

## COMUNICATO STAMPA

### INTESA SANPAOLO LANCIA IL NUOVO MODELLO DI FILIALE A TORINO

#### UNA TRASFORMAZIONE RADICALE DEGLI SPAZI E DELL'OFFERTA DI SERVIZI CHE RUOTA INTORNO AL CONCETTO DELLA CONDIVISIONE DI IDEE E DI ESPERIENZE

- **Comincia dalla storica agenzia di Corso Peschiera 151 il rinnovamento delle filiali Intesa Sanpaolo a Torino**
- **La filiale diventa aperta e flessibile: gli spazi sono accoglienti, adatti allo scambio di idee e di esperienze con clienti e non clienti, anche sui temi dell'arte, della cultura, dell'innovazione, dell'imprenditorialità, del terzo settore**
- **L'obiettivo è migliorare la *customer experience*, approfondendo il legame con il cliente attraverso un dialogo continuo e integrato su tutti i canali**
- **Per l'occasione, un programma di incontri, arte e musica, per presentare una nuova idea di banca tutta da condividere**

*Torino, 13 aprile 2016.* **Intesa Sanpaolo ha presentato oggi i nuovi spazi della filiale di Corso Peschiera**, storicamente uno dei punti operativi di maggiori dimensioni del Gruppo nell'area cittadina. I locali sono stati rinnovati in modo profondo, sul modello del **nuovo layout** introdotto dalla Banca a partire da ottobre 2015: **50** le filiali già riorganizzate fino a oggi, **100** entro la fine di quest'anno, **1.000** a regime. Un cambiamento del luogo fisico che va di pari passo con quello dell'approccio al cliente e che sta riguardando sia le grandi città, sia le piccole realtà.

Alla presentazione sono intervenuti **Carlo Messina**, Consigliere Delegato e CEO del Gruppo Intesa Sanpaolo, **Stefano Barrese**, Responsabile Divisione Banca dei Territori, **Vittorio Meloni**, Direttore Relazioni Esterne e **Cristina Balbo**, Direttore Regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria.

Il nuovo modello di filiale nasce dall'**ascolto** delle proposte dei clienti e del personale della Banca. **Condivisione di storie e di valori, coinvolgimento del territorio, accoglienza, flessibilità e modularità**, sono le parole chiave di questa vera e propria rivoluzione degli spazi, che dà seguito alla formula di successo sviluppata in Expo Milano 2015, dove Intesa Sanpaolo nel proprio padiglione *The Waterstone* ha dato voce alle eccellenze italiane nell'imprenditoria, nell'arte e nella cultura.

Fra nuovi concept e tecnologie, le filiali perdono la connotazione di "sportello" per le transazioni, per diventare sempre più un **luogo "familiare"**, accogliente, adatto al dialogo, all'incontro, alla comunicazione e al lavoro. Un'**officina di idee**, in cui la Banca vive il territorio e dove è possibile dar vita a **confronti**

**ed eventi** destinati alle famiglie, agli imprenditori e ai professionisti, alle start up, ai giovani e organizzare attività anche di carattere culturale, artistico e sociale.

Il progetto di restyling delle filiali è **sinergico con l'evoluzione dei canali digitali**, sempre più prevalenti rispetto a quelli tradizionali (sono **oltre 4 milioni** i clienti che operano in multicanalità; nel 2015 il **volume** delle transazioni sui canali diretti ha segnato una **crescita del 42%**). Intesa Sanpaolo punta sulla qualità del servizio e della relazione umana e considera la filiale un tesoro di esperienze e di contatto con il cliente, destinandole quindi un **ruolo centrale nell'offerta di consulenza** per accompagnare i clienti nelle scelte più importanti. L'agenzia sarà sempre più un **luogo stabile di relazione**, integrato con gli altri touch point messi a disposizione dei clienti.

## La nuova filiale di Corso Peschiera

Nei locali di Corso Peschiera sono occupate in tutto **46 persone** in un ambiente di circa **1.650 mq**, di cui 250 mq riservati alla filiale Intesa Sanpaolo Private Banking. Rispetto al precedente allestimento, è stato possibile recuperare uno spazio pari a circa il **20%** della superficie totale, che può ora essere destinato ad accogliere nuove attività e servizi per i clienti.

L'**ingresso** della filiale è **interamente vetrato** e **senza barriere architettoniche**. Gli interni sono ben visibili dall'esterno, grazie alla realizzazione di ben **undici vetrine tipo facciata continua**, che assicurano la massima trasparenza e consentono di comunicare ai passanti le soluzioni e i servizi offerti dalla Banca, invitandoli a entrare.

La filiale si sviluppa su tre piani. Il primo spazio che si incontra entrando è l'**area accoglienza**, punto di primo contatto con i clienti e di orientamento verso i servizi richiesti. Gli operatori, supportati anche dalle nuove tecnologie, aiutano il cliente a indirizzarsi verso i servizi desiderati, dalla consulenza specialistica fino all'uso delle casse self e gestiscono anche l'organizzazione dei nuovi appuntamenti.

**Il fulcro della filiale è la "piazza"**, un'area condivisa pensata per lo scambio di idee ed esperienze e per dare ospitalità a eventi e momenti d'incontro con clienti e non clienti. Al centro si trova un grande tavolo di legno grezzo, tutto intorno ci sono librerie, divani e poltrone. Vicino a questo spazio si sviluppano le casse, **due tradizionali** e **due casse self assistite** abilitate anche ai versamenti e ad altre operazioni di incasso e pagamento, **sette salotti** per gli appuntamenti che richiedono una certa riservatezza (*low privacy*) e lo **spazio di Intesa Sanpaolo Casa**, l'agenzia immobiliare del Gruppo.

Salendo al primo piano si trovano, fra l'altro, **otto salotti** che assicurano a clienti e gestori una totale riservatezza durante gli incontri di consulenza (*high privacy*); in alcuni di essi è presente un videowall adiacente al tavolo, da utilizzare come secondo schermo durante l'incontro con il cliente. Sempre su questo piano ci sono uno spazio per il **co-working** e i locali riservati alla filiale Private. Al piano interrato si trova un ulteriore spazio per il **co-working di Intesa Sanpaolo Casa**.

La tecnologia è una presenza costante: l'**area esterna delle casse self**, accessibile **h24**, ospita **due sportelli automatici evoluti** e **uno sportello automatico solo per i prelievi**. Nei locali interni sono disponibili per i clienti connessione wi-fi, lockers per gli acquisti e-commerce, tablet.

Nella ristrutturazione sono stati utilizzati **materiali semplici**, con un'attenzione particolare al loro **valore ecologico**.

Gli **orari sono prolungati fino a sera** e il **sabato mattina**.

La presentazione del nuovo layout si è inserita in un più ampio **programma di eventi** che, nel corso della giornata, animeranno gli spazi della filiale Intesa Sanpaolo di Corso Peschiera, proprio per invitare il territorio a conoscere meglio la nuova idea di banca: dalle 16 alle 18 un incontro dedicato alle **start**

**up** e al tema dell'**innovazione**, organizzato da *StartupItalia!* in collaborazione con l'Innovation Center Intesa Sanpaolo; dalle 19 alle 20.30, la **performance musicale degli Arcote Project**, evento legato alla partnership di Intesa Sanpaolo con il Torino Jazz Festival. Per tutto il giorno e fino al 29 aprile, nei locali della filiale saranno **esposte quattro opere in bronzo** dedicate al jazz realizzate dallo scultore torinese **Mario Giansone**, come anteprima della mostra "*Giansone – L'armonia Nascosta*", allestita dal 21 aprile al 25 maggio presso il Teatro di Palazzo Saluzzo Paesana con il sostegno di Intesa Sanpaolo. Tra l'altro, la Banca a breve acquisirà un nucleo di opere di Giansone, che andrà ad arricchire le collezioni d'arte del Gruppo.

**Carlo Messina**, nel suo intervento, ha ribadito la strategia perseguita dal Gruppo a sostegno della crescita del Paese: *«Il nuovo modello di filiale voluto da Intesa Sanpaolo segna un rinnovamento completo del luogo fisico come della mentalità delle nostre persone. Non credo a chi dice che il futuro sia solo nel digitale: Intesa Sanpaolo è la banca dell'economia reale, le nuove filiali ne diventeranno la piazza e manterranno un ruolo vitale, consentendoci di rafforzare ancor più la nostra relazione con il territorio, in questo caso a Torino che, per il Gruppo, è di fondamentale importanza. Nel contempo, daremo voce e promuoveremo le eccellenze del nostro Paese. Stiamo dando impulso a nuovi business, ma ci è chiaro quale sia la nostra mission: essere la Banca al servizio della crescita, che crede e investe nelle imprese e nelle famiglie. Nei primi tre mesi del 2016 abbiamo erogato in Italia oltre 10 mld di nuovi finanziamenti, contro gli oltre 7 mld dello scorso anno, di cui 9 mld a PMI e Famiglie, a fronte dei 6 mld del 2015.»*

**Stefano Barrese** ha dichiarato: *«Il nuovo layout delle nostre agenzie è focalizzato sulla creazione di connessioni con i clienti e tra i clienti. Qui trovano spazio anche i nuovi mestieri sinergici al core business: ne è un esempio il corner di Intesa Sanpaolo Casa, che arricchisce l'offerta sul "bisogno casa" con una consulenza immobiliare altamente qualificata e servizi accessori di valore. La sfida è quella di rispondere in modo nuovo anche ai bisogni più tradizionali, sviluppando le enormi opportunità rese possibili dalla rivoluzione digitale. Da giugno partirà la completa dematerializzazione delle attività, che ultimeremo entro l'anno. Abbiamo attivato servizi e piattaforme digitali per essere al fianco delle nostre imprese nell'approccio all'estero o nelle loro esigenze d'innovazione. Stiamo lavorando sul rating di filiera, per andare oltre al bilancio e abilitare gli aspetti qualitativi. Per le famiglie, i temi centrali restano la casa, il risparmio, la protezione, la previdenza. L'obiettivo è aggiungere soluzioni sempre più innovative a qualcosa che ci sarà sempre, risparmio e credito, per mantenere la fiducia dei nostri clienti.»*

**Cristina Balbo** ha posto l'accento sull'impatto che l'iniziativa avrà sul territorio: *«La filiale di Corso Peschiera è la prima agenzia ridisegnata a Torino seguendo i criteri del nuovo layout. La trasformazione degli ambienti rispecchia l'atteggiamento di accoglienza che vogliamo esprimere sul nostro territorio, in coerenza con l'approccio adottato dal nostro Gruppo. In questa regione, dove Intesa Sanpaolo è storicamente attiva ed è un punto di riferimento per l'economia locale, questo favorirà ulteriormente le connessioni che stiamo alimentando giorno dopo giorno con gli attori del territorio. In pratica, mettiamo a disposizione un luogo fisico dove clienti, associazioni, start up, imprese innovative, poli tecnologici, università, possono trovare un punto d'incontro e avere uno scambio di business e d'idee. Una buona occasione anche per intercettare le esigenze di giovani, famiglie, imprese ed elaborare soluzioni per sostenerne aspirazioni e progetti.»*

**Vittorio Meloni** ha sottolineato: *«La strategia di comunicazione di Intesa Sanpaolo pone al centro il concetto di condivisione: una banca sempre più aperta alle forze vive della società che vogliono tornare a crescere sulla base di progetti concreti. Questa inaugurazione è un saggio degli eventi e dei nuovi format che andremo a proporre: imprese, innovazione, lavoro, cultura e terzo settore, in ambienti riprogettati per entrare in rapporto con la clientela e con l'economia reale con modalità completamente nuove. Le nostre filiali diventeranno luoghi che, giorno dopo giorno, riempiremo di stimoli: uno spazio di emozioni e di storie, in cui raccontare i successi e l'eccellenza dei territori.»*

## **Informazioni per la stampa**

Intesa Sanpaolo  
Media Banca dei Territori e Media locali  
Tel. +39 011.5559609 – 011.5556652  
stamp@intesasanpaolo.com