

## COMUNICATO STAMPA

### APRE LA NUOVA FILIALE SUPERFLASH A TORINO INTESA SANPAOLO PRESENTA IN ANTEPRIMA LA PIATTAFORMA PER IL MOBILE PAYMENT

- Inaugurata a Torino, in via Garibaldi, la seconda delle 11 Filiali Superflash previste nelle principali città italiane
- Fa parte dell'ampio progetto per i giovani che Intesa Sanpaolo ha lanciato nelle settimane scorse. Servizi e iniziative speciali nei settori che più li coinvolgono: *Vantaggi e Tempo libero, Prodotti e Servizi, Progetti e Futuro, Impegno sociale*, con accesso immediato dal nuovo sito *superflash.it*
- Focus sulla tecnologia: al via *Move and Pay*, la nuova piattaforma per pagare e trasferire denaro con i cellulari di ultima generazione e tramite le carte *Superflash*.

Torino, 7 ottobre 2011. Ragazze e ragazzi in prima fila, intrattenimento e tecnologie di ultima generazione per l'**inaugurazione**, in via Garibaldi 45/a, della **Filiale Superflash** che Intesa Sanpaolo dedica agli *under 35*. Al via anche la piattaforma **Move and Pay**, un innovativo sistema che **consente di pagare beni e servizi con il cellulare**.

#### LA FILIALE DI VIA GARIBALDI

Anche a Torino la *Filiale Superflash* sarà luogo simbolo del **nuovo approccio orientato ai giovani** che Intesa Sanpaolo ha lanciato da poche settimane e che si sta diffondendo in tutta la rete della **Banca dei Territori**. **Superflash** è il brand "ombrello" che contraddistingue servizi, iniziative speciali, sito Internet e filiali dedicate. Un progetto di cui hanno parlato – coinvolgendo i giovani ospiti – **Andrea Beltratti**, Presidente del Consiglio di Gestione di Intesa Sanpaolo, il Direttore Generale **Marco Morelli** e i curatori di una ricerca **IPSOS** sul mondo dei giovani, con una sezione di **approfondimento sul Nord Ovest**.

L'obiettivo è comunicare meglio con le nuove generazioni, ascoltare con più attenzione i loro bisogni, **coinvolgendo** innanzitutto i molti **colleghi del Gruppo** – 11.000 in Italia – **con meno di 35 anni**. Nel concreto la nuova offerta si articola in quattro ambiti: **Vantaggi e Tempo libero, Prodotti e Servizi, Progetti e Futuro, Impegno sociale**, con accesso immediato dal sito *superflash.it*.

La *Filiale Superflash* non è la classica filiale di banca: è invece uno **spazio aperto**, interattivo, pensato per ospitare anche concerti musicali, eventi sportivi, incontri culturali, momenti di formazione. Nei prossimi mesi sarà replicata a Napoli, Padova, Roma, Bologna, Firenze e successivamente in Lombardia, Puglia, Sardegna e Sicilia, mentre quella di Milano è stata inaugurata il 16 settembre, per un totale di 11 filiali. Gli ambienti hanno arredi essenziali, tecnologia di ultima generazione, comunicazione continua attraverso videowall e intrattenimento radiofonico. E' un contesto che mette a proprio agio, incuriosisce ed incoraggia il self banking, accessibile dal lunedì al sabato, dalle 13.30 alle 19.00.

## LA NUOVA PIATTAFORMA PER IL MOBILE PAYMENT

Nella *Filiale Superflash* di Torino, autentico laboratorio di esperienze bancarie ed extra bancarie, Intesa Sanpaolo ha presentato anche la nuova **piattaforma Move and Pay**, realizzata con il contributo di **Setefi** (società del Gruppo leader nel settore dell'acquiring), che consentirà di pagare e trasferire denaro direttamente con il telefono cellulare e presso **gli esercenti convenzionati con il circuito MasterCard PayPass**. Il **Mobile Payment** è una novità per il mercato italiano, che agevola in particolare i piccoli pagamenti. Con un semplice gesto si potranno pagare le spese quotidiane, dal caffè del mattino, al giornale, al parcheggio, ai mezzi pubblici, alla "paghetta" per i figli. E' sufficiente avere uno smartphone di ultima generazione. Gli esercenti convenzionati da Setefi al circuito *Paypass MasterCard* sono già oltre 2.000: entrare al supermercato o in un megastore e pagare con il cellulare semplicemente avvicinandolo al POS diventerà una realtà quotidiana, che consentirà di risparmiare tempo alla cassa.

Servizi come il **Mobile Payment** fanno parte di uno stile di vita – la cosiddetta **mobile life** – che incontrerà sempre più il favore delle giovani generazioni. Per conoscere meglio attitudini ed aspettative degli *under 35*, Intesa Sanpaolo si è affidata ad un'**indagine** realizzata ad hoc da **IPSOS**.

## LA RICERCA IPSOS SUI GIOVANI

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.

L'area **Nord Ovest** si contraddistingue in positivo rispetto alla situazione nazionale. La quota di occupati (63%) supera di 10 punti percentuali la media ed anche la fascia di coloro che hanno raggiunto una stabilità lavorativa (45%) è più ampia di 9 punti percentuali rispetto al dato Italia. La migliore situazione lavorativa favorisce l'indipendenza dalla famiglia d'origine, con la quale vive il 49% a fronte del 54% nazionale, e rende un po' meno attraente la prospettiva di trasferirsi all'estero per lavoro (71% vs 75%).

È un target estremamente "bancaizzato" - il 95% dei giovani italiani possiede almeno uno strumento di gestione del denaro - e favorevole 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. Il 39% dichiara di avere uno smartphone: il 50% è interessato alla possibilità di utilizzare il cellulare per avere informazioni 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 - di cui oltre 630 nel Nord Ovest - sono alla base della nuova cultura e del nuovo modo di parlare ai giovani che Intesa Sanpaolo sta sviluppando con *Superflash*. La Banca ha rimodulato offerta, modello di servizio e stili di comunicazione puntando su semplificazione e massimo contenimento dei costi per i clienti. 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*.

## UN PROGETTO COMPLETAMENTE NUOVO

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 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.

Inedite anche le **modalità di comunicazione e pubblicità** della nuova campagna *Superflash* partita il 18 settembre, 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, perché sia concreta la vicinanza a gusti e tendenze dell'universo giovanile.

Per **Andrea Beltratti** *“Con Superflash Intesa Sanpaolo si rivolge soprattutto alle generazioni che rappresentano il futuro del Paese e che hanno maggior predisposizione all'utilizzo di risorse informatiche nell'ambito della vita quotidiana. Consentendo ai giovani di sfruttare le loro conoscenze per gestire in modo consapevole ed efficiente la loro situazione finanziaria, si offre loro la possibilità di risparmiare tempo da dedicare alle attività preferite”.*

*“Vogliamo lasciare qui a Torino una testimonianza viva della fiducia e dell'apertura verso il mondo dei giovani che stiamo portando avanti con convinzione e impegno – ha sottolineato **Marco Morelli**. Superflash conferma la spinta all'innovazione che è propria di tutto il Gruppo Intesa Sanpaolo. Siamo anche la prima banca italiana ad attivare una piattaforma per i pagamenti in mobilità, ma per fare da apripista occorrono idee fresche e menti flessibili, per questo invito gli universitari torinesi a partecipare al Talent Contest che trovano sul sito Superflash: il loro contributo ci aiuterà a fare una Banca ancora migliore”.*

**Contacts:**

Intesa Sanpaolo - Rapporti con i Media

Media Banca dei Territori e Media locali

Mirella Giai            0115556652            email [mirella.giai@intesasanpaolo.com](mailto:mirella.giai@intesasanpaolo.com)

Monica Biffoni        0552612550            email [monica.biffoni@intesasanpaolo.com](mailto:monica.biffoni@intesasanpaolo.com)