

Qualità del servizio e soddisfazione del cliente

POLITICHE AZIENDALI

In coerenza con i valori e i principi di condotta definiti nel Codice Etico, che si basano sull'ascolto e dialogo, sulla trasparenza ed equità e sulla tutela della sicurezza nelle relazioni commerciali, il Gruppo pone il cliente al centro dell'attenzione e aspira a mantenere i rapporti a un livello di eccellenza. Tali valori e principi sono recepiti in norme essenziali di comportamento definiti nel Codice Interno di Comportamento di Gruppo che ne impegna al rispetto consiglieri di amministrazione, dipendenti e altri collaboratori. Inoltre, per specifiche aree di attività che governano la qualità della relazione con la clientela, sono previste Linee Guida di governance e regole improntate all'attivazione di processi che, adottando modelli ad elevato livello di tutela, improntano i comportamenti a criteri di sostanziale buona fede e correttezza nella relazione. Anche gli aspetti di salute e sicurezza dei clienti sono presidiati con politiche che stabiliscono principi, regole di comportamento e definizione di responsabilità nella relazione operativa in filiale.

QUALITÀ DEL SERVIZIO

Intesa Sanpaolo ha adottato un modello di servizio focalizzato per aree di business con una struttura organizzativa che assicura il presidio in Italia e negli Stati esteri in cui opera. Le Divisioni hanno il compito di sviluppare la miglior qualità nel livello di servizio attraverso i diversi canali, al fine di rendere più efficace l'offerta commerciale per le diverse tipologie di clientela. La soddisfazione dei clienti e la qualità del servizio offerto sono monitorate e presidiate dalle strutture che si occupano di Customer Satisfaction e Customer Experience nelle diverse Divisioni di business.

L'ASCOLTO DEI CLIENTI RETAIL E IMPRESE IN ITALIA

La Divisione Banca dei Territori, grazie alle indagini di soddisfazione, è in grado di ascoltare la voce del cliente, di intercettare prontamente i temi emergenti dalle azioni di advocacy e di intervenire in maniera efficace per individuare azioni coerenti di miglioramento. La Divisione ha costruito e reso operativo un vero e proprio sistema di ascolto a 360 gradi, attraverso numerosi strumenti:

- l'NPS (Net Promoter Score) rappresenta la prima linea di ascolto per Banca dei Territori e permette di cogliere in maniera sintetica ed efficace, con una singola domanda, la propensione del cliente a raccomandare la Banca e quindi la sua soddisfazione complessiva;
- l'INS (Indice Netto di Soddisfazione) costituisce lo strumento per monitorare la soddisfazione in merito a prodotti, servizi e alla relazione (ad esempio col proprio gestore), oltre che verso l'esperienza (ad esempio nella sottoscrizione di nuovi prodotti);
- il programma SEIok (costituito da 4 indicatori principali: NPS, eccellenza nel servizio, eccellenza operativa ed eccellenza nel credito) che, oltre a concorrere alla determinazione del Premio Variabile di Risultato per la Rete, offre un concreto supporto per il miglioramento del livello di servizio offerto alla clientela.

Il sistema di ascolto si è ulteriormente evoluto nel corso del 2020:

- per l'NPS, includendo nuovi territori e segmenti commerciali quali le Aziende Retail da gennaio e i clienti del Terzo Settore da giugno, e innovando il processo per ricontattare i clienti che desiderano essere richiamati dopo aver risposto alla survey NPS;
- per l'INS, attivando numerosi nuovi touchpoint sui canali digitali (in particolare sulla App per i clienti Privati) e allargando il perimetro dei prodotti monitorati dalle indagini annuali di Customer Satisfaction.

Nel corso del 2020, per la survey NPS sono stati raccolti in totale circa 700.000 feedback da clienti Retail ed Exclusive, 45.000 da Imprese e 9.000 dal Terzo Settore.

Alle rilevazioni NPS si sono affiancate le indagini di Customer Satisfaction, di Customer Experience, le ricerche e le survey interne.

Nel 2020 per le survey di Customer Satisfaction è stato allargato il perimetro di indagine relativo all'uso e possesso dei prodotti, estendendo da 6 a 15 le categorie di prodotti monitorate e raccogliendo nel complesso oltre 20.000 feedback. Inoltre, le indagini di Customer Experience, che monitorano nel continuo la percezione dei clienti a valle di un'interazione con la Banca attraverso i vari canali disponibili (fisici e digitali), sono state ulteriormente arricchite consentendo di ottenere circa 800.000 risposte.

Per quanto riguarda le ricerche, che approfondiscono i bisogni dei clienti e misurano il gradimento rispetto a specifici ambiti di interesse e nuovi concept di prodotto, sono stati gestiti 20 progetti, raccogliendo circa 13.000 feedback.

Infine, attraverso le survey interne, che monitorano la soddisfazione dei dipendenti della Divisione, sono stati raccolti circa 9.000 feedback, su temi che vanno dalla fruibilità degli strumenti alla relazione col cliente.

A causa dell'emergenza COVID-19 le survey NPS sono state sospese a marzo e aprile. Alla ripartenza, a maggio, si è colta l'occasione per ascoltare la voce dei clienti sull'esperienza appena vissuta e su come hanno percepito il supporto ricevuto dalla Banca. Le evidenze raccolte sono state molto positive: oltre il 70% dei clienti ritiene che la Banca abbia prestato la giusta attenzione ai bisogni della clientela (con punte del 79% per le Aziende Retail); quasi l'80% ritiene che la Banca sia andata incontro ai bisogni dell'Italia e infine oltre l'80% (con punte del 91% per i clienti Privati) ritiene che le misure di sicurezza adottate nelle Filiali siano state adeguate. Tra i principali elementi di soddisfazione, i commenti dei clienti evidenziano la prontezza con cui la Banca ha risposto all'emergenza, l'efficienza, la cortesia e la velocità di adeguamento alle mutate esigenze della clientela, oltre all'ottima gestione degli strumenti online.

Proprio l'operatività online e in generale il contatto a distanza con la Filiale e con la Filiale Online diventano temi centrali per i prossimi mesi, in cui l'emergenza sanitaria lascerà il passo a una nuova normalità ("new normal") che inizia a caratterizzarsi nei suoi tratti principali. Interrogati sulle aspettative di contatto con la Banca nel futuro, infatti, solo una minoranza di clienti dichiara di voler continuare a utilizzare principalmente la Filiale (15% dei rispondenti), mentre oltre il 60% si dichiara intenzionato a usare maggiormente i canali digitali (sito Internet e App) e il 25% il contatto a distanza (incontro virtuale / telefonico col Gestore e Filiale Online).

I risultati NPS del 2020 evidenziano un miglioramento rispetto al 2019 per tutti i segmenti di clientela della Divisione Banca dei Territori. Tale trend è frutto del rafforzamento della relazione con la Banca e risulta positivamente influenzato anche dal giudizio sull'operato di Intesa Sanpaolo durante l'emergenza sanitaria. In particolare, per la clientela Imprese la piena applicazione del nuovo modello di servizio, lanciato da inizio 2019, si è riflessa in un miglioramento significativo dell'NPS.

NET PROMOTER SCORE – NPS®

L'NPS è un indicatore che esprime la propensione dei clienti a consigliare un prodotto, un servizio o un'azienda, calcolato in punti indice (tra -100 e + 100) sottraendo la percentuale di detrattori (clienti insoddisfatti) alla percentuale di promotori (clienti fedeli all'azienda) ottenuta. Intesa Sanpaolo effettua le rilevazioni NPS via telefono sulle Imprese e sui clienti Terzo Settore e via e-mail e Internet Banking sui Privati, in modo misto telefonico + e-mail sulle Aziende Retail. A partire dal 2019 la metodologia di calcolo dell'NPS è stata affinata per consentire la confrontabilità dei risultati sia internamente, tra rilevazioni che prevedono canali diversi, sia con benchmark esterni (effettuati prevalentemente via telefono) in modo da quantificare l'impatto di ciascun canale sui giudizi e definire un correttivo per renderli confrontabili.

LA VOCE DEL CLIENTE ALL'INTERNO DEL PREMIO VARIABILE DI RISULTATO PER LA BANCA DEI TERRITORI

L'NPS, unitamente agli altri tre indicatori monitorati nell'ambito del programma SEIok, a partire dal 2016 concorre per il 25% all'Indicatore Sintetico di Performance utilizzato per la determinazione del Premio di Eccellenza all'interno del Premio Variabile di Risultato delle Filiali della Divisione Banca dei Territori. Nel 2020 il contributo dell'NPS è stato ulteriormente valorizzato, divenendo anche fattore di rettifica dei Ricavi che corregge di +/- 5 punti il valore finale e sempre dal 2020 tutto l'impianto è stato esteso anche alle Filiali del Terzo Settore.

Nell'ambito del Sistema di Eccellenza Tutela, avviato nel 2018 e destinato alle Filiali Retail, Exclusive e Imprese, è previsto un indicatore di Customer Satisfaction relativo al momento di sottoscrizione delle Polizze di Tutela, che funge da correttivo della quota del premio spettante nella misura del +/- 10%.

Inoltre, sempre a partire dal 2020, l'INS - Indice Netto di Soddisfazione - che esprime la soddisfazione dei clienti in merito al servizio offerto dai Gestori Remoti è utilizzato come correttivo (+/- 10%) del Premio di eccellenza delle Filiali Remote.

L'ASCOLTO DEI CLIENTI GRANDI IMPRESE IN ITALIA

Anche nelle relazioni con la clientela Grandi Imprese le indagini di customer experience sono progettate ed effettuate regolarmente sulla base di quanto condiviso con le strutture responsabili di prodotti e servizi, con l'obiettivo di identificare le linee da perseguire per il miglioramento dell'offerta.

I risultati delle indagini sono costantemente condivisi con le funzioni di relazione che, nell'approccio con il cliente, beneficiano delle informazioni ottenute e possono agire con una maggiore consapevolezza e attenzione verso le sue necessità.

