 24 progetti attraverso contributi pari a 1.230.000 euro.

NUOVA SEDE BNL. Nel 2011 è stata annunciata la costruzione della nuova sede BNL nelle vicinanze della Stazione Tiburtina a Roma. Sostenibilità, innovazione e funzionalità saranno gli elementi chiave della nuova struttura, un edificio di ultima generazione situato in un'area semi centrale della città, oggetto nei prossimi mesi di uno dei principali interventi di riqualificazione urbana d'Europa. La struttura sarà in grado di ospitare fino a 3.800 postazioni di lavoro, spazi complementari dedicati alla vita sociale e aziendale, quali aree per incontri e meeting, per la formazione, nonché ristorante aziendale, garage, palestra e asilo nido. L'immobile verrà costruito secondo i più elevati standard funzionali ed energetici, che consentono di ridurre, in misura sensibile rispetto alla situazione attuale, l'impatto ambientale e i costi di gestione.

LIBERA GIOVANI CON BNL. E' un'iniziativa - avviata insieme alla Fondazione BNL e l'Associazione "*Libera, nomi e numeri contro le mafie*" di Don Luigi Ciotti - nata per sostenere e accompagnare un gruppo di giovani famiglie immigrate in un percorso di piena integrazione sociale, attraverso una serie di interventi, che vanno dall'inclusione scolastica per i minori, al supporto formativo professionale e all'inserimento nel mondo del lavoro.

