



2013 Centenario BNL

**BNL DEDICA ALLE DONNE IL SITO 100ANNI.BNL.IT**

- *In occasione della festa della donna, un sito vestito al femminile con una nuova versione da 30” dello spot girato da Emanuele Crialese con protagoniste le donne*
- *All'interno del sito anche l'intervista a Gabriella Serravalle, Direttore Risorse Umane BNL, che fa un punto sulla situazione della donna in Italia e in BNL*

In occasione dell'8 marzo, BNL Gruppo BNP Paribas – che quest'anno celebra il centenario - ha voluto rendere omaggio alle donne con una personalizzazione del sito [100anni.bnl.it](http://100anni.bnl.it) con immagini al femminile e una versione speciale da 30” del film pubblicitario girato dal regista Emanuele Crialese.

Protagoniste dello spot le donne che da 100 anni fanno crescere il nostro Paese. Donne “reali”, “vere” che parlano attraverso il lavoro e riprese nei loro gesti quotidiani e autentici. Uno spot senza accompagnamento musicale, la cui “colonna sonora” è costituita esclusivamente dai suoni del lavoro. Pochi, leggeri, per dare ancora di più valore e sottolineare l'eloquenza del gesto lavorativo nella sua forma più pura, evocato dalle immagini. Perché, come recita lo slider iniziale del sito, “*Il lavoro delle donne ha tanto da dire*”.

Lo spot, prodotto da Buddy Film, fa parte di una campagna di comunicazione integrata realizzata per il Centenario di BNL e affidata all'agenzia 1861united, che si svilupperà nel corso di tutto il 2013. Soggetto della campagna, le persone che si impegnano ogni giorno per lo sviluppo del nostro Paese. Un'Italia a cui BNL è da sempre vicina, ascoltandone le esigenze e sostenendone le idee, i progetti e le passioni. “*Da 100 anni ascoltiamo questa Italia*” è il claim.

All'interno del sito, l'intervento di Gabriella Serravalle, Direttore Risorse Umane BNL, che racconta, in un video, come è cambiato in 100 anni il ruolo femminile sia in Italia sia in BNL e come “*le donne possono veramente fare la differenza*”. In BNL oggi le donne sono il 43%, il 14% sono dirigenti, “*una presenza che continua ad aumentare – spiega Serravalle - se si considera che nel 2008 le donne in BNL erano il 38% (+5%) e dal 2004 siamo cresciute del 12%. Oggi in BNL, con 100 anni di esperienza, sempre di più c'è un progresso che è volto a catturare e valorizzare intelligenze e potenzialità femminili in una logica di assoluto rigore meritocratico*”.

Oltre che sul sito [100anni.bnl.it](http://100anni.bnl.it), lo spot e l'intervista potranno essere visualizzati su You Tube e sulle pagine Twitter e Facebook dell'ecosistema social della Banca: una community di oltre 355 mila fan che seguono online le diverse iniziative della Banca.

BNL nasce nel 1913 come *Istituto Nazionale di Credito per la Cooperazione* e nel 1929 diventa *Banca Nazionale del Lavoro*. La Banca è stata tra i principali artefici dello sviluppo del Paese, finanziando le grandi infrastrutture di cui l'Italia non era ancora dotata, sostenendo gli artigiani, le piccole imprese e le aziende nei loro progetti di crescita, riconversione e sviluppo nei mercati esteri. Nel 1998, BNL diventa una banca privata e, nel 2006, entra a far parte del Gruppo BNP Paribas, leader in Europa nei settori dei servizi bancari e finanziari. Oggi BNL è uno dei principali gruppi bancari italiani, tra i più noti brand in Italia e, con oltre 1000 punti vendita, offre un'ampia gamma di prodotti e servizi, da quelli più tradizionali ai più innovativi.