Nel corso del 2020, la Divisione IMI Corporate & Investment Banking (IMI CIB) ha progettato e realizzato le seguenti indagini:

- 1.147 clienti in Italia (926) e all'estero (221) sono stati coinvolti on-line e telefonicamente nell'indagine volta a delineare il livello di maturità digitale di aziende e istituti finanziari del perimetro IMI CIB. Si è voluto delineare, inoltre, lo scenario atteso nei prossimi 24 mesi, rispetto alle dinamiche di mercato e all'accelerazione dello sviluppo digitale innescata dal COVID-19, rispetto ad attività di front, middle, back office. Il tasso di risposta è stato del 36% (34% Italia, 47% estero).
- 69 referenti, con ruolo di Investor Relator di aziende appartenenti al segmento STAR, sono stati coinvolti online in una ricerca qualitativa finalizzata a comprendere quali driver strategici siano ritenuti di maggior impatto nel determinare il successo per le aziende con particolare riferimento a temi di Circular Economy e ESG. Il tasso di risposta è stato del 59%.
- 716 clienti corporate sono stati invitati a partecipare, sempre in tema sostenibilità, a una ricerca con l'obiettivo di comprendere l'approccio della clientela in merito alle tematiche legate alla sostenibilità e conoscere i bisogni e le intenzioni di azione in ambito ESG. Il tasso di risposta è stato del 18%.
- 36 clienti corporate italiani ed esteri sono stati intervistati telefonicamente in merito alla qualità del servizio offerto per le Request For Proposal (RFP) vinte nello scorso triennio o – in caso di scelta ricaduta su altro istituto – ai razionali di scelta. Il tasso di risposta è stato del 61%.
- 290 referenti di clienti Trade Finance sono stati coinvolti online in una ricerca quantitativa con l'obiettivo di valutare la soddisfazione della clientela corporate sulla gestione dell'operatività in ambito estero specialistico e transazionale. Il tasso di risposta è stato del 34%. L'indice Net Promoter Score (NPS) è pari a 56%.

L'ASCOLTO DEI CLIENTI NELLE BANCHE ESTERE

Nel 2020 la Divisione Banche Estere ha rafforzato l'attività di coordinamento delle 11 banche estere per lo sviluppo di nuove iniziative e di processi sempre più evoluti di ascolto della clientela retail, mediante la definizione di un framework di indicatori e prassi di Gruppo in ambito Customer Satisfaction e la creazione di una nuova unità dedicata all'analisi della qualità dei prodotti e servizi erogati e dei reclami.

Le indagini di benchmarking in CIB Bank in Ungheria, Banca Intesa Beograd in Serbia, VÚB Banka in Slovacchia, Intesa Sanpaolo Bank in Slovenia, Privredna Banka Zagreb in Croazia, Bank of Alexandria in Egitto hanno coinvolto oltre 10.000 clienti. Inoltre, grazie al programma di ascolto Instant Feedback – NPS attivo in sei banche, sono state raccolte circa 160.000 opinioni della clientela in merito ai loro momenti relazionali con la Banca.

A partire dal 2020 si è proceduto, inoltre, ad inserire l'analisi dell'andamento dei reclami per 4 banche e ad impostare una prima strutturazione del processo di trattamento dei reclami pervenuti tramite il sito vetrina delle Banche Estere.

L'ASCOLTO DEI CLIENTI DELLA INSURANCE

Il sistema di rilevazione della Customer Satisfaction della Divisione Insurance coinvolge su base volontaria tutte le chiamate ricevute al Servizio Clienti tramite un questionario di due domande per la valutazione del Servizio. L'iniziativa si affianca a quella già attiva per i clienti del business Danni che nel 2020 hanno espresso un livello di soddisfazione significativo. In particolare, su una scala da 0 a 10 i voti medi raccolti sono stati i seguenti: 9,0 per la richiesta di assistenza stradale; 8,6 per la gestione dei sinistri RC auto; 8,8 per la gestione dei sinistri Corpi Veicoli Terrestri (CVT); 8,1 per la richiesta di Assistenza in casa e 7,9 per la gestione dei Sinistri Casa.

Nel corso dell'anno è stata inoltre realizzata un'indagine sui clienti a valle delle telefonate con il Servizio Clienti. Anche in questo caso sono stati ottenuti buoni risultati. In particolare, su una scala da 1 a 5, il voto medio è stato 4,5 nella soddisfazione generale e 4,5 nella gestione della chiamata.

L'ASCOLTO DEI CLIENTI IN FIDEURAM - INTESA SANPAOLO PRIVATE BANKING

Nel 2020 è stata effettuata un'indagine di Customer Satisfaction della Divisione Private Banking sulle Reti Fideuram e Sanpaolo Invest e sulla Rete Intesa Sanpaolo Private Banking. L'indagine ha tenuto conto delle peculiarità distintive dei due modelli di servizio ed ha coinvolto un campione di clienti residenti su tutto il

territorio nazionale tramite la compilazione, su piattaforme differenti, di due distinti questionari resi disponibili esclusivamente in modalità digitale.

I questionari, a cui hanno risposto 66.153 clienti (50.681 per la Rete Fideuram, 13.472 per la Rete Sanpaolo Invest e 2.000 per la Rete Intesa Sanpaolo Private Banking), indagano su diversi punti di contatto tra la Divisione ed il cliente, tra cui la relazione con il Private Banker, l'assistenza alla clientela e i servizi online.

