

ISYBANK: UN LABORATORIO ANCHE PER L'ASSICURAZIONE

di FABRIZIO AURILIA

LA NUOVA BANCA TOTALMENTE DIGITALE LANCIATA DA INTESA SANPAOLO NEL GIUGNO SCORSO POTRÀ GIOCARE ANCHE UN RUOLO DI INNOVAZIONE NELLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI ASSICURATIVI VITA E DANNI. SECONDO L'AD, ANTONIO VALITUTTI, TUTTE LE REALTÀ DEL GRUPPO POTRANNO AVVALERSI DI PROCESSI SEMPRE PIÙ AGILI

Quando il 15 giugno scorso è nata **isybank**, **Intesa Sanpaolo** ha promesso che tutto sarebbe cambiato. Ovvero che il concetto di banca online non sarebbe stato più lo stesso. La nuova creatura del colosso bancassicurativo italiano è totalmente digitale e, secondo il consigliere delegato e ceo **Carlo Messina**, “rappresenta la discontinuità che consentirà al gruppo di essere leader nel panorama europeo”.

Ma quali sono le caratteristiche più innovative di isybank dal punto di vista della fruizione dei clienti e quali sono le principali differenze rispetto all'altra banca online, **Fideuram**, da cui poi è scaturita **Fideuram Direct**, la prima rete italiana digitale di private banker?

Lo abbiamo chiesto direttamente ad **Antonio Valitutti**, amministratore delegato di isybank, che è partito subito dalla parola chiave: digitalizzazione. La rivoluzione digitale, racconta l'ad “ha spinto anche il settore bancario verso nuove frontiere e opportunità”. Nel gruppo Intesa Sanpaolo, i clienti multicanale sono oltre 12 milioni e, di questi, circa il 70% usa abitualmente l'app della banca. Proprio per questi clienti digitali, “per coloro che cercano nell'app della propria banca la soluzione ai loro bisogni”, precisa Valitutti, è nata isybank. “La principale differenza con Fideuram Direct – sotto-

linea Valitutti – è il target di riferimento: clientela retail orientata al digitale, che non necessita di una spiccata personalizzazione dell'offerta, per isybank; clientela upper affluent e private, con esigenze eterogenee e sofisticate e con un bisogno superiore di personalizzazione del servizio, per Fideuram Direct”.



Antonio Valitutti, amministratore delegato di isybank

IDENTITÀ DIGITALE E TOCCO UMANO

L'innovazione di isybank si è concentrata in primis sul processo di onboarding: attraverso la app, il cliente può aprire un conto e averlo subito attivo, insieme a una carta di debito abbinata; sempre dall'app si possono eseguire in autonomia tutte le principali operazioni e i pagamenti; richiedere e ricevere istantaneamente un anticipo di stipendio o pensione; prelevare senza una carta fisica.

“Ci definiamo una fintech con l'anima – spiega l'ad Antonio Valitutti –, con la solidità e l'offerta commerciale di un grande gruppo”. Il “tocco umano” è rappresentato dalla cosiddetta filiale digitale, con oltre 2.000 consulenti, appositamente formati, per assistere i clienti e aiutarli nelle loro scelte.

UN'OFFERTA DEDICATA

Isybank avrà un ruolo nell'ecosistema di distribuzione dei prodotti assicurativi vita e danni, con funzioni che vanno dalla consulenza alla vendita, alla gestione sinistri, anche se il cuore resta la produzione interna al gruppo Intesa Sanpaolo. “In tema assicurativo – argomenta l'ad – la fabbrica prodotti è quella del gruppo Intesa Sanpaolo. Per i clienti della banca digitale metteremo a disposizione un'offerta dedicata, seguendo una logica di proposizione semplice e facilmente fruibile”.

L'ascolto dei bisogni, come detto, è un “elemento fondamentale per definire la strategia di sviluppo della banca” in termini anche di servizi. Ma è un percorso modulabile: Valitutti spiega che la struttura è pronta ad aggiornare prodotti e servizi e diversificarli in base alle esigenze che i clienti manifesteranno nel tempo.

Al momento, comunque, isybank non prevede prodotti assicurativi, di risparmio o previdenziali pensati solo per il canale. Come per le polizze danni, precisa Valitutti, “anche per il risparmio e gli investimenti l'idea è quella di avvalersi dell'offerta messa a disposizione dalle fabbriche prodotto del gruppo Intesa Sanpaolo,

con soluzioni pensate per la clientela di isybank”. Per quanto riguarda i prodotti di natura previdenziale, invece, “ci sono diverse ipotesi ancora allo studio”, rivela Valitutti, senza peraltro fornire obiettivi di raccolta: “stiamo puntando a un completamento progressivo dell'offerta, per garantire la migliore esperienza possibile”, chiosa l'ad.

UN INCUBATORE DI INNOVAZIONE

Per costruire isybank, Intesa Sanpaolo ha investito su una tecnologia nativa in cloud, adattabile a un contesto multi-valuta e a clienti multinazionali. I partner sono **Tim**, **Google** e soprattutto **Thought Machine**, fintech di *core banking*, diventata negli anni uno dei punti di riferimento internazionali per le nuove piattaforme di digital banking. Intesa ha investito 40 milioni di sterline nel capitale della fintech, partecipando così al percorso di crescita della società.

Ma questi investimenti, in definitiva, potranno essere utili anche al canale di bancassicurazione tradizionale? “Abbiamo costruito la nuova infrastruttura della banca – spiega Valitutti – senza partire da un'infrastruttura esistente, ma sviluppando, grazie al contributo di un team di progetto creato per l'occasione, un sistema basato su linguaggi di programmazione moderni e tecnologia in cloud. Questo ha consentito una semplificazione estrema nel disegno e nell'implementazione dei processi, nonché il contenimento dei costi di funzionamento e la garanzia di una scalabilità essenziale per accompagnare lo sviluppo della banca”. L'esperienza isybank è considerata dal gruppo “un incubatore per sperimentare tecnologie e processi innovativi”. E quindi, infine, sì certo: “non solo il canale tradizionale di bancassicurazione, ma tutte le realtà del gruppo potranno avvalersi di processi sempre più agili per migliorare il proprio ambito di attività”, conclude l'amministratore delegato.