

## COMUNICATO STAMPA

“Premio Cerchio d’Oro dell’Innovazione Finanziaria”  
promosso dall’Associazione Italiana Financial Innovation

### IL GRUPPO PIU’ INNOVATIVO DEL 2011 E’ INTESA SANPAOLO

- Intesa Sanpaolo si è aggiudicato il premio speciale “Intermediario Innovativo dell’Anno” con il più alto numero di progetti finalisti nelle diverse categorie
- Le novità presentate dalla Banca dei Territori hanno conquistato tre primi posti con “Il Mondo Superflash per i Giovani”, il “Processo del credito largamente automatizzato dedicato alla clientela Small Business Micro” e la “Polizza Business Gemma”; tre secondi posti con “Export Facile”, “Move and Pay” e il “Progetto ISPad – Filiale paperless”; un terzo posto con la “Pagina Facebook Intesa Sanpaolo Servizio Clienti”

Milano, 01 Marzo 2012 – Il **Gruppo Intesa Sanpaolo** è quello che più ha innovato nel corso del 2011 e lo ha fatto in molti settori. A portarlo sul podio più alto sono stati **sette progetti** dedicati alla clientela privata, alle micro imprese e alle aziende di piccole e medie dimensioni che fanno capo alla **Banca dei Territori**, la divisione guidata da **Marco Morelli**, direttore generale vicario del gruppo.

Il riconoscimento arriva da **AIFIn** (Associazione Italiana Financial Innovation), *think tank* indipendente che si propone di promuovere e diffondere la cultura dell’innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.

Ieri, nell’ambito dell’ottava edizione del “**Premio Cerchio d’Oro dell’Innovazione Finanziaria**”, AIFIn ha assegnato a Intesa Sanpaolo il premio speciale “**Intermediario Innovativo dell’anno**”, riservato al gruppo con il più alto numero di progetti finalisti in tutte le categorie.

La giuria ha particolarmente apprezzato la capacità di innovazione nei servizi che rispondono ai bisogni dei giovani alle prese con studio e lavoro, delle donne che devono coniugare vita professionale e familiare, delle piccole imprese che necessitano di finanziamenti in tempi rapidi e certi. Premiate anche le iniziative per agevolare la crescita delle imprese sui mercati esteri, per ridurre la carta nelle filiali, per far decollare i pagamenti di prossimità con il cellulare e per offrire assistenza ai clienti attraverso i *social network*.

## I PROGETTI PREMIATI

### Settore Privati

**“Il Mondo Superflash per i Giovani”** è risultato al primo posto nella categoria “Marketing”. Il progetto si pone l’obiettivo di accorciare le distanze tra la banca e i clienti di età compresa tra i 18 e 35 anni. E’ un modo nuovo di fare banca, che vede “i giovani parlare ai giovani” attraverso il massimo coinvolgimento dei dipendenti *under 35*. Superflash si traduce in un modello di servizio mirato, iniziative dedicate e servizi a costi contenuti, presenza della banca nei luoghi di aggregazione fisici (università, scuole, manifestazioni locali) e virtuali (il nuovo sito [www.superflash.it](http://www.superflash.it), la fanpage Facebook, l’*m-site*). Sono cinque i Superflash Store aperti da settembre a oggi: luoghi dove i giovani hanno a disposizione strumenti tecnologici di ultima generazione per accedere ad attività bancarie e non (concerti, incontri a tema e altro). Il Tour “In viaggio con Superflash” in Fiat 500 sta portando in 30 città italiane le ultime novità e concorsi.

**“Move and Pay Intesa Sanpaolo”** si è classificato al secondo posto nella categoria “Nuovi Servizi”. Con il lancio della piattaforma Move and Pay Intesa Sanpaolo ha inaugurato in Italia l’era dei pagamenti tramite *smartphone*. Avvicinando semplicemente il cellulare (tecnologia NFC) ai POS di nuova generazione, è possibile pagare le spese quotidiane, dal giornale al caffè del mattino. E’ una novità che va incontro ad uno stile di vita sempre più caratterizzato dalla centralità del telefono cellulare (*mobile life*) e che contribuisce a ridurre l’uso del contante (*war on cash*). Il progetto pilota è in corso a Milano e a Torino con il coinvolgimento di 600 utenti.