I risultati dell'indagine hanno confermato un'elevata soddisfazione dei clienti per tutte e tre le Reti. Il rapporto con il Private Banker risulta sempre uno degli elementi fondamentali per l'apprezzamento del servizio offerto: in particolare i clienti ne riconoscono la disponibilità, la preparazione, la capacità di proporre soluzioni e la cortesia nella relazione.

Dalle indagini condotte emerge che, nell'attuale contesto, si rafforza ulteriormente l'apprezzamento per la solidità e l'affidabilità, l'appartenenza a un grande Gruppo, la multicanalità, la presenza dei migliori professionisti e l'attenzione alle esigenze dei clienti. Sono molto apprezzate anche la comprensione delle esigenze dei clienti, la capacità di farli sentire privilegiati, nonché l'attenzione alla privacy e l'attitudine ad anticipare le criticità. Grazie alle risposte ottenute i due importanti indicatori evidenziano esiti positivi: il Net Promoter Score (NPS) è risultato pari a 49 (47 nel 2019) e l'indice di soddisfazione (Customer Satisfaction Index) pari a 8,5, in linea con l'indagine dello scorso anno.

Nei questionari rivolti ai clienti si è colta l'occasione per porre alcune domande dedicate alle tematiche relative agli investimenti sostenibili al fine di indagare la conoscenza dei clienti su tali temi e la propensione ad investire il patrimonio in prodotti ESG.

Per quanto riguarda i clienti delle Reti Fideuram e Sanpaolo Invest dall'indagine emerge che le tematiche ESG sono conosciute da oltre il 60% dei clienti e il 45% ritiene che tali investimenti creino valore per sé stessi e per la comunità e l'ambiente (dato in aumento rispetto alla rilevazione dello scorso anno, 41%). La percentuale sale al 52% e al 53% se si considerano rispettivamente la fascia di clienti Private e la fascia di clienti con un profilo di rischio aggressivo (entrambe si attestavano al 48% nel 2019). Inoltre, il 31% dei clienti è disponibile ad investire più del 30% del proprio patrimonio in prodotti sostenibili (29% nel 2019).

Relativamente ai clienti Intesa Sanpaolo Private Banking emerge che tali tipologie di investimenti sono conosciute da oltre il 50% dei clienti coinvolti, che il 27% ne possiede già in portafoglio, e che oltre il 64% del campione, a parità di rendimento, preferirebbe investire in strumenti sostenibili

LA GESTIONE DEI RECLAMI

Il Gruppo Intesa Sanpaolo è impegnato in un dialogo costante con la propria clientela per mantenere la relazione su un livello di eccellenza. Per consolidare il rapporto fiduciario è attribuita un'importanza fondamentale all'attenta e tempestiva gestione dei reclami e delle altre istanze con le quali i clienti manifestano insoddisfazione.

Le normative emanate dalle competenti autorità di vigilanza prevedono, nell'ordinamento italiano, specifici adempimenti informativi da parte della Funzione di Compliance, con lo scopo di riferire agli Organi aziendali e alle autorità, con periodicità almeno annuale, sulla situazione complessiva dei reclami ricevuti, nonché sull'adeguatezza delle procedure e delle soluzioni organizzative adottate.

L'impianto normativo, procedurale e organizzativo adottato dal Gruppo, è definito dalle Linee Guida per la gestione dei reclami, dei disconoscimenti, degli esposti ad autorità di vigilanza e dei ricorsi ad Organismi di risoluzione alternativa delle controversie, approvate nel 2016 dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo e recepite successivamente dalle varie componenti del Gruppo.

Nel 2020 sono state registrate complessivamente 128.083 istanze¹ a livello di Gruppo suddivise come segue:

Banca dei Territori: sono state registrate complessivamente 67.781 istanze (in aumento del 32% rispetto al 2019) di cui 53.732 relative a Banche e Società del Gruppo² e Banca 5 (+35% rispetto al 2019) e 14.049 presentate da ex clienti di Accedo (in aumento del 20%). L'aumento è correlato sia all'emergenza COVID-19 sia all'incremento di istanze relative, più in generale, alla qualità del servizio reso alla clientela, alle frodi sui sistemi di pagamento digitali e a malfunzionamenti del sito e dell'APP nonché delle apparecchiature (Bancomat, POS, MTA).

Nel corso del 2020 è stato definito l'esito di 49.255 reclami e reiterazioni, di cui 15.201 hanno trovato accoglimento e, fra questi, 2.805 hanno comportato esborsi; per quanto attiene, invece, la gestione dei reclami riferiti alla pregressa attività di Accedo ulteriori 4.480 reclami e reiterazioni hanno comportato esborsi.

Escludendo le istanze presentate da ex clienti di Accedo, che a fronte dell'estinzione anticipata di finanziamenti con cessione del quinto dello stipendio reclamano la restituzione pro-quota di commissioni e/o oneri pagati al momento dell'erogazione, si riportano di seguito i reclami e le reiterazioni presentati per le diverse categorie di prodotto/servizio:

(1) Le istanze comprendono i reclami e la loro eventuale reiterazione (ricorsi della clientela), i ricorsi ad Organismi di risoluzione stragiudiziale delle controversie (ricorsi ad A.D.R.) e le richieste di chiarimenti formulate dalle autorità di vigilanza a fronte di esposti della clientela (esposti).

