

COMUNICATO STAMPA

INTESA SANPAOLO PRESENTA IL NUOVO MODELLO DI FILIALE

L'OBIETTIVO È ARRIVARE A 1.000, LE PRIME 50 ENTRO IL 2015: SARANNO LE "PIAZZE" DELL'ECONOMIA REALE

- Una "rivoluzione" partita da Milano, Roma e Torino, che Intesa Sanpaolo porterà nei piccoli centri come nelle grandi città
- Accoglienza e relazione al centro del nuovo modo di fare banca
- La filiale diventa aperta e flessibile: spazi da vivere in comune e salotti per incontri dedicati, orari lunghi, proposte di eventi che sposano imprenditorialità, innovazione, arte, cultura e terzo settore
- La nuova filiale nasce dall'ascolto dei clienti e dall'esperienza di chi lavora a più stretto contatto con loro
- Ognuna occupa circa 15 persone su una media di 500 mq di spazio
- L'obiettivo è far sentire le persone "a casa" integrando consulenza e canali digitali

Milano, 27 ottobre 2015. Intesa Sanpaolo presenta il nuovo **modello di filiale**: il **layout** cambia in funzione di un **modo diverso di fare banca** che vuole **far sentire le persone "a casa"** puntando su accoglienza e relazione. Una delle prime realizzazioni, dopo tre filiali pilota a Milano, Roma e Torino, è la filiale di **Piazza Cordusio** a Milano, presentata questa mattina e per tre giorni al centro di un programma di eventi dal titolo **L'Italia dal vivo**.

Entro fine anno circa **50 filiali di dimensioni medio-grandi** del Gruppo Intesa Sanpaolo saranno completamente ridisegnate e rinnovate. L'obiettivo finale è **arrivare a circa 1.000**, coniugando un servizio più aderente alle mutate esigenze della clientela con la possibilità di utilizzare in modo più efficiente e razionale gli spazi. Ognuna occupa una media di **15 persone** in ambienti di **circa 500 mq**. Rispetto al modello tradizionale, sarà possibile **recuperare fino al 40% degli spazi** per ospitare nuove attività e servizi per i clienti. Intesa Sanpaolo porterà il cambiamento sia nei **grandi centri** - nei centri storici e nelle aree ad alta densità sociale e commerciale - sia nelle **piccole realtà**, in linea con la vocazione della Banca, che ha fatto del legame con il territorio la chiave del suo successo.

All'inaugurazione sono intervenuti il Consigliere Delegato e Ceo del Gruppo Intesa Sanpaolo **Carlo Messina**, il responsabile dell'Area Sales e Marketing **Stefano Barrese** e il direttore delle Relazioni Esterne **Vittorio Meloni**.

Il nuovo modello di filiale nasce da un ampio e puntuale **ascolto** delle proposte espresse dai clienti e dal personale della Banca che lavora a più stretto contatto con loro.

Il **format** è centrato, tra l'altro, sull'idea della filiale come **"hub" dell'economia reale**, luogo di dialogo, incontro, comunicazione e lavoro destinato alle famiglie, alle imprese, ai professionisti, alle donne imprenditrici e alla ricerca di nuove opportunità professionali, alle start up, ai giovani che cercano un percorso di studio e di lavoro. Il lay-out delle nuove filiali è stato concepito come **spazio modulare per organizzare eventi e per ospitare attività** anche di carattere artistico, culturale e legate al terzo settore.

Accoglienza e relazione sono gli obiettivi principali del cambiamento di modello. Per realizzarli la Banca ha gradualmente abbattuto barriere e confini. Un momento chiave è stato, a gennaio 2013, l'introduzione di **orari prolungati** fino a sera e il sabato mattina.

Da oggi ha inizio la **"rivoluzione" degli spazi**. Il fulcro della filiale è la **"piazza"**, luogo - non solo metaforico - per lo scambio di idee ed esperienze, dove prendono vita confronti ed eventi. Al centro di quest'area condivisa si trova un **grande tavolo di legno grezzo**, tutto intorno ci sono librerie, divani e poltrone. Sulla piazza affacciano i **salottini per gli incontri informali** e **gli spazi dedicati a quelli riservati**, le casse **self service assistite** e lo spazio di Intesa Sanpaolo Casa, l'**agenzia immobiliare** del Gruppo.