Il **“Progetto ISPad – Filiale Paperless Intesa Sanpaolo”**, che ha conquistato il secondo posto nella categoria “Organizzazione e Operations”, semplifica l’operatività in filiale e va nella direzione di una maggiore sostenibilità e tutela ambientale riducendo drasticamente l’utilizzo di carta allo sportello. (Si stima che le operazioni allo sportello comportino un consumo di carta pari a circa 100 milioni di moduli l’anno). Il nuovo servizio, completamente gratuito per il cliente, si basa su un’innovativa tecnologia che permette di sottoscrivere la documentazione bancaria con una firma elettronica direttamente sullo schermo di un *tablet*, eliminando la necessità di stampare ordini e ricevute cartacee da conservare o consegnare al cliente.

La **“Pagina Facebook Intesa Sanpaolo Servizio Clienti”** è arrivata terza nella categoria “Nuovi Servizi”. L’obiettivo è potenziare il servizio di assistenza alla clientela attraverso una forma di relazione diretta che consente, inoltre, di acquisire preziosi riscontri per migliorare l’offerta della banca. Con un semplice messaggio gli utenti possono pubblicare in bacheca i propri quesiti, commenti e suggerimenti, e richiedere supporto operativo per problemi o difficoltà riscontrate nell’utilizzo dei servizi bancari. La pagina conta oltre 20mila *likers*, interamente acquisiti in modo spontaneo, mentre sono diverse decine le richieste quotidiane soddisfatte in tempo reale dal Servizio Clienti di Intesa Sanpaolo che risponde direttamente in bacheca.

## **Settore Small Business**

Il “**Processo del credito largamente automatizzato dedicato alla clientela Small Business Micro**” è risultato al primo posto nella categoria “Organizzazione ed Operations”. L’obiettivo del progetto è innovare il processo del credito per fornire risposte rapide alle richieste di finanziamento delle imprese di piccole dimensioni. L’intero processo, a partire dalla raccolta della documentazione necessaria, è stato semplificato e velocizzato arrivando, per determinati importi e prodotti, ad una delibera automatica in circa 2 giorni lavorativi. A pochi mesi dall’applicazione, i sistemi per monitorare la soddisfazione della clientela hanno registrato un notevole apprezzamento per questa novità.

La “**Polizza Business Gemma**” si è classificata al primo posto nella categoria “Prodotti e Servizi Assicurativi”. E’ un’iniziativa dedicata alle lavoratrici autonome, alle imprenditrici e alle libere professioniste che devono conciliare vita professionale e familiare, visto che molti compiti di cura della famiglia sono ancora oggi, per necessità o per cultura, svolti dalle donne. Comprende un’ampia gamma di coperture assicurative e di servizi di assistenza per sostenere la donna sia nella quotidianità sia al presentarsi di eventi gravi o di momenti particolarmente impegnativi (malattia, infortunio, stalking, divorzio, maternità, salute dei familiari e altro).

## **Settore Imprese**

“**Export Facile**” ha ottenuto il secondo posto nella categoria “Prodotti e Servizi di Credito”. Il progetto, che nasce dal dialogo quotidiano con le aziende, fornisce risposte concrete alle necessità degli imprenditori di sviluppare l’attività sui mercati esteri in un momento caratterizzato dal rallentamento della domanda interna e dall’affermarsi di un modello produttivo centrato sull’esportazione. Intesa Sanpaolo ha sviluppato un prodotto innovativo che tutela l’azienda dal rischio di insolvenza delle nuove controparti estere offrendo l’accesso a un’ulteriore fonte di liquidità alternativa a quella del tradizionale credito bancario.

### **Intesa Sanpaolo**

Rapporti con i Media  
Media Banca dei Territori e Media locali  
Mirella Gai  
Tel +39 0115556652  
stamp@intesasanpaolo.com