(2) Banche della Divisione BdT (Cassa di Risparmio in Bologna, Banca CR Firenze, CR Pistoia e Lucchesia, Banca Apulia, Banca Prossima e Mediocredito), incorporate in Capogruppo nel corso del 2019.

- tematiche organizzative e gestione e funzionalità dei siti internet: 16.352 reclami e reiterazioni (+36%). Tale crescita è stata determinata sia dagli effetti direttamente correlati all'emergenza sanitaria - che hanno originato 1.316 reclami - sia da alcune criticità di natura organizzativa, già emerse negli anni precedenti ed amplificatesi in corso d'esercizio, essenzialmente inerenti alle difficoltà di contatto con la Banca lamentate dalla clientela
- sistemi di pagamento: 13.464 reclami e reiterazioni (+33%), prevalentemente relativi agli esiti delle richieste di disconoscimento di operazioni effettuate con carte di pagamento o tramite i servizi di internet banking, oltre che a errori o ritardi nell'esecuzione delle disposizioni di bonifico;
- finanziamenti: 11.687 reclami e reiterazioni (+50%). La categoria è quella in cui si è registrata la maggiore incidenza di istanze correlate all'emergenza sanitaria (2.841 reclami) e, più in particolare, alla gestione dei provvedimenti governativi a sostegno dell'economia (concessione delle agevolazioni previste dai Decreti Cura Italia e Liquidità).
- conti correnti, depositi e dossier titoli: 4.370 reclami e reiterazioni (+18%) motivati da errori o ritardi nell'esecuzione delle operazioni, in gran parte riferiti alla ritardata o mancata estinzione dei rapporti, condizioni economiche e loro applicazione, difetti di comunicazione da parte della Banca.
- servizi di investimento: 2.019 reclami e reiterazioni (-6%), principalmente riferiti alla tardiva/mancata evasione di richieste di documentazione finalizzate all'adesione al FIR per il risarcimento dei danni conseguiti a investimenti in titoli emessi dalle ex Banche Venete, errori e anomalie su operazioni di compravendita di strumenti finanziari, insoddisfazione per il rendimento dei prodotti finanziari
- prodotti assicurativi: 2.543 reclami e reiterazioni (+29%) riguardanti principalmente polizze collegate a finanziamenti, polizze vita ramo I e polizze ramo III, la cui motivazione prevalente è riferita alla correttezza del processo di vendita e/o a ritardi o mancanze nella liquidazione.

Divisione IMI Corporate & Investment Banking: il numero di istanze si conferma ridotto in ragione della tipologia di operatività svolta e di clientela servita, con 587 istanze ricevute dalle entità estere (583 su Banca Intesa – Federazione Russa e 4 su ISP Bank Luxembourg) e 3 istanze ricevute con riferimento al perimetro ex Banca IMI, con una riduzione del 6% rispetto all'anno precedente. Le istanze rilevate hanno determinato esborsi per importi contenuti (meno di € 5 mila concentrati sulle entità estere).

Divisione Private Banking: sono state registrate complessivamente 2.591 istanze, con un incremento pari al 17%. La maggior parte dei reclami è riconducibile ad errori di esecuzione di ordini dovuti a malfunzionamenti del sito oppure a temporanee anomalie verificatesi sulla piattaforma operativa e di consulenza e a problematiche legate alla trasmissione dei flussi tra collocatore e soggetto incaricato dei pagamenti; a lamentele relative a frodi su bonifici e carte di pagamento, a errori o ritardi nella chiusura o nel trasferimento di conti correnti e dossier titoli, nella liquidazione di polizze. Nel corso del 2020 è stato definito l'esito di 2.429 reclami e reiterazioni, di cui 928 hanno trovato accoglimento e, fra questi, 233 hanno comportato esborsi.

International Subsidiary Banks⁽³⁾: sono state complessivamente registrate 46.703 istanze, con un aumento del 9%. Le doglianze si concentrano principalmente su quattro Banche (VÚB Banka, Privredna Banka Zagreb, Banca Intesa Beograd, CIB Bank) che hanno registrato il 94% delle istanze della Divisione e sono riferite principalmente a (i) frodi e/o disservizi sui sistemi di pagamento e (ii) difficoltà che hanno caratterizzato l'applicazione delle misure di agevolazione del credito introdotte dalle Autorità nazionali a seguito dell'emergenza Covid-19. Nel corso del 2020 sono state evase 47.233 istanze, di cui 25.501 hanno trovato accoglimento e, fra queste, 4.575 hanno comportato esborsi.

Divisione Insurance: sono state registrate 5.574 istanze, (+15% rispetto al 2019), a cui si aggiungono 4.646 istanze ricevute da Intesa Sanpaolo RBM Salute, la nuova compagnia operante nel settore dell'assistenza sanitaria, entrata nel perimetro della Divisione Insurance a partire da maggio 2020.

