

COMUNICATO STAMPA

APRE LA NUOVA FILIALE **SUPERFLASH** DI BANCA CR FIRENZE FA PARTE DEL PROGETTO DI INTESA SANPAOLO RIVOLTO AI GIOVANI

- Inaugurata a Firenze la quarta delle Filiali *Superflash* previste nelle principali città italiane.
- Presentato “Neo Impresa”, il nuovo portale di Intesa Sanpaolo dedicato alle start-up, per orientare e accompagnare nell’avvio di un’impresa, dalla documentazione necessaria ai finanziamenti disponibili
- Servizi e iniziative speciali nei settori che più coinvolgono gli under 35: *Vantaggi e Tempo libero, Prodotti e Servizi, Progetti e Futuro, Impegno sociale*, con accesso immediato dal nuovo sito superflash.it

Firenze, 15 dicembre 2011. Una novità assoluta nel panorama bancario nazionale, una filiale dedicata a ragazze e ragazzi: servizi ma anche intrattenimento e tecnologie di ultima generazione per l’inaugurazione della **Filiale Superflash** di piazza della Signoria 26 R, che Banca CR Firenze dedica agli *under 35*.

LA FILIALE **SUPERFLASH** DI PIAZZA DELLA SIGNORIA

Anche a Firenze la *Filiale Superflash* sarà luogo simbolo del **nuovo approccio orientato ai giovani** che il gruppo Intesa Sanpaolo ha lanciato da poche settimane e che si sta diffondendo in tutta la rete della **banca dei territori**: già inaugurata a Milano, Torino e Napoli, in questi giorni viene replicata a Bologna e a breve verranno aperte altre filiali *Superflash* a Roma, in Lombardia, Puglia, Sardegna, Sicilia e Veneto.

L’occasione dell’inaugurazione di piazza della Signoria ha coinciso con la presentazione del progetto *Superflash* di Intesa Sanpaolo, illustrato dal direttore generale vicario di Intesa Sanpaolo, **Marco Morelli**, e dal direttore generale di Banca CR Firenze, **Luciano Nebbia**.

Bruno Bossina, direttore marketing Small Business di Intesa Sanpaolo ha presentato una nuovissima iniziativa per i giovani clienti di Superflash, “**Neo Impresa**”. Sono intervenuti anche **Marco Siracusano**, direttore marketing privati di Intesa Sanpaolo e **Andrea Alemanno**, Group Director IPSOS Public Affairs, che ha presentato una ricerca sui giovani.

La *Filiale Superflash* non è la classica filiale di banca: è invece uno **spazio aperto**, interattivo, aperta solo il pomeriggio, anche di sabato, in una zona centralissima della città proprio per avvicinare il più alto numero di giovani che per studio, lavoro o tempo libero vivono il centro storico di Firenze. Uno sportello bancario che mette a disposizione un internet point, organizza eventi culturali ed artistici, allestisce incontri formativi, accoglie sfilate ed esibizioni di gruppi musicali emergenti.

Gli ambienti hanno arredi essenziali, tecnologia di ultima generazione, comunicazione continua attraverso videowall e intrattenimento radiofonico. E' un contesto che mette a proprio agio, incuriosisce ed incoraggia il self banking, accessibile dal lunedì al sabato, dalle 13.30 alle 19.00.

Una filiale gestita da giovani: i dipendenti presenti in Piazza della Signoria sono tutti under 35, per sviluppare un approccio di servizio ai giovani attraverso i giovani, grazie al supporto della banca, con prodotti finanziari specifici o incentivi concreti per trasformare in realtà le proprie idee. *Superflash* infatti non è solo filiale, ma anche servizi, iniziative speciali, sito Internet e prodotti che il gruppo Intesa Sanpaolo dedica ai giovani. Un marchio "ombrello" che identifica tutta l'azione del gruppo a favore degli under 35.

L'obiettivo di *Superflash* è coinvolgere le nuove generazioni, ascoltare con più attenzione i loro bisogni, **partendo** innanzitutto da molti **colleghi del Gruppo** – 11.000 in Italia – **con meno di 35 anni**. Nel concreto il progetto, al quale si accede attraverso il sito *superflash.it*, si articola in quattro ambiti: **vantaggi e tempo libero, prodotti e servizi, progetti e futuro, impegno sociale**¹.

