

COMUNICATO STAMPA

FONDI SOCIALMENTE RESPONSABILI: DA BNL GRUPPO BNP PARIBAS UNA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE E INFORMAZIONE VERSO QUESTE SOLUZIONI AD “IMPATTO POSITIVO”

Fino al 31 marzo, la Banca azzera le commissioni di ingresso sulle nuove somme investite, come ulteriore stimolo verso una scelta che punti a coniugare sostenibilità e rendimenti potenziali

Prosegue la strategia di #PositiveBanking di BNL e di BNP Paribas, impegnate, anche attraverso il business, in azioni concrete per dare il proprio contributo alla salvaguardia dell'ambiente, al rispetto e all'inclusione delle persone e ad un futuro migliore

I fondi socialmente responsabili sono una forma di investimento tanto attuale e in espansione quanto **non pienamente conosciuta e compresa** ancora da molti risparmiatori: parte da questa consapevolezza, testimoniata anche da diversi studi di settore, la **nuova iniziativa di BNL Gruppo BNP Paribas che continua a puntare sulla sostenibilità come fattore di sviluppo sociale oltre che economico.**

È in onda in questi giorni, e lo sarà per tre settimane, la campagna di comunicazione – il quarto capitolo nel “racconto” del **#PositiveBanking di BNL-BNP Paribas** – dedicata ai fondi Socialmente Responsabili (SRI). In *“un mondo che cambia”*, anche **gli investimenti possono essere veicolo di attenzione ed impegno comune** – del mondo finanziario, della Società, dei singoli individui – **verso i grandi temi ambientali, della tutela dei diritti umani, dell'uguaglianza e di un'economia reale più sana.**

BNL e BNP Paribas si rivolgono al grande pubblico facendo leva sull'affidabilità di un Gruppo globalmente attivo nella sostenibilità ambientale, sociale ed economica (**oltre 168 miliardi di investimenti in progetti ed iniziative sostenibili**) e sull'*expertise* di team internazionali di gestione del risparmio (**più di 37 miliardi di euro di SRI under management**) e di consulenza. Fin dal 2002, BNP Paribas è stata leader nella creazione del primo fondo socialmente responsabile e, nel 2019, Euromoney ha nominato il Gruppo, *“migliore banca al mondo per la finanza sostenibile”* per il secondo anno consecutivo.

Forte di questa esperienza riconosciuta, BNL vuole così fare formazione ed informazione su queste soluzioni di investimento caratterizzate da precisi **criteri ESG** - Ambientali, Sociali e di *Governance* - nella scelta di asset sottostanti, tendenzialmente meno esposti a certe categorie di rischio (gestionale, reputazionale, etc.) ed in grado di dare un contributo ambientale e sociale per un futuro migliore, oltre che puntare a possibili ritorni positivi sui rendimenti. Ciò è finora dimostrato anche dall'indice MSCI World SRI che, tra il 2018 e il 2019, ha performato meglio del MSCI globale per circa 5 punti percentuali.

«*“ESG - Environmental, Social, Governance”* – ha affermato Manuela Maccia, Responsabile Investimenti, Prodotti e Advisory di BNL-BNP Paribas Private Banking e Wealth Management - *per noi non è solo l'acronimo che identifica i fondi sostenibili, ma è un approccio strategico in cui i criteri extra-finanziari ESG completano, in modo strutturale, quelli finanziari. Per questo in BNL-BNP Paribas crediamo che, oltre a parlare di prodotti SRI come soluzioni di investimento di qualità, sia necessario ed opportuno fare “education” su tali temi, tanto verso i clienti quanto con i nostri gestori, per creare una consapevolezza il più diffusa e sentita possibile. Con questa nuova campagna vogliamo parlare al grande pubblico e spiegare il valore degli asset socialmente responsabili, rendendo consapevoli le persone e sostenendoli in questa scelta anche attraverso l'abolizione, fino al 31 marzo, delle commissioni di ingresso per le nuove somme investite in fondi SRI. Tutti insieme possiamo così creare un circolo virtuoso che porti anche ad impatti positivi sull'ambiente, sulla società, sull'economia».*

#PositiveBanking è la strategia attraverso la quale BNL e BNP Paribas sono impegnati a **coniugare il business con i temi della sostenibilità**, coinvolgendo clienti, fornitori, *stakeholder* e le *community* di riferimento della Banca e del Gruppo, per diffondere la conoscenza e la consapevolezza su tematiche di portata mondiale, con uno sguardo alle nuove generazioni.

Lo spot TV di questa nuova campagna parte proprio dall'immagine di un bambino che pedala, sostenuto ed incoraggiato dal padre: sono gli adulti che, simbolicamente, accompagnano i piccoli e i giovani di domani verso un mondo che può essere migliore e sostenibile.

La campagna, ideata da TBWA\Italia e pianificata da Mindshare, è *on air*, a livello nazionale, su TV, Radio, Stampa, *Digital*, affissioni e canali proprietari e prevede un investimento anche su media locali per una migliore penetrazione e capillarità dei messaggi. Sono state ideate, inoltre, specifiche pillole *educational* su Web e su importanti emittenti radiofoniche, proprio per parlare di investimenti responsabili ed approfondire il rapporto tra rendimento e sostenibilità.

BNP Paribas ha stanziato ad oggi oltre 168 miliardi di euro in progetti che contribuiscono direttamente al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ONU. Dal 2016, inoltre, il Gruppo è partner della "World Bank" nell'emissione dei "Bonds for Sustainable Development" ed è leader, in Europa, nei "Green Bonds". BNP Paribas è impegnata, inoltre, nel finanziamento delle energie rinnovabili con un nuovo target di 18 miliardi € al 2020 ed ha recentemente preso nuovi impegni restrittivi nei finanziamenti al carbone impegnandosi ad un'uscita totale nel 2030 nei paesi Ue e nel 2040 in tutto il mondo. Il Gruppo già non finanzia aziende nell'estrazione e commercializzazione di shale oil, shale gas e petrolio dall'Artico, come anche quelle attive nel business del tabacco.

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.

BNL Media Relations: Maurizio Cassese +39 06.42925362 press.bnl@bnlmail.com



[@BNL_PR](#)