Con riferimento alle Compagnie del comparto Vita (Intesa Sanpaolo Vita, Fideuram Vita, Intesa Sanpaolo Life) la crescita complessiva delle doglianze è focalizzata soprattutto sull'area liquidativa ed è riconducibile principalmente ai ritardi verificatisi durante l'emergenza COVID-19 nella raccolta della documentazione obbligatoria ai fini del perfezionamento delle operazioni di liquidazione e all'andamento dei mercati finanziari, che ha inciso negativamente sui valori di liquidazione delle polizze, soprattutto nel primo semestre dell'anno. Per quanto riguarda Intesa Sanpaolo Assicura, l'incremento delle contestazioni è riconducibile essenzialmente all'area liquidativa (reiezione contrattuale, gestione della pratica di sinistro e relative tempistiche di liquidazione, contestazione dell'importo liquidato) e ad aspetti amministrativi (storno incassi e gestione del post vendita).

Infine, relativamente a ISP RBM Salute, i motivi di contestazione più ricorrenti, ai quali è riconducibile più del 80% dei reclami, riguardano la documentazione a supporto delle richieste di indennizzo, la correttezza dell'applicazione dei criteri per il calcolo della liquidazione, le tempistiche di gestione dei sinistri e le problematiche di accesso alle strutture convenzionate.

(3) Il perimetro comprende le seguenti Società: Alexbank, Banca Intesa Beograd (BIB), CIB Bank, Eximbank, ISP Bank Albania, ISP Bank Romania, ISP Bank Slovenia, ISP Bosnia e Herzegovina (BiH), Pravex Bank, Privredna Banka Zagreb (PBZ), VUB Banka, Yi Tsai.

Nell'anno sono state evase 9.787 istanze, di cui 2.626 hanno trovato accoglimento e fra queste 177 hanno comportato esborsi.

Divisione Asset Management: sono state registrate 198 istanze, con un incremento del 55%, riconducibile al trend negativo registrato dai mercati finanziari a partire da febbraio a causa della pandemia COVID-19. Le contestazioni hanno riguardato, nella quasi totalità, l'operatività di Eurizon Capital SGR e in particolare la gestione collettiva del risparmio. Nel 2020 sono state evase 200 istanze, di cui solo 28 accolte e fra queste 9 hanno comportato esborsi.

TUTELA DEL CLIENTE E VENDITA RESPONSABILE

TRASPARENZA VERSO I CLIENTI

Intesa Sanpaolo rende chiara e comprensibile l'esposizione delle informazioni destinate al cliente in tutte le fasi della relazione con la Banca, attraverso semplicità del linguaggio, informative trasparenti e l'allineamento delle condizioni all'interno dei diversi documenti riferiti ad uno stesso prodotto/servizio. I principali documenti dell'offerta, redatti secondo requisiti di chiarezza e comprensibilità, sono presenti, oltre che in filiale, anche sul sito internet della Banca, nella sezione Trasparenza bancaria [\[1\]](#) in particolare, con riferimento ai Fogli Informativi dei prodotti e dei servizi, alle Guide specifiche e ai Documenti informativi delle condizioni offerte alla generalità della clientela.

INVESTIMENTI: IL SERVIZIO DI CONSULENZA

Nell'ambito degli investimenti Intesa Sanpaolo ha scelto, già dal 2007, di offrire ai clienti il più alto livello di tutela con il servizio di consulenza. Rispetto a operazioni relative a prodotti finanziari o servizi di investimento sono formulate raccomandazioni personalizzate coerenti con il profilo finanziario del cliente stesso. In tal senso è stato introdotto, ed è pienamente operativo, un impianto di Regole specifiche alle quali il personale della Banca deve fare riferimento. Dall'entrata in vigore della Direttiva MiFID II e dei Regolamenti europei in tema di protezione degli investitori^{*}, le Regole sono state rafforzate al fine di poter offrire un più alto livello di tutela agli investitori e maggiore trasparenza delle negoziazioni sui mercati degli strumenti finanziari. In particolare, Intesa Sanpaolo ha introdotto nuovi adempimenti in termini di governo degli strumenti finanziari, requisiti di conoscenza e competenza del personale preposto alla prestazione dei servizi di investimento e informativa ex ante ed ex post su costi, oneri e incentivi dei prodotti e servizi offerti.

Tra i progetti in ambito consulenza, Valore Insieme rappresenta un'offerta di consulenza globale erogata dai gestori in filiale avvalendosi di un'innovativa piattaforma di relazione che fornisce un supporto consulenziale evoluto e personalizzato in tutte le fasi di costruzione, protezione e trasmissione dell'intero patrimonio, anche attraverso prodotti di investimento dedicati (quali ad esempio i fondi Multimanager Exclusive). È un servizio rivolto a chi cerca un rapporto esclusivo che unisca una piattaforma innovativa al supporto professionale e continuo di un gestore dedicato.

IL PROCESSO DI COMPLIANCE CLEARING SU NUOVI PRODOTTI E SERVIZI

I nuovi prodotti e servizi e le loro successive variazioni sono assoggettati al processo di Product Governance e oggetto di verifica da parte della Funzione Compliance per garantire il rispetto sostanziale e formale della normativa interna ed esterna. Le valutazioni di conformità sono condotte nel rispetto dei principi di correttezza e tutela dell'interesse dei clienti e attengono anche alla qualità dell'informativa fornita, alla coerenza dei servizi, dei prodotti o delle operazioni con le esigenze e le caratteristiche della clientela alla quale sono indirizzati.

