



Comunicato stampa

ARRIVA MUTUO BNL 2 IN 1 E “SI PRESENTA” ANCHE CON UNA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

- Il finanziamento coniuga la sicurezza del tasso fisso, bloccato ai valori di oggi, e la convenienza del variabile, per i primi due anni.
- Un'innovazione di prodotto sostenuta da una campagna pubblicitaria, integrata e multimediale: è la storia di Sofia e Marco e del loro sogno di comprare casa.
- Su “2in1.bnl.it” uno spazio per interagire con la storia e deciderne lo svolgimento, verificando la convenienza delle proprie scelte.
- BNL, con questa nuova iniziativa, si pone ancora una volta come partner affidabile per la realizzazione dei progetti di vita dei clienti.

Roma, 6 novembre 2009. BNL-Gruppo BNP Paribas lancia il Mutuo 2 in 1, che offre la sicurezza e la tranquillità del tasso fisso bloccato ai valori di oggi, ai minimi storici; e - per i primi due anni - la convenienza del tasso variabile, per sfruttare gli attuali bassi livelli di mercato.

Mutuo BNL 2 in 1 è dedicato, quindi, a quanti sono attratti da un finanziamento a tasso variabile, per poter sfruttare al meglio il momento, ma non vogliono rinunciare alla sicurezza di gestire il bilancio familiare negli anni a venire, senza variazioni di rata. A ciò si aggiunge la possibilità di arrivare ad un massimo di 40 anni come durata del finanziamento.

Nel panorama di offerte presenti sul mercato, il nuovo Mutuo si presenta come un prodotto innovativo e competitivo: nell'ipotesi di un mutuo di 100 mila euro, trentennale, la nuova offerta di BNL consente - per i primi due anni - una riduzione della rata di circa il 30%, rispetto all'importo di un normale finanziamento a tasso fisso.

Per chi sta valutando la portabilità, inoltre, Mutuo 2 in 1 offre un duplice vantaggio: la riduzione della rata rispetto al mutuo originario - grazie al possibile allungamento della durata del finanziamento e alla convenienza dei tassi - e l'ulteriore risparmio nei primi due anni di rimborso.

Con questa nuova iniziativa, BNL-Gruppo BNP Paribas si conferma “*banca per un mondo che cambia*”, partner affidabile, che contribuisce a rendere le scelte dei clienti sempre più consapevoli e sostenibili nel tempo, attraverso la qualità del servizio, della consulenza e la trasparenza dell'offerta. Alle famiglie italiane, infatti, BNL non si presenta come mero fornitore di prodotti, ma come Banca in grado di affiancare i clienti nei progetti di vita più importanti, dando così un messaggio differente dalle convenzioni del mercato.

BNL si posiziona, quindi, come una banca innovativa e, soprattutto, responsabile, per offrire sicurezza ai clienti e permettergli di progettare il futuro più serenamente.

“*Il Futuro è meno imprevedibile se scegli consapevolmente*” è proprio il nuovo slogan della campagna pubblicitaria - firmata dalla sede romana dell'agenzia TBWA\Italia e pianificata da Vizeum Roma - che sarà in onda da oggi, per 2 settimane, sui maggiori canali TV, radio, nei



principali circuiti cinematografici e sui siti Internet più cliccati, con una significativa presenza anche sui portali *mobile*. La pianificazione media è stata progettata esaltando la piena integrazione tra canali tradizionali e i nuovi media, anche attraverso continui rimandi tra la storia raccontata in video e sul digitale.

Realizzati anche mini-clip video, esclusivi per il canale online: i protagonisti sono, come per lo spot, Sofia e Marco e il loro progetto di comprare casa, ma – navigando nella storia – si potrà decidere di volta in volta quale indirizzo dare al racconto e valutare la convenienza delle scelte. Tutto questo su “2in1.bnl.it”, uno spazio interattivo, dedicato all’in-formazione sul tema “mutuo”, le caratteristiche del tasso fisso e variabile, le conseguenze delle diverse scelte nella vita quotidiana.

La scenografia dello spot - ideata per vivere insieme i diversi momenti della vita dei due protagonisti - ha richiesto l’allestimento di una vera agenzia BNL, riprendendo il nuovo layout della Banca, ispirato ai moderni principi dell’accoglienza al cliente e ad un modello di servizio sempre più specializzato sulle singole esigenze dei diversi clienti.

BNL, fondata nel 1913, è uno dei principali gruppi bancari italiani e tra i più noti brand in Italia. Oggi fa parte del Gruppo BNP Paribas, leader europeo nel settore dei servizi bancari e finanziari di portata mondiale e una delle 6 banche più solide del mondo secondo la valutazione di S&P's. Il Gruppo è presente in 85 paesi, con più di 205.000 collaboratori, di cui 165.200 in Europa. Detiene posizioni chiave in tre grandi settori di attività: Retail Banking, Investment Solutions e Corporate & Investment Banking.

BNL, con circa 900 punti vendita in Italia, 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).

Contatti

Media Relations BNL +39 06 4702.7209-15 - press.bnl@bnlmail.com.