

## COMUNICATO STAMPA

**Sono quasi 3 milioni i clienti on line della Banca e oltre il 50 per cento delle transazioni vengono effettuate attraverso i canali diretti**

### **NUOVO SITO PER L'INTERO GRUPPO INTESA SANPAOLO**

**Contenuti e servizi Web 2.0, innovativi strumenti di navigazione per una relazione interattiva sempre più efficace con i clienti on line**

Torino/Milano, 4 aprile 2008 – Intesa Sanpaolo unifica la presenza sul Web puntando sulla semplicità della navigazione e sull'interazione con il cliente. L'integrazione commerciale nell'ambito del Gruppo è arrivata alle fasi conclusive, e ora si concretizza anche sul canale Internet.

Dal 7 aprile sarà infatti attivo il sito **www.intesasanpaolo.com**, che sostituisce sia [www.sanpaolo.com](http://www.sanpaolo.com) sia [www.bancaintesa.it](http://www.bancaintesa.it). Dalla stessa data, i diversi siti della Banca dei Territori - Banco di Napoli, Banca dell'Adriatico, Carisbo, Cassa di Risparmio del Friuli Venezia Giulia, Cariromagna, Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, Cassa di Risparmio di Venezia - adotteranno i medesimi servizi e la stessa veste grafica. Si stanno allineando alle nuove logiche Web anche le società prodotte del Gruppo e i diversi settori operativi, per i quali [www.intesasanpaolo.com](http://www.intesasanpaolo.com) diventerà la porta di accesso on line.

Intesa Sanpaolo vuole rispondere alle esigenze di una clientela sempre più orientata all'utilizzo del canale on line: per questo motivo la navigazione è stata improntata a criteri di chiarezza e semplicità. Sono quasi 3 milioni di clienti retail on line e oltre il 50 per cento delle transazioni vengono effettuate attraverso i canali diretti. La Banca registra mensilmente oltre 110 milioni di pagine visitate, 23,5 milioni di rendiconti e 1,5 milioni di disposizioni. Nel corso del 2007 sono stati sottoscritti 550.000 nuovi contratti per il Web Banking e circa 100.000 nei primi due mesi del 2008.

La nuova presenza on line di Intesa Sanpaolo segue i criteri del Web 2.0, l'utilizzo più evoluto di Internet. Il principio guida è l'interazione con l'utente, il cui apporto propositivo è incoraggiato in più modi, a cominciare dalla comunicazione emozionale del sito, studiata per favorire il dialogo diretto con la banca e soddisfare i bisogni di chi naviga. Fin dall'ingresso in *home page* l'utente si trova in un ambiente che favorisce un utilizzo agevole e intuitivo. I settori chiave, a cui si accede con un unico clic, sono immediatamente riconoscibili grazie alla rappresentazione dei servizi tramite icona.

Il sito è dotato di strumenti innovativi quali il **motore di ricerca basato su tecnologia Google Search Appliance**, che consente all'utente di trovare l'informazione o il servizio di cui ha bisogno in pochi secondi anche con una richiesta iniziale molto generica. Il **servizio e-mail durante la navigazione** permette di ricevere consulenze su servizi di interesse, di chiedere di essere contattati da una filiale scegliendo ora e giorno e, in un secondo tempo, consentirà di interagire, parlare o videoconversare tramite tecnologia Voip con un consulente della banca in tempo reale. Infine, per trovare la filiale più comoda è disponibile un **motore di ricerca evoluto**, che presto sarà integrato da servizi di cartografia on line.

Rapporti con i Media - Banca dei Territori  
Chiara Carlotti - 02 87963845  
Mirella Gai - 011 5556652  
Monica Biffoni - 055 2612573  
[stampa@intesasanpaolo.com](mailto:stampa@intesasanpaolo.com)