Il processo di Product Governance permette di gestire con chiarezza e rigore le singole fasi che prevedono lo sviluppo, l'approvazione ed il monitoraggio di nuovi prodotti o servizi. Ogni attività vede la partecipazione di più strutture al fine di analizzare e valutare le caratteristiche dei singoli prodotti e servizi, sia realizzati dalla Banca sia da produttori terzi, come richiesto dalla normativa^{**}. I prodotti e servizi oggetto di clearing sono soggetti ad un periodico monitoraggio post-vendita al fine di valutarne la rispondenza rispetto ai parametri di target market predefiniti e alle caratteristiche della clientela di riferimento.

L'intero processo è normato da Linee guida interne e da specifiche guide di processo di cui la Banca si è dotata, nelle quali sono identificate nel dettaglio attività e strutture coinvolte.

^{*} Direttiva 2014/65/UE (cd. MiFID II), Regolamento 2014/600/UE (cd. MiFIR) e Regolamento 2014/1286/UE (cd. PRIIPs).

^{**} Direttiva 2014/65/UE (cd. MiFID II) ed ESMA 35-43-620_guidelines_on_MiFID II Product_Governance.

BUSINESS CONDUCT ADVISORY

Nel 2020 la funzione Business Conduct Advisory (BCA), creata nel 2018, ha continuato le attività di consulenza di business conduct valutando le proposte dei nuovi prodotti presentate dalle Banche Estere in ottica di riduzione del rischio di condotta sui mercati nel perimetro ISBD. Nel corso del 2020 il 47% dei pareri sono stati relativi a tematiche ESG (Environmental, Social & Governance), rispetto al 34% del 2019.

DIALOGO CON LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

Intesa Sanpaolo ha avviato da tempo un dialogo aperto e costruttivo con tutte le Associazioni dei Consumatori appartenenti al Consiglio Nazionale Consumatori Utenti (Ministero Sviluppo Economico) e rappresentative a livello nazionale. In tale contesto ha sottoscritto il 12 aprile 2019 l'accordo quadro - denominato Innoviamo le Relazioni - che prevede la formazione di 6 tavoli di confronto permanenti sulle tematiche di maggiore interesse: Prodotti e Servizi, Normativa e Authority, Educational, Assistenza Clienti e Conciliazione, Sostenibilità, Rapporti Territoriali.

Nel corso del 2020 sono stati svolti 6 tavoli tematici:

- tre tavoli Prodotti e Servizi (Fondo Indennizzo Risparmiatori; misure a sostegno di privati e imprese per la situazione emergenziale; superbonus e sismabonus; trasparenza attraverso la presentazione dei Quick Start, schede di prima consultazione per i principali prodotti bancari con informazioni essenziali in un linguaggio non tecnico);
- un tavolo Impact e Sostenibilità (Fund for Impact; inclusione bancaria; per Merito; iniziative per madri lavoratrici);
- un tavolo Educational (iniziative di formazione per quadri nazionali e regionali AACC nel progetto Mettere in Comune Competenze);
- un tavolo in plenaria per illustrare i dettagli e le ricadute economiche dell'OPS di Intesa Sanpaolo nei confronti di UBI Banca.

Inoltre, nell'ottica di sviluppare ulteriormente la collaborazione con le Associazioni dei Consumatori, sono stati avviati incontri con i delegati regionali di Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana e Campania. Intesa Sanpaolo è inoltre socio e componente del Direttivo di Consumers' Forum (un'associazione indipendente di cui fanno parte le più importanti Associazioni dei Consumatori, numerose Imprese Industriali e di servizi e le loro Associazioni di categoria, Istituzioni), che nel 2020 ha portato avanti l'impegno alla Sostenibilità Consumerista con l'obiettivo di costruire un mercato giusto ed equilibrato in cui consumatore e impresa si fanno carico di obiettivi collettivi. In questo ambito l'Associazione ha aderito e partecipato a diverse iniziative, tra cui Saturdays for Future e l'evento "LockUp Economy e cittadini. Mercati e regole al tempo della pandemia, tra sostenibilità e solidarietà", appuntamento annuale con le maggiori Authority italiane.

Nel corso dell'anno sono proseguite le attività di Conciliazione permanente (vedi Sito Internet Accordo di Conciliazione [1]), quale strumento di risoluzione extragiudiziale adottato e gestito insieme alle Associazioni dei Consumatori. La procedura conciliativa, che riguarda i prodotti offerti ai clienti privati, è semplice, gratuita e veloce e prevede tempi massimi di risoluzione dei casi in 60 giorni. Il cliente può decidere di aderire, senza alcun onere e con la consapevolezza di non compromettere in nessun modo eventuali strade diverse che volesse intraprendere, anche successivamente, a tutela dei suoi interessi. Nel 2020 sono pervenute 52 domande di conciliazione permanente.

Le iniziative formative a carattere territoriale sono state illustrate alle Associazioni Consumatori durante la riunione del tavolo Educational e vedranno l'attivazione nel corso del primo semestre 2021 attraverso webinar, clip formative e newsletter.

SALUTE E SICUREZZA DEL CLIENTE

Il Gruppo Intesa Sanpaolo in tutte le sedi e nelle filiali tutela la salute e sicurezza di tutte le persone che vi operano e transitano implementando regole operative e misure tecnologiche di sicurezza, supportate da strumenti informativi e di diffusione della cultura in materia. Durante l'emergenza sanitaria, il Gruppo ha garantito il servizio per la clientela grazie alle filiali aperte (quasi il 100%) con operatività piena; è stato introdotto il contingentamento degli ingressi, il ricevimento su appuntamento, la definizione delle operazioni essenziali da poter svolgere in presenza e l'estensione della multicanalità.

SICUREZZA FISICA

La sicurezza fisica rappresenta un tema centrale nella protezione delle persone, in particolare nella tutela dell'integrità fisica dei collaboratori, dei clienti, dei fornitori.

A tal fine la materia è presidiata dalla competente funzione di Capogruppo di Sicurezza Fisica, che opera in modalità diretta per il perimetro Italia. Essa analizza l'evoluzione dei rischi e delle minacce (correnti ed emergenti), definisce e aggiorna regole e processi in materia per mitigare i rischi individuati, determina le strategie di difesa e le conseguenti soluzioni da attuare. La struttura inoltre definisce i requisiti funzionali delle realizzazioni di sicurezza fisica, verifica la coerenza tra questi e l'opera compiuta per garantire la mitigazione dei rischi e intraprende le azioni necessarie alla gestione delle segnalazioni di allarme che pervengono alla Control Room, con la finalità di verificarne la fondatezza e attivare le necessarie misure di mitigazione.

La struttura di Sicurezza Fisica svolge anche un ruolo di indirizzo e coordinamento funzionale per le Banche Estere, ciascuna dotata di una propria funzione di sicurezza: con la pubblicazione nel 2020 delle "Linee Guida di Sicurezza Fisica per Il Gruppo Intesa Sanpaolo" si sono volute meglio definire le modalità di indirizzo e coordinamento delle Banche e Società del Gruppo Intesa Sanpaolo e, più in generale, il modello di riferimento per il presidio della sicurezza fisica.

Relativamente ai rischi connessi ai reati di tipo predatorio, l'analisi del rischio rapina e furto è costantemente aggiornata e, contemporaneamente, viene eseguita la verifica del livello di protezione dei siti più esposti. Nel 2020 in Italia si sono verificati 3 eventi portati a termine e 3 tentativi di rapina, a fronte di 13 eventi portati a termine nel 2019 e 9 tentativi. Il trend del fenomeno è in costante diminuzione da oltre 10 anni e nel 2020 si è ridotto del 73% rispetto al 2019. Per il rischio furto che, a differenza delle rapine non impatta sulla salute e sicurezza di clienti e collaboratori, si registrano nel 2020 attacchi alle macchine ATM per un totale di 12 eventi (3 consumati e 9 tentati). Gli ATM sono inoltre oggetto di attacchi cyber physical security, che integrano le tecniche di tipo fisico e informatico, senza alcuna minaccia all'incolumità delle persone.

Esistono poi comportamenti aggressivi non a scopo predatorio, fenomeno emergente ed in crescita soprattutto sotto la spinta delle difficoltà sociali, conseguenza della pandemia. Il fenomeno è sotto osservazione anche da parte di ABI-OSSIF, per la sua crescita nel comparto dei servizi finanziari, per tutte quelle attività che prevedono il contatto con la clientela. Nel 2020 il rilevamento sulle Reti Territoriali del Gruppo ha evidenziato 262 casi di aggressione (di cui 19 di tipo fisico, le altre verbali). Nel 2019 i casi erano stati 132 (di cui 11 di tipo fisico). Le azioni di mitigazione, potenziate nel corso del 2020, sono costituite dalla formazione relativa ai processi di individuazione precoce delle situazioni a rischio e delle tecniche di de-escalation, oltre alla rilevazione e gestione degli eventi (indagine, supporto psicologico, eventuale azione legale) con il contributo della Divisione Banca dei Territori, di Tutela Aziendale e del Legale e Contenzioso.

Nel 2020, seppure con le limitazioni imposte dal fenomeno pandemico, le attività condotte da Sicurezza Fisica non si sono interrotte, proseguendo on site e da remoto. Le attività di verifica e analisi dei livelli di esposizione ai rischi di security sono state condotte in loco e affiancate da "analisi remote" basate su acquisizione di dati dai "data lake" del Gruppo e interviste con i responsabili delle Strutture sotto assessment. La metodologia utilizzata è stata basata sulla norma ISO 31000:2018 e sull'impiego di modelli per l'individuazione di indicatori e segnali di rischio. Queste analisi hanno condotto alla realizzazione di interventi di prevenzione, per ridurre la probabilità di rapine e furti, e protezione, per ridurre l'impatto (attraverso l'uso di sistemi tecnologici); ad incrementare l'investimento di risorse in cultura della sicurezza fisica (predisposizione di nuovi moduli formativi attraverso la piattaforma Apprendo); allo sviluppo degli interventi di awareness realizzati presso le filiali attraverso la collaborazione delle Direzioni di Rete; al potenziamento degli interventi di gestione delle aggressioni non a scopo predatorio, in linea con la crescita del fenomeno in corso d'anno, tramite il concorso di tutte le strutture competenti della Banca.