

COMUNICATO STAMPA**INTESA SANPAOLO PRIMA BANCA DIGITALE ITALIANA:
8 MILIONI DI CLIENTI MULTICANALE E 3 MILIONI DI UTENTI APP****CON 53 MILIONI DI OPERAZIONI DISPOSITIVE SULL'APP DA INIZIO ANNO,
ACCELERA SULLA *DIGITAL TRANSFORMATION***

- Il *mobile* centro dell'ecosistema digitale della Banca: la “*app constellation*” che fa perno su *Intesa Sanpaolo Mobile*, dà accesso a servizi bancari, finanziamenti, risparmio e si arricchisce con la nuova app *Intesa Sanpaolo Investo*, per investire *online* in autonomia e tenere sotto controllo il proprio patrimonio
- Sui canali digitali la strategia per il futuro, in linea con gli obiettivi del piano d'impresa: investimenti per 2,8 miliardi di euro in tre anni, per portare al 70% le attività digitalizzate della Banca
- Intesa Sanpaolo pronta per anticipare le prossime sfide tecnologiche, nella logica di una piena integrazione tra la componente umana e digitale dei servizi, per essere il primo e principale operatore nella sostituzione del contante

Milano, 30 novembre 2018 – **Intesa Sanpaolo**, leader in Italia in tutti i settori di attività (*retail*, *corporate* e *wealth management*), con 11,9 milioni di clienti, una rete di circa 4.400 sportelli in tutto il territorio nazionale, 1.000 miliardi di attività finanziarie della clientela, è ora la **prima banca digital del Paese**. Sono **8 milioni i clienti multicanale**, di cui quasi **3 milioni sulla nuova app Intesa Sanpaolo Mobile**, **56 milioni le login al mese solo su app**, **53 milioni le operazioni dispositive su app da inizio anno**, di cui **1,2 milioni di prelievi cardless**. Inoltre, **47,3 milioni di operazioni di post vendita carte** nel 2018 (es. aumento plafond carte, pin richiesti), cui si aggiunge l'enorme mole di consultazioni accessibili in ogni momento con pochi clic dal proprio *smartphone*.

Forrester Research, una delle più influenti, indipendenti e autorevoli società di ricerca a livello mondiale, posiziona la piattaforma digitale *retail* – banca online – di Intesa Sanpaolo tra le **prime tre banche digital in Europa** (*Valutazione/Benchmark Europeo 2017*). Nel 2018, inoltre, **Intesa Sanpaolo Mobile** si è posizionata al terzo posto come “*Strong Performer*” tra le sei banche analizzate dell'area Euro.

Alla base di questi traguardi, un deciso cambiamento culturale e una visione strategica centrata **sulla trasformazione digitale e sulla multicanalità**, in piena sintonia con i nuovi comportamenti dei clienti, con l'evoluzione delle tecnologie e con uno scenario competitivo che sta rivoluzionando il modo di fare banca.

Secondo una recente **indagine condotta da IPSOS** (*novembre 2018*) sull'utilizzo degli strumenti *digital* e sui canali preferiti nella relazione con la propria banca, **gli italiani sono sempre più connessi: il 75% si collega mensilmente a internet da mobile**, scaricando un'ampia tipologia di *app* (*fonte Audiweb* - ad esempio *social*, *e-commerce*, musica, video, *travel*, *news*). Il **54%** degli intervistati dichiara di avere scaricato l'*app* della propria banca, il **51%** ha un'*app* per i pagamenti in mobilità. **L'evoluzione digitale fa bene all'immagine delle banche**, in quanto contribuisce a renderle più innovative e **attente ai giovani**: e infatti sono proprio i **giovani tra i 15 e i 24 anni ad avere scaricato maggiormente le app finanziarie**, indicandole come lo strumento preferito per le operazioni bancarie e dichiarando un **maggiore utilizzo dell'app per i pagamenti: 18%** verso l'8% in media della popolazione.

L'home banking è invece il canale preferito per le fasce d'età più mature. I clienti che utilizzano *app* e dispositivi *online* mantengono, in generale, anche le **visite in filiale**, che resta il punto di riferimento per le operazioni più complesse e per le richieste di chiarimenti. I risparmiatori già avvezzi all'utilizzo degli strumenti digitali ritengono inoltre ancora **importante il confronto con un consulente** per la gestione dell'investimento, sebbene mostrino un'apertura verso l'utilizzo di un'*app*, affiancata alla consulenza personale.

