

COMUNICATO STAMPA

PER BNL GRUPPO BNP PARIBAS “CAMBIARE IN POSITIVO È UNA SCELTA POSSIBILE. PER TE E PER GLI ALTRI”

La Banca investe in una nuova campagna di comunicazione, in onda dal 23 giugno, per parlare ad individui, famiglie ed imprenditori della propria strategia di “#PositiveBanking” su business e sostenibilità, anche attraverso nuovi modelli di offerta e consulenza specializzata

Il cambiamento positivo come scelta ed evoluzione del singolo e della Società tutta: si sviluppa intorno a questo percorso narrativo la nuova campagna di comunicazione di BNL che torna *on air*, con una lunga pianificazione pubblicitaria, per raccontare le novità che riguardano la propria strategia di business e riaffermare quell’universo di valori che caratterizza l’attività della Banca e del Gruppo BNP Paribas, in Italia e a livello internazionale.

Il messaggio della campagna è “*Cambiare in positivo è una scelta possibile. Per te e per gli altri*” con il quale BNL conferma la capacità di essere al fianco del cliente, promuovendone le scelte quotidiane e di vita: uno studente che si laurea ed è pronto ad entrare in una nuova fase del suo percorso personale; una coppia che progetta il futuro di una casa, moderna e sostenibile, per poi concretizzare il proprio sogno; un imprenditore che la Banca accompagna verso nuovi mercati, aiutandolo a portare i prodotti dell’azienda e della relativa filiera in altri Paesi, lontani ma sempre più vicini in un mondo globale dove il Gruppo BNP Paribas garantisce una presenza diretta in 72 paesi.

In tutti questi casi, rappresentati nello spot, c’è un elemento comune di scelta ispirata ai concetti della sostenibilità economica, ambientale e sociale, in linea con i valori di BNL e BNP Paribas. Al fianco di ciò, ci sono elementi di business come la flessibilità delle soluzioni offerte, la sicurezza per il cliente derivante anche dalla solidità di BNP Paribas – tra le banche leader a livello globale - e la professionalità della consulenza che la Banca e il Gruppo mettono a disposizione, sia *vis-a-vis* sia da remoto utilizzando le tecnologie e l’innovazione.

«*“Positive Banking” - afferma Andrea Munari, Amministratore Delegato di BNL e Responsabile del Gruppo BNP Paribas in Italia - è la nostra strategia di business coniugata con la sostenibilità, per contribuire ad un’economia più equa e lungimirante guardando al futuro e alle nuove generazioni; per un maggior rispetto delle persone in una Società più aperta ed inclusiva; per una sensibilità sempre più diffusa verso l’ambiente. La nuova campagna di BNL è dedicata ai giovani che fanno scelte per affermare sé stessi e i propri progetti di vita; alle famiglie che evolvono, agli imprenditori che vogliono crescere in modo sostenibile nel nostro Paese e nel mondo. E a quanti sanno che il cambiamento è il motore del nostro tempo e va vissuto, gestito, interpretato, anche grazie a BNL.*».

Con la campagna, viene presentato “BNL^x”, dove la “X” è un “*moltiplicatore*” delle possibilità di scelta del cliente, nelle sue diverse fasi di vita. È un’offerta modulare - personalizzabile, componibile e flessibile - declinata sulle principali aree di bisogno dei clienti con un innovativo approccio “open banking” anche sulla base di partnership con importanti operatori di altre *industry*. Gli ambiti del Daily Banking e degli Investimenti, ad esempio, sono articolati in 3 moduli (sempre personalizzabili nel tempo), con 3 configurazioni dal *pricing* dedicato che – a partire dalla soluzione base SMART – si arricchiscono di altri



prodotti e servizi, per arrivare a soddisfare esigenze bancarie e non bancarie via via più complesse, con le configurazioni POWERED e FULL (quest'ultimo è il modello *all inclusive*). Oltre ai moduli, per massimizzare la flessibilità dell'offerta, il cliente ha anche la possibilità di attivare pacchetti extra di servizi ad hoc, per un'ulteriore *customer experience* orientata ai suoi bisogni del momento. BNL si pone così come un punto di ingresso per consentire al cliente di fare la sua scelta, anche attraverso la consulenza qualificata dei personal advisor della Banca.

Il tema del "cambiamento" e della "scelta" è dedicato anche alle imprese (dalle piccole, alle medie alle grandi), confermando l'*expertise* di BNL nell'essere al fianco degli imprenditori nei momenti tipici di un business che evolve e guarda anche oltre i propri confini, andando verso nuovi mercati. Ciò è possibile grazie alla presenza diretta di BNP Paribas in 72 paesi nel mondo e, ancora una volta, ad una consulenza specializzata sui temi dello *small business*, del *corporate*, *investment* e *international banking*. Grazie ad una presenza unica in Italia, BNL è inoltre al fianco dell'imprenditore nell'interazione con la propria filiera produttiva, mettendo a disposizione un'ampia gamma di strumenti finanziari a livello nazionale ed internazionali, fornendo una consulenza integrata per accompagnare l'intero eco-sistema nella gestione del capitale circolante, degli investimenti in tecnologia e nelle esigenze di finanza straordinaria.

La campagna è al via da domenica 23 giugno per 3 settimane su TV, Radio, media on line e canali *digital*; riprenderà in autunno nella logica di un racconto coerente con le diverse iniziative – di business, sociali e ambientali – che la Banca continuerà a creare e a mettere a disposizione di clienti e non.

La creatività è dell'agenzia TBWA\Italia.

BNL, con oltre 100 anni di attività, è uno dei principali gruppi bancari italiani e tra i più noti brand in Italia, presente su tutto il territorio nazionale con Agenzie, Centri Private Banking, Centri Imprese "Creo BNL per l'Imprenditore", Centri Corporate Banking e Pubblica Amministrazione. BNL offre un'ampia gamma di soluzioni, prodotti e servizi, da quelli più tradizionali ai più innovativi, per soddisfare le molteplici esigenze dei clienti (privati e famiglie, imprese, enti ed istituzioni). BNL è dal 2006 nel Gruppo BNP Paribas, presente in 72 paesi, con oltre 200.000 collaboratori, dei quali circa 155.000 in Europa dove ha quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. BNP Paribas detiene posizioni chiave in due grandi settori di attività: Retail Banking & Services e Corporate & Institutional Banking.

BNL è particolarmente impegnata, come tutto il Gruppo BNP Paribas, sul fronte della sostenibilità economica, sociale ed ambientale; una strategia di *#positivebanking*, che sintetizza l'ambizione della Banca di generare, attraverso il proprio business, un impatto positivo su clienti, collaboratori e sulla collettività intera, contribuendo ad un futuro più sostenibile.

Media Relations: Francesco Chiurco, Maurizio Cassese +39 06.42925362 press.bnl@bnlmail.com



@BNL_PR



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia