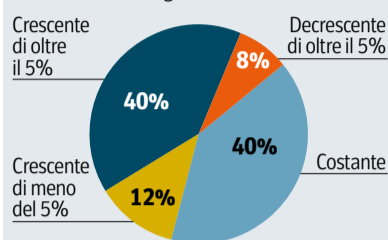


Chi investe di più e dove

La spesa in innovazione delle banche italiane, rilevazione Abi Lab del marzo 2021 tra gli istituti di credito (rispondenti: 22 banche e gruppi bancari, tre outsourcer)

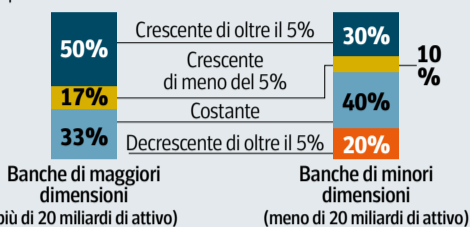
Le previsioni di spesa

Le variazioni di budget 2020-2021



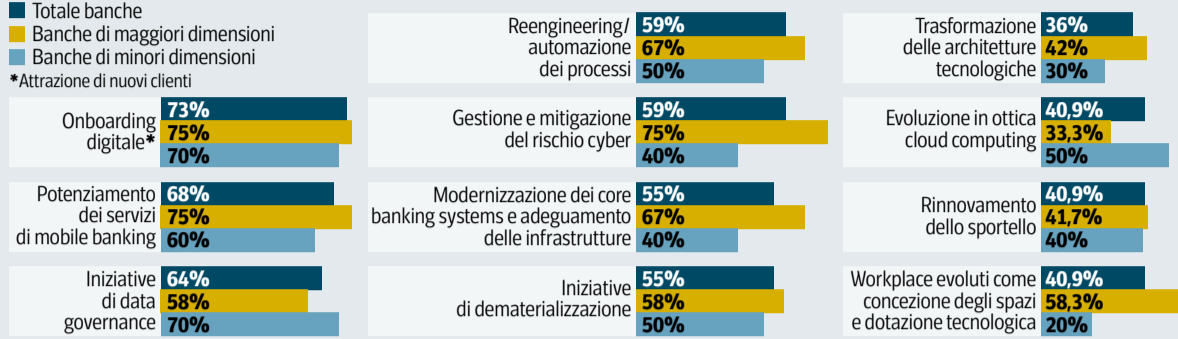
Grandi e piccoli

Le variazioni di budget 2020-2021 per dimensioni bancarie



Le priorità

Gli obiettivi d'investimento delle banche per il 2020-2021



BANCHE IN GARA SUL DIGITALE CINQUE MILIARDI PER ANDARE IN RETE

Più della metà delle banche vuole aumentare quest'anno l'investimento in tecnologia. Questa voce sta crescendo ovunque nei bilanci dei grandi istituti di credito, i piccoli seguono in ordine sparso. Il budget per l'information technology è previsto quest'anno in aumento dal 52% delle banche del campione AbiLab (22 istituti di credito o gruppi bancari, tre outsourcer interbancari in rappresentanza del 67% del settore per dipendenti), e il 40% prevede un incremento sostanzioso, cioè superiore al 5% sul 2020. Solo otto istituti di credito su cento stimano un calo sostenuto degli investimenti in tecnologia, superiore al 5%, per il 2021 mentre il 40%, mal che vada, resterà costante. Perché il Covid ha avuto un impatto sulle priorità d'investimento per nove banche su dieci, l'88% (e il 40% dichiara di esserne stato influenzato «in modo piuttosto significativo»). Significa una cosa: tutti i clienti online, e in fretta.

