

UNICREDIT - la rivoluzione delle filiali. Il riassetto da novembre con «Open», investiti 350 milioni nelle agenzie.

CORRIERE DELLA SERA, 10 luglio 2014
di Fausta Chiesa.

TORINO — Addio cassieri. Orari flessibili. Possibilità di acquistare prodotti non solo bancari. Unicredit vara l'operazione «Open» per i suoi 10 milioni di clienti. Dal 3 novembre le filiali cambieranno radicalmente perché diverso sarà il modo in cui l'istituto offrirà i servizi. Il progetto è stato illustrato ieri a Torino dai vertici della banca - il presidente Giuseppe Vita, il Ceo Federico Ghizzoni, il direttore generale Roberto Nicastro e il country chairman Italia Gabriele Piccini - a 5.200 dipendenti.

Con la chiusura (già annunciata) di 400 sportelli, resteranno 3.100 filiali: alcune saranno agenzie «full service» e a queste faranno riferimento gli altri sportelli di zona più piccoli e flessibili negli orari: alcuni potranno essere aperti soltanto 2 o 3 giorni, altri anche il sabato. Le filiali «leggere» saranno 1.200. «L'agenzia di domani — ha spiegato Piccini — sarà più digitalizzata. Il cliente sarà gestito per bisogni. Ci saranno consulenti per attività di base, per i finanziamenti e per gli investimenti, ma scomparirà la figura del cassiere. Le attività di cassa passeranno principalmente attraverso le telemachine».

Il rapporto fisico (mediamente sono 40 l'anno) sarà integrato con le relazioni virtuali (oggi 250 l'anno) che avvengono via telefono mobile, Internet ed i bancomat evoluti. Le filiali cambieranno volto, con un restyling anche estetico.

Per arrivare a quello che Ghizzoni ha definito «un cambio di passo molto significativo», Unicredit abbasserà l'età media dei dipendenti assumendo con contratto bancario 1.500 giovani e porterà i lavoratori del contact center da 500 a 1.000. In filiale il cliente troverà anche servizi e prodotti complementari: dall'intermediazione immobiliare alla vendita di polizze Rca in partnership con Allianz e di beni di consumo in collaborazione con Apple (registratori di cassa), Smart (bici elettriche), Technogym (fitness per la casa), Samsung (già 170mila pezzi venduti in circa un anno tra smartphone e tablet).

«Gli stili di vita cambiano e serve un nuovo modo di fare banca. — ha detto Ghizzoni — Le filiali continueranno a essere un pilastro del nostro modello distributivo, ma il loro ruolo evolverà da punto di accesso dei servizi bancari a luogo dove avvengono le interazioni più complesse».

Per il rinnovamento delle filiali Unicredit investirà 350 milioni e complessivamente 1,5 miliardi nel progetto per l'Italia. La banca punta a ottenere una crescita dei ricavi del 4-5% e di salire al 20% di quota di mercato di mutui. Fausta Chiesa.