La filiale diventa una sorta di **piattaforma sociale** che mette il cliente al centro, offrendogli la possibilità di acquisire nuove competenze e di partecipare a **iniziative ed eventi non solo bancari o finanziari**. Con i suoi 11 milioni di clienti imprese e famiglie, la Banca vuole sviluppare nuove aree di intermediazione, di incontro tra offerta e domanda. In calendario ci sono già le prime proposte: la presentazione di un nuovo romanzo a Roma, un incontro dedicato alla salute al femminile a Torino, mentre a Milano questa sera debutta "Il Bacio" di Hayez e nel pomeriggio si discute di nuove realtà imprenditoriali.

La nuova filiale **coniuga digitalizzazione e relazione fisica** con il cliente. Lo si percepisce già al **banco per l'accoglienza**, altra costante nel nuovo modello. La tecnologia di ultima generazione consente un immediato riconoscimento del cliente e del suo rapporto con la banca. Gli operatori quindi lo accolgono e lo accompagnano qualora necessiti di consulenza specialistica o di assistenza, per esempio nell'utilizzo delle casse self.

Intesa Sanpaolo, infatti, con **54 ore di formazione per dipendente all'anno** intende ancora e sempre più puntare sulla qualità del servizio e della relazione umana. **Oltre l'80% delle operazioni transita ormai sui canali diretti**, ma **la filiale rimane centrale** nell'offerta di consulenza e per accompagnare i clienti nelle scelte più importanti. La tecnologia è una presenza costante ma discreta: **wi-fi, lockers** per gli acquisti e-commerce, **tablet** a disposizione dei clienti, **monitor informativi** e **installazioni per videoconferenze**.

Carlo Messina, nel suo intervento, ha posto l'accento sulla strategia perseguita dal Gruppo: *"Per Intesa Sanpaolo oggi è un giorno particolare: il nuovo modello di filiale segna un rinnovamento completo e profondo; è tutt'altro che un semplice ritocco estetico. Il cambiamento del luogo fisico, infatti, va di pari passo a quello di mentalità e di approccio delle nostre persone. L'obiettivo è dare forma compiuta alla nostra identità: Intesa Sanpaolo è la banca dell'economia reale e le nuove filiali ne diventeranno la piazza. Esse sono un luogo aperto, uno spazio di ascolto e di relazione con il cliente, 'abitato' da persone che danno voce e significato a questa realtà. Rafforzeremo ancor più la nostra relazione con la clientela, com'è nel nostro DNA. Negli anni della crisi, mentre il nostro Paese si trovava in difficoltà sui mercati mondiali, noi abbiamo fatto la nostra parte continuando a erogare credito. Oggi, in un contesto radicalmente mutato in positivo, siamo la Banca al servizio della crescita. Da inizio anno a ottobre Intesa*

Sanpaolo ha erogato in Italia oltre 32 miliardi di nuovo credito a medio e lungo termine, un dato in forte crescita: +48,3%. Di particolare rilievo l'impegno verso famiglie e piccole imprese: con una cifra di 26 miliardi la crescita supera il 62% ”.

Stefano Barrese ha dichiarato: *“La nostra idea muove dalla necessità di dare un significato diverso alla nostra rete diffusa su tutto il territorio nazionale. Vogliamo accogliere i clienti con una nuova modalità che possa coniugare il tema per noi fondamentale della relazione con il digitale. I due aspetti, infatti, non solo non si escludono, ma sono necessari l'uno all'altro per offrire un servizio al passo con i tempi. Siamo arrivati a questa piccola rivoluzione grazie al lavoro intenso delle nostre persone, portato avanti con passione nel corso di diversi mesi”*.

Vittorio Meloni ha sottolineato: *“L'avvio di questa filiale è anche un momento di festa, come si usa fare quando si tiene a battesimo una nuova casa. Per l'inaugurazione daremo un saggio degli eventi e del format che andremo a proporre: imprese e lavoro, innovazione e start up, cultura, arte e terzo settore in ambienti progettati per entrare in rapporto con la clientela con modalità completamente nuove, puntando su spazi modulari e flessibili”*.

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media

Banca dei Territori e Media locali

+39 011 555.6652 – 049 6539835 – 02 8796.2677 – 02 8796.2642

stampa@intesasanpaolo.com