

COMUNICATO STAMPA

**Terza edizione del premio
«DISTRIBUTION & MARKETING INNOVATION AWARDS 2015»
promosso da Efma e Accenture**

**AL GRUPPO INTESA SANPAOLO IL 1° PREMIO NELLA CATEGORIA
«PHYSICAL DISTRIBUTION»,
PER IL PROGETTO «ZERO PAPER BRANCH»**

- **Il Gruppo Intesa Sanpaolo è tra i primi vincitori della competizione che seleziona a livello mondiale i progetti e le best practice più innovative nel settore dei servizi finanziari retail**
- **Intesa Sanpaolo ha avviato, su tutta la rete della Banca dei Territori, la progressiva estensione delle funzionalità di dematerializzazione dei contratti, che semplifica i processi grazie alle nuove modalità di firma paperless**
- **Il progetto, nato dalla stretta collaborazione tra la Divisione Banca dei Territori e l'Area Chief Innovation Officer di Intesa Sanpaolo, si inserisce nel più ampio contesto di rinnovamento della customer experience e mira al forte recupero di qualità e di tempo nella relazione con i nostri clienti**

Torino, 29 ottobre 2015 - Il Gruppo Intesa Sanpaolo è stato premiato da Efma e Accenture per il **progetto di dematerializzazione dei contratti**, avviato su tutta la rete della Banca dei Territori con l'ambizioso obiettivo di **eliminare completamente, entro il prossimo anno, la firma olografa e l'uso della carta in filiale**, con un percorso graduale di sviluppi IT, formazione del personale e comunicazione ricorrente ai clienti.

La consegna del riconoscimento, nella categoria **“Physical Distribution”**, è avvenuta ieri ad Amsterdam durante la cerimonia ufficiale dei **“Distribution & Marketing Innovation Awards 2015”**.

Il progetto, progressivamente introdotto dallo scorso mese di maggio nelle filiali Retail e Personal, è nato dall'esigenza di **semplificare i processi e migliorare l'esperienza del cliente**, attraverso le **nuove modalità di firma paperless** omogenee sui diversi touch point (in filiale, a domicilio del cliente, tramite internet banking, contact center,...).

Il cliente visualizza la proposta su tablet e la sottoscrive scegliendo la modalità di firma che preferisce tra le due proposte dalla Banca, entrambe con la medesima valenza legale di quella olografa: **grafometrica**, autografa apposta su tablet elettronico; oppure **digitale remota** (FDR), imputando il Pin della firma digitale e la one-time password generata tramite il servizio O-KeyPiù. In questo modo, il cliente riceve copia della documentazione in formato elettronico, direttamente sulla propria casella e-mail o sul proprio servizio di internet banking.

L'eliminazione della firma olografa, attraverso le soluzioni individuate, consente anche di **abbattere i rischi operativi**, assicurando la presenza di tutte le firme necessarie attraverso controlli automatici inclusi nella procedura di firma e garantendo la **piena rintracciabilità** dei documenti, conservati in un **unico repository digitale di Gruppo**.

Non ultimo, l'ulteriore obiettivo del **maggiore rispetto per l'ambiente** - con contestuale riduzione dei costi operativi - in coerenza con la politica ambientale della Banca: grazie all'eliminazione della carta, si stima di risparmiare fino a 350 tonnellate di carta in un anno, con relativo abbattimento delle emissioni CO₂.

Ad oggi, sono **già operanti in modalità paperless circa 1.200 filiali** (saranno 2.500 a fine 2015); il **40% dei gestori** dispone di tablet per la firma ed è già, quindi, abilitato alla dematerializzazione su **carte, investimenti e questionari obbligatori** (es. Mifid, antiriciclaggio, Fatca). A inizio ottobre, è già stata dematerializzata **un'operazione su cinque**. La totalità dei punti operativi sarà attivata **entro il primo semestre del 2016**, con i principali contratti e documenti dedicati alla clientela retail completamente dematerializzati (anche se, naturalmente, il cliente potrà sempre ricevere su richiesta copia cartacea della documentazione).

Il progetto "Zero paper branch" di Intesa Sanpaolo va però oltre la semplificazione e l'efficienza dei processi: è infatti un vero percorso di rinnovamento della Banca, funzionale al nuovo modello di servizio e al **profondo ripensamento degli spazi e delle funzioni della filiale**: non uno "sportello" di servizi, ma una **"piazza" d'incontro** e un luogo accogliente e dai tratti familiari. La customer experience è resa unica e perfezionata grazie alla continuità tra tutti i punti di accesso alla Banca, in uno scenario di multicanalità integrata, mentre l'esperienza in filiale, **fulcro della relazione con i nostri clienti**, si focalizza sulla consulenza e sulla proposizione commerciale.

Per **Massimo Tessitore, responsabile della Direzione Multicanalità Integrata di Intesa Sanpaolo**, che ieri ha ritirato il premio per la Banca e ha partecipato a vari momenti di confronto nel corso della giornata: *"Il riconoscimento ottenuto da Intesa Sanpaolo conferma la bontà di un progetto sul quale abbiamo deciso di investire in modo significativo in termini di risorse, formazione e di energie. Ed è significativo che Intesa Sanpaolo, per il terzo anno consecutivo, si sia distinta tra tanti candidati provenienti da tutto il mondo con un'iniziativa che, ancora una volta, sottolinea la volontà di recuperare qualità e tempo nel rapporto con la clientela. L'ambizione di innovare è sempre più un elemento distintivo della nostra strategia e del nostro modo di operare ed è indispensabile per poter attuare la strada intrapresa per la trasformazione del nostro modello di servizio, fondato sulla centralità del cliente e delle nostre persone."*

Nelle due precedenti edizioni degli Awards, Intesa Sanpaolo aveva ottenuto il miglior piazzamento rispettivamente per il progetto di rimodulazione del dialogo commerciale tra clienti e gestori, che aveva spostato il focus principale dal successo nelle vendite alla qualità della relazione; e per aver profondamente innovato la gestione dei clienti multibancarizzati, estendendo l'analisi tradizionale con un approccio basato su un modello di analisi statistica predittiva.

Sul portale www.efma.com/accnture sono disponibili la descrizione del progetto presentato da Intesa Sanpaolo tra le 500 innovazioni proposte dalle 212 istituzioni finanziarie provenienti da 61 Paesi.

Per informazioni

Intesa Sanpaolo
Rapporti con i Media
Banca dei Territori e Media locali
Tel +39 0115559609
stampa@intesasanpaolo.com