In questo contesto, **i clienti Intesa Sanpaolo risultano essere tra i più soddisfatti**, sia per il **percorso d'innovazione** intrapreso dalla Banca, sia per le **funzionalità messe a disposizione attraverso l'*app Intesa Sanpaolo Mobile***: il **72% è molto soddisfatto**, verso il 56% della media dei clienti bancari.

La roadmap della trasformazione digitale di Intesa Sanpaolo

Punti chiave di questo percorso, il **completo ridisegno del sito e delle *app***, con la volontà di creare un'**esperienza digitale di eccellenza**, allineata ai migliori esempi mondiali, e una **forte innovazione nel settore dei *digital payment***, fulcro dell'interazione quotidiana con i clienti.

La “banca di tutti i giorni” del Gruppo Intesa Sanpaolo è oggi accessibile attraverso un **modello di servizio che consente libertà di canale e circolarità, autonomia e mobilità**. I clienti più digitali e “fai da te” possono **acquistare *online*** quasi tutti i prodotti (l'85% del catalogo retail, tra cui il conto corrente, le carte di pagamento, i prestiti personali e anche prodotti non bancari, come *smartphone*, tablet e PC).

Per favorire lo sviluppo della cultura digitale dei propri clienti, Intesa Sanpaolo ha creato appositi strumenti e servizi per **aiutarli a distanza** nell'accesso ai nuovi canali (in *chat* con il proprio gestore o attraverso la Filiale Online, la nuova “banca al telefono”). Le **filiali, dove ormai è stata eliminata la carta nell'85% delle operazioni bancarie e nel 98% dei contratti, restano comunque il punto di riferimento per la consulenza** e per le esigenze più complesse.

A questo proposito, è stato avviato da oltre due anni un processo di completa rivisitazione del modello delle filiali, che prevede un **nuovo allestimento** per renderle **luoghi aperti a incontri e iniziative e perfettamente integrati con il canale digitale** grazie a soluzioni *self-service* evolute. Alla rete delle filiali si aggiunge **Banca5**, la banca di prossimità del Gruppo Intesa Sanpaolo con oltre 15.000 tabaccherie convenzionate.

Il modello che Intesa Sanpaolo sta sviluppando è in piena linea con il **piano d'impresa 2018-2021**. Il Gruppo infatti prevede **circa 2,8 miliardi di euro di investimenti nella trasformazione digitale** entro i prossimi tre anni, portando **le attività digitalizzate dal 10% nel 2017 al 70% nel 2021**. Gli investimenti interesseranno processi, *cyber security*, innovazione, strumenti di *Advanced Analytics* (più di 100 *Data Scientist* dedicati nel 2021 vs. 15 nel 2017), dialogo con le *FinTech*, estensione di piattaforme digitali e percorsi di acquisto multicanale per le imprese.

Inoltre, nei prossimi tre anni le **vendite digitali** dovranno crescere **dal 2,5% di fine 2017 al 15%**.

Il mobile, motore dell'ecosistema digitale di Intesa Sanpaolo

Intesa Sanpaolo Mobile, l'applicazione di Intesa Sanpaolo per il *mobile banking*, utilizzata da quasi **3 milioni di user**, è il punto di accesso unico ai servizi della “*app constellation*”. Dal lancio, due anni fa, ha quasi triplicato gli utenti, che si connettono in media 18 volte al mese.

Punto di forza di ***Intesa Sanpaolo Mobile*** è la **semplicità della modalità di autenticazione**: il cliente può accedervi e autorizzare le proprie operazioni in totale sicurezza, in conformità con la nuova normativa PSD2, sfruttando anche l'impronta digitale o il riconoscimento facciale per i telefoni di ultima generazione. Anche nel caso in cui operi dal sito, riceve una notifica su *app*, che indica l'operazione da autorizzare, sempre utilizzando il riconoscimento biometrico.

È possibile **pagare un bollettino o un F24** scattando una foto; **gestire le proprie carte di credito**, ad esempio per modificarne i limiti, abilitarne l'utilizzo in tutti i Paesi del mondo, richiedere *online* il pin dimenticato, bloccarle, chiederne la sostituzione in caso di furto o smarrimento; **ricaricare il proprio cellulare** con due clic, senza neppure fare il *login* nella *app*; **mettersi in contatto, già autenticati, con la Filiale Online**, con un semplice *shake* del cellulare (sono già **più di 190.000 le chiamate annue da app**). Particolarmente distintiva la funzione che consente di **prelevare senza carta alle casse veloci automatiche** (quasi **200.000 operazioni al mese**, triplicate rispetto allo scorso mese di gennaio), o aiutare **un parente o un amico a prelevare denaro, senza carta, in situazioni d'emergenza** (il cosiddetto "prelievo SOS"): è sufficiente che il destinatario inserisca sul display del bancomat il codice generato dall'*app* del titolare.

Anche i **servizi di digital payment** di Intesa Sanpaolo sono tutti **integrati nell'app Intesa Sanpaolo Mobile** e **accessibili già in pre-login attraverso il nuovo "portafoglio digitale" XME Pay**, con cui è possibile pagare nei negozi con le carte o direttamente dal conto, salvare le carte fedeltà e i documenti di identità, con la possibilità di essere anche avvisati in prossimità della scadenza e beneficiare di offerte dedicate.

Dal 20 novembre, per i clienti Intesa Sanpaolo con dispositivi iOS – sono oltre un milione - è disponibile Apple Pay, attivabile direttamente da XME Pay su tutte le **carte di credito**, sulle **prepagate** e sulle **carte di debito XME Card** emesse dal Gruppo. Per i cellulari con sistema operativo Android, XME Pay permette già da tempo di collegare le proprie carte a **Samsung Pay**, servizio di pagamento diffuso a livello internazionale, compatibile con tutti i POS.

Inoltre, i pagamenti diventano "social" grazie a **JiffyPay**, che dal 1° gennaio diventerà **Bancomat Pay**, modalità di pagamento *account to account*: usando il solo numero di telefono, **JiffyPay** permette anche di scambiare denaro durante una conversazione in *chat* e di creare dei gruppi per dividere il conto di una cena o fare una colletta per un regalo agli amici. Ad oggi **sono 650.000 i Jiffy scambiati e più di 200.000, in soli tre mesi, i clienti che hanno attivato XME Pay** su smartphone Android ed Apple.

L'esperienza digitale al servizio del risparmio e dell'educazione finanziaria dei più giovani

Per il mondo dei giovanissimi e delle loro famiglie è disponibile **XME Salvadanaio** – funzione attivata da **192.000 clienti**. **L'app Intesa Sanpaolo Mobile accompagna i clienti a risparmiare ogni giorno** piccole somme per realizzare i propri desideri, ma può essere **utile anche per insegnare ai propri figli a risparmiare per il futuro**.

I genitori possono infatti aprire ai propri figli, anche *online*, il **XME Conto Up** (completamente gratuito, bolli compresi), dotandolo anche della XME Card, gestibile su *app* e su sito attraverso un *parental control* con cui possono impostare una "paghetta", definire limiti e natura delle spese. Al compimento della maggiore età, il giovane potrà continuare a utilizzare il conto come un normale XME Conto per maggiorenni, mantenendo il medesimo IBAN.

Per i più piccoli, invece, è in uscita proprio in questi giorni **XME Dindi**, il "**salvadanaio giocattolo**" disponibile in forme accattivanti per i bambini. Quando viene connesso all'*app Intesa Sanpaolo Mobile*, mostra sul display il saldo del conto e gli obiettivi del "salvadanaio". Sempre sul display viene mostrata anche la ricezione di nuovi versamenti, rendendo così immediata la percezione della crescita del risparmio anche per i piccoli. A partire dal mese di dicembre, in 16 filiali italiane, il **Museo del Risparmio dedicherà laboratori di educazione finanziaria a bambini tra i 7 e i 12 anni**, con la presenza interattiva in ogni evento del robot umanoide Pepper. Ai partecipanti sarà regalata la guida "*Paghetta & Consigli. Conoscerla, capirla, sperimentarla*", realizzata dal Museo del Risparmio per orientare i genitori sul tema.

Intesa Sanpaolo Investo: la nuova app dedicata agli investimenti

L'ultima nata nella *app constellation* di Intesa Sanpaolo è **Intesa Sanpaolo Investo**, l'**applicazione dedicata agli investimenti**, che permette di fare *trading* in modo semplice, veloce e informato e tenere sotto controllo il proprio patrimonio, attraverso un'esperienza digitale vicina a quella in filiale con il proprio gestore.

Con Investo, i clienti hanno a disposizione un'ampia gamma di **informazioni**, che portano l'*app* al livello dei migliori *player* di mercato: possono utilizzare la ricerca avanzata per muoversi tra migliaia di titoli quotati; visualizzare per ogni azienda un corredo informativo completo di dati di bilancio, indicatori finanziari, storico quotazioni, grafici avanzati interattivi e notizie correlate; creare e gestire portafogli virtuali per simulare le strategie di *trading*; monitorare con la *watchlist* i propri titoli preferiti. È inoltre possibile attivare *widget* per consultare i titoli preferiti e le notizie più rilevanti, senza la necessità di accedere all'*app*.

