

COMUNICATO STAMPA

INTESA SANPAOLO PER I GIOVANI SERVIZI, INIZIATIVE E FILIALI PER UNA NUOVA RELAZIONE CON LA BANCA

- La Banca trasforma il rapporto con i giovani cambiando il linguaggio, la comunicazione e le tecnologie informatiche, l'offerta di prodotti e servizi.
- Creazione di un nuovo ed unico marchio: "Superflash".
- Inaugurata a Milano la prima filiale interamente dedicata ai giovani. Ne saranno aperte altre 10 nei prossimi mesi nelle principali città italiane.
- Nuovo sito web superflash.it rivolto ai giovani e forte presenza nei social media.
- Ingaggio diretto dei giovani sui temi principali quali la scuola, la formazione, la ricerca di lavoro, la casa, la scontistica, il tempo libero, l'impegno sociale.

Milano, 16 settembre 2011. Ascoltare ancora di più i bisogni dei giovani e cercare di parlare una lingua comune per avvicinare ulteriormente la Banca alle nuove generazioni. E' una nuova cultura che **Intesa Sanpaolo** porterà in tutte le filiali della **Banca dei Territori** mettendo in prima linea gli 11.000 colleghi del Gruppo under 35.

Ne hanno discusso **Corrado Passera**, CEO di Intesa Sanpaolo, **Marco Morelli**, Direttore Generale e **Nando Pagnoncelli**, presidente di IPSOS, presentando l'ampio progetto della Banca durante l'inaugurazione della prima **Filiale Superflash** interamente dedicata ai giovani. La filiale si trova a **Milano**, in via Torino 21, ed entro i prossimi mesi sarà replicata a **Torino, Napoli, Padova, Roma, Bologna** e **Firenze** nonché in Lombardia, Puglia, Sardegna e Sicilia.

Intesa Sanpaolo vuole esprimere un **segnale forte di attenzione** nei confronti delle generazioni che rappresentano il futuro del Paese ed a cui è necessario dedicare una maggiore attenzione ed un più efficace percorso di ascolto e comprensione. I giovani italiani tra i 18 e i 35 anni sono circa 13 milioni, poco più del 20% della popolazione: il 53% ha un'occupazione, il 28% non è occupato, il 19% è studente. Più in particolare, coloro che hanno un lavoro stabile per tipologia contrattuale o livello di reddito dichiarato sono circa il 33%, mentre il 16% è precario. Il 54% vive in famiglia, con i genitori o con altri parenti, il 27% è indipendente e senza figli, solo il 18% è genitore al di fuori della famiglia d'origine. È una fascia di età propensa all'internazionalità: ben il 75% si dichiara interessato ad andare

all'estero, specie per avere maggiori opportunità e un reddito più elevato, anche se solo il 40% ha una buona conoscenza dell'inglese.

Dall'indagine realizzata da IPSOS per Intesa Sanpaolo emerge che gli strumenti finanziari di base sono noti: ben il 70% dichiara di averne una conoscenza almeno media; c'è al contrario una minore competenza circa quelli più evoluti: quasi il 50% dichiara una competenza bassa o nulla. Le fonti maggiormente utilizzate per la raccolta di informazioni finanziarie sono i siti on line e il passaparola di amici e conoscenti.

È un target estremamente "bancarizzato" - il 95% possiede almeno uno strumento di gestione del denaro - e molto propenso all'utilizzo di Internet per i propri bisogni finanziari: la maggioranza assoluta di coloro che hanno un conto corrente usano l'home banking e, tra i prodotti che pensano di adottare in futuro, il conto corrente on line eguaglia quello tradizionale. Ben il 39% dichiara di avere uno smartphone: il 50% è interessato alla possibilità di utilizzare il cellulare per avere informazione bancarie, mentre solo il 44% è disponibile a utilizzarlo per compiere operazioni finanziarie e bancarie.

I dati **IPSOS**, un ampio lavoro di **ascolto attraverso i social network**, e l'**esperienza diretta sul territorio** con 5.600 filiali nelle diverse realtà regionali sono alla base della nuova cultura e del nuovo modo di parlare ai giovani che Intesa Sanpaolo vuole sviluppare con la nuova offerta Superflash. La Banca ha rimodulato offerta, modello di servizio e stili di comunicazione puntando su semplificazione e massimo contenimento dei costi per i clienti. **Superflash** è il brand "ombrello" che contraddistingue servizi, iniziative speciali, sito Internet e filiali dedicate.

E' un modo nuovo e impegnativo di fare banca, che vede i "giovani parlare ai giovani" attraverso il massimo coinvolgimento delle risorse *under 35*, che sono il 20% dei dipendenti del Gruppo. Il **web** diventa un **canale chiave di relazione**: multimedialità, assistenza on line, interazione con i social network, a cominciare dalla pagina **Superflash** su Facebook. Il nuovo sito **superflash.it** è il punto di approdo di quanto la Banca ha da offrire alle nuove generazioni, pensato per creare aggregazione intorno ad aree di interesse condivise e favorire l'interattività. Il sito, **disponibile anche per mobile e visualizzabile tramite browser su tablet**, contiene informazioni semplici e concrete sui servizi bancari e offre soluzioni e applicazioni nei settori che più interessano ai giovani, dalla musica al volontariato.

Intesa Sanpaolo vuole dedicare ai giovani non solo una più articolata offerta "virtuale", bensì comunque coinvolgere tutte le strutture operative della "**banca dei territori**". Il modo dedicato di approcciare il mondo dei giovani, grazie ad un sistematico lavoro di formazione

e comunicazione interna, sarà infatti **patrimonio comune dell'intera rete**, e troverà piena realizzazione con l'apertura di **undici filiali Superflash nelle principali città italiane**. Queste filiali sono disegnate per rispondere a taluni bisogni dei giovani mantenendo una continuità con l'esperienza web del sito, inoltre consentono di ospitare un programma di eventi che comprende concerti musicali, eventi sportivi, incontri culturali, momenti di formazione e altro ancora, diventando così dei veri e propri laboratori di esperienza e conoscenza con il mondo dei giovani sia per i bisogni bancari sia per quelli extra-bancari. Gli ambienti propongono arredi essenziali, tecnologia di ultima generazione, comunicazione continua attraverso videowall e intrattenimento radiofonico. E' un contesto aperto e che mette a proprio agio, incuriosisce, incoraggia il self banking. Le filiali Superflash sono aperte dal lunedì al sabato, dalle 13.30 alle 19.00.

La Banca, inoltre, farà sentire la sua presenza anche nei luoghi di aggregazione dei giovani, nelle università, e con un calendario di iniziative nazionali e locali.

Nel concreto la nuova offerta che Intesa Sanpaolo dedica ai giovani si articola in quattro ambiti: **Vantaggi e Tempo libero, Prodotti e Servizi, Progetti e Futuro, Impegno sociale**, con accesso immediato dal nuovo sito **superflash.it**.

VANTAGGI E TEMPO LIBERO

Intesa Sanpaolo ha attivato un insieme di offerte speciali "a tempo" in collaborazione con i partner commerciali più apprezzati, come **Piaggio** e **Groupalia**. Sono **Bonus Deals** da "prendere al volo" per ottenere sconti, agevolazioni, prodotti in esclusiva. A partire dalla nuova Vespa Superflash appositamente realizzata.

Per consentire ai giovani di mettersi in gioco in ambiti diversi e di realizzare aspirazioni e sogni custoditi nel cassetto, una delle proposte del lancio è costituita da **Musicflash**, un concorso musicale per giovani talenti con il coinvolgimento di **Radio Musicflash**, la **web-radio** del Gruppo Intesa Sanpaolo dedicata ai giovani. Si partecipa al concorso caricando sul sito www.superflash.it un brano inedito. I pezzi vengono selezionati da una giuria di qualità, sottoposti alla votazione del pubblico e trasmessi in streaming sul sito superflash.it e su Radio Musicflash. Il premio per il vincitore assoluto è la produzione di un disco e la campagna promozionale sul web.

PRODOTTI E SERVIZI

Per i servizi più strettamente bancari - suddivisi in **Superflash carta, conto, prestito, mutuo, risparmio, mobile** - il punto d'attenzione è l'aspetto dei costi, che Intesa

Sanpaolo ha contenuto al minimo: canone azzerato per conto corrente e carta di pagamento per i giovani 18-26, nessuna spesa accessoria per prestiti e mutui e tassi ridotti rispetto alla clientela ordinaria, costi di gestione contenuti per i prodotti di risparmio, tariffe competitive per il mobile.

Sul fronte della casa è particolarmente importante per i giovani alle prese con lavoro precario e limitata capacità di risparmio **la disponibilità di mutui che finanziano anche il cento per cento del valore dell'immobile, consentono di sospendere il pagamento delle rate in caso di bisogno per 3 volte nel corso della durata del mutuo e non richiedono la garanzia di un contratto di lavoro a tempo indeterminato.** Così come la possibilità di accantonare cifre anche molto piccole (50 euro al mese) offre l'opportunità di iniziare un piano di risparmio, i prestiti personali senza garanzie reali consentono di acquistare con più facilità un bene o un servizio ambito nonché finanziare progetti di vita importanti come lo studio.

IMPEGNO SOCIALE

La sfida è rispondere al **bisogno di solidarietà** molto presente tra i giovani: ben il 61% ha svolto almeno un'attività di volontariato negli ultimi dieci anni, di cui il 29% in modo continuativo. Sono numerose le iniziative etiche e sociali promosse da Intesa Sanpaolo con il coinvolgimento di *Banca Prossima*, la società del Gruppo dedicata al nonprofit. Superflash e **Terzaset_ore**, per esempio, daranno la possibilità sul nuovo sito di incrociare la domanda e l'offerta di volontariato per le organizzazioni nonprofit che operano in Italia e nel mondo.

PROGETTI E FUTURO

In questa sezione la novità appena pubblicata è il primo **Superflash Talent Contest**, rivolto, in questa prima fase, agli studenti universitari di Milano, Torino e Padova, che **possono presentare nuove idee e proposte di innovazione nel business bancario e finanziario per la Banca.** Intesa Sanpaolo offre sessioni di tutoring e una giornata di formazione su come si redige un business plan. Le migliori proposte saranno selezionate da una giuria di esperti di Marketing, Information Technology e Organizzazione ed i vincitori potranno partecipare ad uno stage presso le Direzioni Centrali del Gruppo.

In *Progetti e Futuro*, grazie alla collaborazione con **Job Rapido**, è disponibile anche un motore di ricerca che consente di visualizzare i principali annunci di lavoro presenti sul web.

Inedite anche le modalità di comunicazione e pubblicità della nuova campagna Superflash, che partirà il 18 settembre e che vede come protagonisti assoluti giovani artisti e creativi le cui foto e filmati sono stati inseriti nel nuovo format pubblicitario. Giovani per i giovani, senza artisti famosi e testimonial, puntando ad una concreta vicinanza a gusti e tendenze dell'universo giovanile.

Per Corrado Passera *“investire sui giovani significa investire sullo sviluppo. Il Gruppo Intesa Sanpaolo è attivo su più fronti: finanziamenti per le start up, per gli studi, per i giovani artisti, per la casa, ma oggi siamo qui per conferire nuovo slancio al nostro impegno. E’ sui giovani – ha detto – che ricadono in primo luogo gli effetti di una crisi più lunga e grave del previsto. Per questa ragione abbiamo sentito la necessità di ribadire che siamo al loro fianco, che moltiplicheremo sforzi e iniziative per sostenere i loro progetti e realizzare i loro talenti”*.

“Con Superflash – ha specificato Marco Morelli – avviamo un percorso fortemente innovativo che, al momento, non ha eguali nel panorama bancario italiano ed europeo. Vogliamo dare un nuovo segnale di fiducia e di apertura ai giovani, per farci conoscere ancora meglio sia dal lato dell’offerta sia dal lato del modello di servizio. Per fare questo abbiamo messo in campo molte risorse ed investimenti per provare nuove strade di relazione e comunicazione con i nostri clienti del futuro, ma anche con i tantissimi clienti giovani che già oggi hanno scelto la nostra banca. E’ una sfida che testimonia la spinta all’innovazione di tutto il Gruppo Intesa Sanpaolo”.

Per Nando Pagnoncelli *“il mese di agosto ha evidenziato l’ulteriore contrazione del sentiment e della fiducia degli italiani rispetto alla situazione economica e sociale. I giovani continuano a essere tra i più colpiti dalla crisi: disoccupazione e situazioni di precarietà li inducono ad avere una raffigurazione del futuro impoverita e dove il sé, come lavoratore e produttore di reddito, è indefinito. Non riescono nemmeno a fantasticare sul futuro: la raffigurazione di una situazione “ideale” coincide spesso con quella di un “lavoro giusto”. Porli al centro della propria azione è cruciale, poiché per ragioni intrinseche – consumi, energia, volontà, ambizione, ‘spinta critica e innovatrice’ – sono la fascia di popolazione che potrebbe dare un impulso alla ripresa del Paese. La ricerca suggerisce che i giovani – verrebbe da dire nonostante tutto... – sono reattivi, aperti e attenti a prodotti e servizi moderni, rapidi, efficienti, fatti su misura. Sono più indipendenti dei loro padri nella ricerca delle informazioni necessarie, molti hanno dimestichezza con gli strumenti finanziari. Sarebbe importante per tutti, non solo i giovani, che le potenzialità non si disperdessero e che le legittime aspirazioni fossero soddisfatte”*.

Contacts:

Intesa Sanpaolo - Rapporti con i Media

Media Banca dei Territori e Media locali

Mirella Giai 0115556652 – 3346538080

email mirella.giai@intesasnpaolo.com

Manuela Giordano 0287962677 – 3341197035

email manuela.giordano@intesasnpaolo.com

Monica Biffoni 0552612550 – 3356204956

email monica.biffoni@intesasnpaolo.com

Chiara Carlotti 0496539835 – 3351355936

email chiara.carlotti@intesasnpaolo.com