LA RICERCA IPSOS SUI GIOVANI DEL CENTRO ITALIA

I giovani italiani tra i 18 e i 35 anni sono circa 13 milioni, poco più del 20% della popolazione: il 53% ha un'occupazione, il 28% non è occupato, il 19% è studente. Più in particolare, coloro che hanno un lavoro stabile per tipologia contrattuale o livello di reddito dichiarato sono circa il 33%, mentre il 16% è precario. Il 54% vive in famiglia, con i genitori o con altri parenti, il 27% è indipendente e senza figli, solo il 18% è genitore al di fuori della famiglia d'origine. È una fascia di età propensa all'internazionalità: ben il 75% si dichiara interessato ad andare all'estero, specie per avere maggiori opportunità e un reddito più elevato, anche se solo il 40% ha una buona conoscenza dell'inglese.

Per quanto concerne l'occupazione, l'**area Centro rispecchia l'andamento italiano**. La quota di occupati (54%) non si discosta dalla media nazionale ed anche la fascia di coloro che hanno stabilità lavorativa (32%) è in linea con il dato Italia. E' tuttavia più alta l'indipendenza dalla famiglia con la quale abita solo il 48%, a fronte del 54% nazionale. La situazione economica, non migliore rispetto ai loro coetanei, rende un po' più attrattiva la prospettiva di trasferirsi all'estero per lavoro (78% vs 75%).

¹ Per maggiori approfondimenti si invita a consultare le schede allegate.

Dall'indagine emerge che **gli strumenti finanziari di base sono noti**: ben il 70% dei giovani italiani dichiara di averne una conoscenza almeno media; c'è al contrario una minore competenza circa quelli più evoluti: quasi il 50% dichiara una competenza bassa o nulla. Le fonti maggiormente utilizzate per la raccolta di informazioni finanziarie sono i siti on line e il passaparola di amici e conoscenti.

È un target estremamente “bancarizzato” - il 95% possiede almeno uno strumento di gestione del denaro - e molto propenso all'utilizzo di Internet per i propri bisogni finanziari: la maggioranza assoluta di coloro che hanno un conto corrente usano l'home banking e, tra i prodotti che pensano di adottare in futuro, il conto corrente on line eguaglia quello tradizionale. Ben il 39% dichiara di avere uno smartphone: il 50% è interessato alla possibilità di utilizzare il cellulare per avere informazioni bancarie, mentre solo il 44% è disponibile a utilizzarlo per compiere operazioni finanziarie e bancarie. Per quanto riguarda le modalità di gestione del denaro, il livello di competenza finanziaria e l'atteggiamento verso le banche, i comportamenti dei giovani del Centro non si discostano da quelli dei loro coetanei in Italia.

Questo scenario costruito anche attraverso l'esperienza diretta delle 5.600 filiali del Gruppo in Italia - tra cui le circa 900 della Direzione Regionale guidata da Banca CR Firenze nel centro Italia - sono alla base della nuova cultura e del nuovo modo di parlare ai giovani che Intesa Sanpaolo sta sviluppando con *Superflash*. La Banca ha rimodulato offerta, modello di servizio e stili di comunicazione puntando su semplificazione e massimo contenimento dei costi per i clienti.

UN PROGETTO COMPLETAMENTE NUOVO

E' un **modo nuovo** e impegnativo di fare banca che vede “i giovani parlare ai giovani” attraverso il massimo coinvolgimento delle risorse under 35, che sono il 20% dei dipendenti del Gruppo. Il **web** diventa un **canale chiave di relazione**: multimedialità, assistenza on line, interazione con i social network, a cominciare dalla pagina **Superflash** su Facebook.

Il sito **superflash.it** è il punto di approdo di quanto la Banca ha da offrire alle nuove generazioni, pensato per creare aggregazione intorno ad aree di interesse condivise e favorire l'interattività. Il sito, **disponibile anche per mobile e visualizzabile tramite browser su tablet**, contiene informazioni semplici e concrete sui servizi bancari e offre soluzioni e applicazioni nei settori che più interessano ai giovani, dalla musica al volontariato.

Una delle proposte in tema musicale è costituita da **Musicflash**, un concorso musicale per giovani talenti in partnership con **Radio 105** e con il coinvolgimento di **Radio Musicflash**, la **web-radio** del Gruppo Intesa Sanpaolo dedicata ai giovani. Si partecipa al concorso caricando sul sito www.superflash.it un brano inedito. I pezzi vengono selezionati da una giuria di qualità, sottoposti alla votazione del pubblico e trasmessi in streaming sul sito superflash.it e su Radio Musicflash. Il premio per il vincitore assoluto è la produzione di un disco e la campagna promozionale sul web.

A più di un mese dal lancio del concorso Musicflash, molti i riscontri positivi in termini di partecipazione: sono stati inviati centinaia di brani di giovani artisti che partecipano al concorso Musicflash; gli iscritti al concorso (tra artisti e votanti) sono **più di 5.000**, mentre i brani ascoltati sul sito www.superflash.it e sulla pagina *Superflash/Musicflash* di Facebook sono **oltre 15.000**. I vincitori dei primi turni di gara e alcuni degli altri artisti sono stati invitati nelle filiali Superflash già inaugurate per esibirsi e farsi conoscere ulteriormente tra il pubblico dei giovani clienti Superflash, e anche la *Radio Musicflash* (web radio) e *Radio Intesa Sanpaolo*, trasmessa nelle filiali del Gruppo, stanno programmando alcuni dei brani con un positivo riscontro da parte dei clienti/ascoltatori.

IL PORTALE “NEO IMPRESA”

Neo Impresa è un **portale web (www.neoimpresa.com)** che mette a disposizione servizi e prodotti e consulenza a chi vuole realizzare un’idea imprenditoriale, accompagnandolo nei passaggi necessari e individuando i finanziamenti privati e pubblici disponibili. I potenziali **destinatari del portale** sono giovani con un progetto imprenditoriale, anche in cerca di prima occupazione, lavoratori dipendenti che vogliono passare ad un’attività autonoma, senior che intendono riposizionarsi sul mercato del lavoro per motivi personali o legati alle ristrutturazioni aziendali e, infine, imprenditori che vogliono esplorare settori diversi o acquisire altre realtà imprenditoriali.

Il portale è suddiviso in **tre sezioni** funzionali ai passaggi che un aspirante imprenditore deve compiere per avviare un’impresa:

- **“Pensala”**, la sezione che consente di disegnare la propria idea di business. Aiuta a capire quali siano i passaggi necessari per avviare la nuova attività ed offre un’analisi del mercato di riferimento e del settore in cui ci si vuole inserire, una descrizione degli adempimenti normativi e amministrativi (“decalogo degli adempimenti”) e, in generale, quello che è bene sapere per diventare imprenditore. Comprende, infine, un’offerta di corsi in e-learning per acquisire maggiore consapevolezza del proprio progetto imprenditoriale.
- **“Creala”** è la sezione che permette di verificare la sostenibilità della propria idea imprenditoriale. L’obiettivo è rendere il neoimprenditore consapevole delle variabili economico-finanziarie da cui non può prescindere quando valuta l’avvio di un’attività o l’acquisizione di una già esistente. A questo scopo è disponibile uno strumento di autodiagnosi da compilare on line, anche in modalità guidata. Se ad esempio l’obiettivo è aprire un’attività commerciale, in questa sezione è possibile capire come si determinano costi e ricavi. Durante il percorso, la sezione rimanda alla possibilità di consulenza da parte dei commercialisti iscritti all’albo professionale, suddivisi per comuni di appartenenza.
- **“Finanziata”**, la sezione che presenta le soluzioni che il Gruppo Intesa Sanpaolo offre alle nuove imprese, con particolare focus sui prodotti di finanziamento e sulle opportunità legate a incentivi ed a finanziamenti agevolati per le imprese.

*“Con Superflash – ha sottolineato **Marco Morelli** - abbiamo avviato un percorso fortemente innovativo e di attenzione verso i giovani, ai quali vogliamo dare un nuovo segnale di fiducia e di apertura. Giovani e banca non devono essere mondi distanti, è importante dialogare e capire sempre meglio cosa offrire ai nostri ragazzi. Abbiamo messo in campo molte risorse ed investimenti per provare nuove strade di relazione e comunicazione con i nostri clienti del futuro, ma anche con i tantissimi clienti giovani che già oggi hanno scelto la nostra banca. E' una sfida che testimonia la spinta all'innovazione di tutto il Gruppo Intesa Sanpaolo”.*

*“Banca CR Firenze dedica ai giovani una filiale nel cuore della città – commenta **Luciano Nebbia** -. Non sarà solo uno spazio per servizi bancari, ma anche un punto di ritrovo, un luogo in cui confrontare idee e magari dare avvio ai propri progetti, investendo su se stessi e sul futuro. Un investimento di cui il Gruppo Intesa Sanpaolo è assolutamente convinto: moltiplicheremo sforzi e iniziative per sostenere i loro progetti e realizzare i loro talenti”.*

Per informazioni:

BANCA CR FIRENZE - INTESA SANPAOLO

Ufficio Stampa

Monica Biffoni

Tel 055 2612550 – cell. 335 6204956

monica.biffoni@intesasanpaolo.com