A meno di un mese dal rilascio sugli *store*, i risultati sono importanti: il 20% degli ordini sul mercato secondario dei clienti di Intesa Sanpaolo passano infatti da *Investo*.

Il percorso verso la cashless society: lo smartphone nel cuore dei digital payments

Lo smartphone sostituirà sempre di più nei pagamenti i tradizionali contanti e perfino le carte. In questo settore, **Intesa Sanpaolo vuole essere driver e leader nazionale**, in un percorso di innovazione il cui obiettivo è **far diventare sempre più i pagamenti digitali un'abitudine**, puntando soprattutto sugli acquisti quotidiani di piccolo importo.

Nella settimana **dal 7 al 15 dicembre** la Banca promuoverà, in collaborazione con Mastercard, l'iniziativa **Cashless District**, che incentiverà i pagamenti attraverso il portafoglio digitale XME Pay nelle quattro aree metropolitane di Torino, Milano, Roma e Napoli.

Nel 2019 è atteso il lancio di **Bancomat Pay**, l'iniziativa che nasce dall'accordo tra Sia e Bancomat, che permetterà ai titolari di carte PagoBancomat di saldare operazioni attraverso il cellulare, senza dover più digitare alcun codice, dando così grande impulso ai micro-pagamenti digitali. Intesa Sanpaolo supporterà l'evoluzione digitale del Bancomat, rendendo gratuita per gli esercenti le transazioni di piccolo importo.

Sempre nel 2019, il Gruppo lancerà una **nuova app per esercizi commerciali**, che fungerà da **unico punto di accettazione** di tutti i pagamenti - *contactless* con carte o *smartphone*, con *Bancomat Pay*, *Alipay* etc. – e come **unico cruscotto di rendicontazione integrata multibanca**, con conseguente **abbattimento dei costi e maggiore engagement con i negozianti**: non sarà più necessario avere un POS, per l'esercente sarà sufficiente avere un *tablet* o uno *smartphone*. L'*app* fornirà anche un supporto di marketing, grazie al nuovo **servizio Infovendite**, utile per analizzare le dinamiche di incasso, comparare le *performance* rispetto alle *best practice* di settore presenti nel territorio, individuare le aree di ottimizzazione del proprio *business*.

Le nuove iniziative saranno un **volano importante per la "war on cash"** e per l'ulteriore diffusione dell'e-commerce.

Intesa Sanpaolo è inoltre uno dei **partner tecnologici di ATM Milano** per abilitare l'ingresso nella metropolitana semplicemente avvicinando ai tornelli qualsiasi carta Mastercard o VISA *contactless* o virtualizzata sul telefono. Con la Pubblica Amministrazione la collaborazione punta ad ampliare le opportunità di pagamenti digitali e l'introduzione di nuovi servizi: ad esempio tramite l'abbinamento dell'utente con il solo numero di telefono su PagoPA e l'accettazione digitale presso l'Anagrafe del Comune di Milano.

Intesa Sanpaolo considera la sfida dei pagamenti digitali un **business da network: piena disponibilità**, quindi, **a collaborare con gli altri operatori** come sistema Paese, per favorire la riduzione dei costi e avvicinare l'Italia alle migliori pratiche europee.

L'ambizione di Intesa Sanpaolo per il futuro: il digitale al servizio delle persone, per COSTRUIRE LA BANCA #1 IN EUROPA

Stefano Barrese, responsabile Banca dei Territori Intesa Sanpaolo: *«La tecnologia al servizio della finanza cambierà sempre più e sempre in meglio i servizi, il risparmio, gli investimenti, il nostro stesso modo di essere banca. Con 2,8 miliardi di investimenti, confermiamo la trasformazione digitale quale priorità per lo sviluppo del Gruppo Intesa Sanpaolo.*

Consideriamo la concorrenza delle FinTech un'opportunità per stringere alleanze strategiche e migliorare la nostra presenza digitale, nella consapevolezza che sarà proprio questo un elemento distintivo e sempre più determinante nelle scelte dei clienti. Lo scenario che stiamo immaginando e anticipando spazia dall'introduzione dei primi sistemi di intelligenza artificiale fino alle piattaforme evolute per la gestione robotizzata degli investimenti, in una logica di piena integrazione tra la componente umana e quella digitale del servizio. Quello che è certo, è che le persone – i clienti, i dipendenti – resteranno al centro, in un modello di relazione consolidato e duraturo, sempre più improntato sulla qualità e sulla fiducia.»

Informazioni per la stampa:

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media

Media Banca dei Territori e Media locali

stampa@intesasanpaolo.com