Dice questo il Rapporto Abi Lab 2021, «Scenari e trend del mercato Ict per il settore bancario», che verrà presentato oggi, 22 marzo. Rivela l'effetto della pandemia sulle banche, ma è anche la coda di un percorso iniziato anni fa. L'investimento atteso per la tecnologia nel 2021 è di circa 5 miliardi secondo Abi Lab e di 4,55 miliardi (dai 4,5 del 2019) secondo la rilevazione Cipa-Abi che riguarda l'80% del sistema.

Le preferenze

«Le scelte di spesa sono ormai inderogabili — dice Pierfrancesco Gaggi, presidente di Abi Lab —: nelle infrastrutture per portare a bordo più clienti possibile sui canali digitali, nelle app per fare acce-

Oltre metà degli istituti di credito vuole aumentare quest'anno gli investimenti in tecnologia. La priorità? Portare più clienti online. Ma i social pesano meno. Il Rapporto Abi Lab 2021

di **Alessandra Puato**



Abi
Il direttore generale
Giovanni Sabatini

dere il cliente dal cellulare, nella maggiore protezione dei dati, nelle semplificazioni a partire dalle firme digitali».

Le banche più grandi (sopra i 20 miliardi di euro di attivi) vogliono investire più di prima quasi in sette casi su dieci (il 67%). Una su due (il 50%) prevede un aumento degli investimenti in Ict per quest'anno superiore del 5% rispetto al 2019; si aggiunge un 17% che prevede una spesa crescente sotto il 5%. Il 33% si manterrà stabile. Tra le piccole, solo due su dieci (il 20%)

stimano di investire meno del 2020, le altre si dividono a metà tra chi investirà di più (il 30% per un budget aumentato di oltre il 5%, il 10% è sotto questa soglia) e chi spenderà come l'anno scorso.

Dove finiscono questi denari? Essenzialmente, nella raccolta di nuovi clienti sui canali digitali. Al primo posto nella lista delle priorità c'è infatti il «digital onboarding», l'imbarcare, appunto, clienti sulla nave del web: con strumenti come l'identificazione da remoto o la sottoscrizione di prodotti online. Lo indicano il 73% delle banche. «L'onboarding digitale ha un ruolo chiave nella raccolta di informazioni dei clienti, determinanti per strategie commerciali», è scritto nel Rapporto.

Segue il potenziamento dei servizi di mobile banking (segnalato dal 68% del campione, che schizza al 75% se si considerano solo le grandi banche), quindi dello sviluppo di app e programmi per l'accesso con lo smartphone. Al terzo posto nelle scelte d'investimento ci sono le iniziative di data governance, cioè di gestione dei dati, a partire dalla tutela della privacy (indicate dal 64% del campione).

È ancora importante l'investimento nell'automazione dei processi (59%), così come la «mitigazione del rischio cyber», cioè lo scudo agli hacker (sempre 59%), e le piccole banche stanno sviluppando parti-

colarmente i pagamenti digitali. Ma scivolano in coda, entrambe al decimo posto (41%), le voci «Rinnovamento dello sportello» e «Posti di lavoro evoluti come concezione degli spazi e dotazione tecnologica»: un po' perché chi doveva rinnovare le filiali lo ha già fatto, un po' perché gli sportelli saranno meno usati. Anche i social network perdono importanza: «Non si riscontra una sensibilità forte in termini di investimento», dice il Rapporto.

Le mosse dei big

Che le grandi banche siano in prima fila nell'ottimizzare il digitale è anche una necessità dettata dalle fusioni. Intesa Sanpaolo calcola di avere raggiunto i 12 milioni di clienti multicanale dall'integrazione con Ubi, con oltre 7 milioni di persone che usano le sue app. Dichiara poi di avere aumentato nel 2019-2020 del 30% le operazioni digitali, del 182% le vendite digitali (di prodotti come mutui, prestiti, carte) e del 99% i pagamenti digitali.

Nella rivale Unicredit, data in crescita per acquisizioni a breve, già più di un cliente su due ha un profilo abilitato per accedere all'online e mobile banking, «che usa abitualmente per operazioni come bonifici, gestione delle carte, pagamenti della pubblica amministrazione», dichiara l'istituto. Che l'anno scorso ha visto crescere del 55% il numero di app per cellulare o tablet rispetto al 2019.

Mentre il gruppo Sella in espansione dichiara di avere investito in innovazione tecnologica nel 2020 il 30% in più del 2019 a 61 milioni di euro e prevede per i prossimi tre anni una spesa di 200 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quattro giorni di proposte tech Un viaggio virtuale tra gli stand

Si terrà dal 22 al 26 marzo il Forum Abi Lab sull'innovazione bancaria che ha per titolo, quest'anno, «Passion for Innovation». Aperto e gratuito, sarà presentato da Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi, e condotto in streaming con una nuova formula: si potrà navigare tra gli stand come in una

passaggiata virtuale e arrivare così alla sala delle relazioni, da seguire via Internet. Si apre con «L'innovazione e la banca del futuro», si chiude con il valore dei dati e dell'intelligenza artificiale. Il 22 dalle 14 alle 15,30 c'è il webinar con la presentazione dell'ultimo Rapporto sullo scenario Ict. Bisogna iscriversi sul sito di Abi Lab.

Mobile banking

E il cellulare batte il pc già in tre casi su dieci

Le banche stanno trovando nelle fintech una sponda importante per rispondere alla nuova ondata di innovazione. E il rapporto Abi Lab 2021 evidenzia un'attenzione crescente degli istituti di credito verso il mobile banking, che ha superato in termini di utilizzo l'Internet banking nel 32% delle banche analizzate.

Ormai tutti gli istituti di credito presidiano il canale delle applicazioni scaricabili su smartphone. Tant'è che oggi l'elemento di interesse non è più se la banca offre un'app, ma quante e di che tipo: infatti, alle applicazioni classiche spesso se ne affiancano altre, dedicate a specifiche funzionali-

87

Per cento

Le banche del campione Abi Lab che stanno investendo di più nel mobile banking

tà o target di clientela. D'altronde, è necessario dare una risposta alle nuove leve di correntisti che, tra Millennial e Generazione Z, sono più «smart» e con esigenze diverse dalle precedenti generazioni. Tra gli esempi più recenti ci sono Banca Mediolanum, che nell'ultimo anno ha lanciato due conti in digitale utilizzabili da app (Flowe, con applicazione dedicata, e Selfy, dall'app di Mediolanum), e Banca Sella, che ha rilasciato un'applicazione dedicata agli investimenti (Sella Invest), affiancata a quella bancaria più tradizionale.

«La pressione competitiva sul settore finanziario è in aumento, con le

banche che si trovano ad affrontare tre importanti sfide: le fintech, le big tech come Amazon e Google e la digitalizzazione degli asset — commenta Nicolò Romani, responsabile Digital Hub di Step —. Le prime due le stanno gestendo molto bene», cavalcando, e non combattendo, l'innovazione portata sul mercato dai nuovi competitor.

Così, da un lato gli istituti di credito si stanno alleando con le fintech «per offrire ai propri clienti, nativi digitali e non, servizi sempre più semplici da usare — dice Romani —, dall'altro stanno stringendo accordi con le big tech per appoggiarsi alle

loro infrastrutture cloud». Ne è un esempio il recente accordo che Intesa Sanpaolo ha siglato con Google per diventare una vera digital company, «cosa fino a poco tempo fa impensabile».

Rimane da affrontare la terza sfida, la più significativa, quella della digitalizzazione degli asset, «con le banche che stanno ancora cercando di capire quanto potrebbe impattare sul sistema — dice Romani —. Nel momento in cui l'asset, per esempio la moneta, diventa digitale (e la Bce ci sta pensando, ndr.), si potrebbe avere una trasformazione tale da disintermediare completamente il settore». Per il momento questo rischio per le banche è ancora lontano, o così sembra, ma devono cominciare a pensarci.

Gabriele Petrucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA