

COMUNICATO STAMPA

INTESA SANPAOLO INAUGURA IL NUOVO MODELLO DI FILIALE A ROMA

Una trasformazione radicale degli spazi e dell'offerta di servizi che ruota intorno al concetto della condivisione di idee e di esperienze

- **Parte dalla centrale Filiale di Piazza Bologna il rinnovamento delle filiali di Intesa Sanpaolo nel Lazio**
- **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 per presentare una nuova idea di banca tutta da condividere**

Roma, 12 luglio 2016 – **Intesa Sanpaolo ha presentato oggi i nuovi spazi della filiale di Piazza Bologna**, uno dei punti operativi di maggiore pregio 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, circa **100** entro la fine di quest'anno e un migliaio 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 il responsabile della Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, **Stefano Barrese**, il direttore regionale per Lazio, Toscana, Umbria e Sardegna di Intesa Sanpaolo, **Pierluigi Monceri** e il direttore relazioni esterne di Intesa Sanpaolo, **Vittorio Meloni**.

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.

Stefano Barrese: *"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 è partita 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."*

Pierluigi Monceri: *"La filiale romana di Piazza Bologna è tra le prime ad essere ridisegnata seguendo i criteri del nuovo layout di Intesa Sanpaolo. La trasformazione degli ambienti rispecchia l'atteggiamento di accoglienza che vogliamo esprimere sul nostro territorio, in coerenza con l'approccio adottato dalla nostra Banca. In questa regione, dove il Gruppo è da sempre attivo ed è un punto di riferimento per l'economia locale, stiamo lavorando per favorire lo sviluppo delle tante imprese competitive e per stimolare quelle che hanno i numeri per diventarlo. Questa filiale 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: *"La strategia di comunicazione di Intesa Sanpaolo pone al centro il concetto di condivisione: una banca sempre più aperta alle forze della società che vogliono crescere sulla base di progetti concreti. Questa inaugurazione è un esempio degli eventi e dei nuovi format che proporremo: imprese, innovazione, lavoro, cultura e terzo settore, in ambienti studiati per entrare in rapporto con la clientela e con l'economia reale con modalità totalmente nuove. Le nostre filiali diventeranno luoghi che, giorno dopo giorno, riempiamo di stimoli: uno spazio di emozioni e di storie, in cui raccontare i successi e l'eccellenza dei territori."*

La nuova filiale di Roma di Intesa Sanpaolo

L'ambiente di circa **450 mq**, è destinato ad accogliere nuove attività e servizi per i clienti. L'**ingresso è interamente vetrato e senza barriere architettoniche**. Gli interni sono ben visibili dall'esterno, grazie alla realizzazione di vetrine che assicurano la massima trasparenza e consentono di comunicare ai passanti le soluzioni e i servizi offerti dalla Banca, invitandoli a entrare. 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. La Filiale si articola principalmente su un unico livello sebbene al piano sotterraneo siano presenti alcuni salottini HP. 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. Vi lavorano **20 persone**.

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. Nell'area living, dotata di wi-fi per i clienti, un tavolo in legno grezzo circondato da librerie, divani e poltrone. Proseguendo l'area destinata alle casse **tradizionali** e **veloci assistite** abilitate quindi anche ai versamenti e ad altre operazioni di incasso e pagamento. Per gli appuntamenti che richiedono riservatezza sono stati realizzati appositi salottini. 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**.

La presentazione del nuovo layout si è inserita in un più ampio **programma di eventi** per invitare il territorio a conoscere meglio la nuova idea di banca. Nel pomeriggio l'evento **Sharing Opportunity, "Talent@Work"**, un incontro dedicato allo scenario del lavoro, in collaborazione con Manpower Group, al quale sono intervenuti **Vittorio Meloni**, direttore relazioni esterne Intesa Sanpaolo, **Stefano Scabbio**, presidente area Mediterranea ed Europa Orientale di Manpower e **Daniela Caputo**, *communications and digital strategy manager* di Manpower. A seguire l'evento **Sharing Tools "Consumatore digitale"**, "il futuro semplice", un incontro per conoscere le nuove esigenze del mercato e diffondere le iniziative della Banca nel settore digitale che ha visto gli interventi di **Massimiliano Dona**, segretario generale Unione Nazionale Consumatori, **Monica Fabris**, presidente Episteme e **Massimo Tessitore**, responsabile direzione multicanalità di Intesa Sanpaolo. Il programma degli eventi si chiude domani, mercoledì 13, con **Sharing Innovation Tech-Marketplace& Startuptalia! Open summit tour**, in collaborazione con *Startuptalia!* e Innovation Center Intesa Sanpaolo. Sono previsti gli interventi di **Antonio Agnello**, direttore Area Imprese Roma di Intesa Sanpaolo e **Riccardo Luna**, direttore *Startuptalia!*.

I numeri di Intesa Sanpaolo nel Lazio

Il Gruppo è presente con **256** Filiali Retail, **49** Filiali Personal e **12** Filiali Imprese. Al 30 Giugno 2016 il numero dei Clienti è di **789.927** Privati, **43.424** Aziende Retail e **12.620** Imprese. Lo stock totale di Impieghi è di **5.840,7 mln** per le imprese (di cui **1.510,4 mln** impieghi a BT e **4.330,3 mln** Impieghi a MLT) e di **6.541,5 mln** di euro per i Privati (di cui **150,5 mln** impieghi a BT e **6.391,0 mln** di impieghi a MLT).

Le erogazioni di finanziamenti a MLT per le Imprese nel Lazio nel 2015 sono state pari a **630,6 mln** di euro e nei primi sei mesi del 2016 hanno raggiunto quota **389,7 mln**. Per i Privati le erogazioni sono state **1.257,7 mln** nel 2015 e nel primo semestre del 2016 sono a quota **985,2 mln** di euro.

Informazioni per la stampa

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