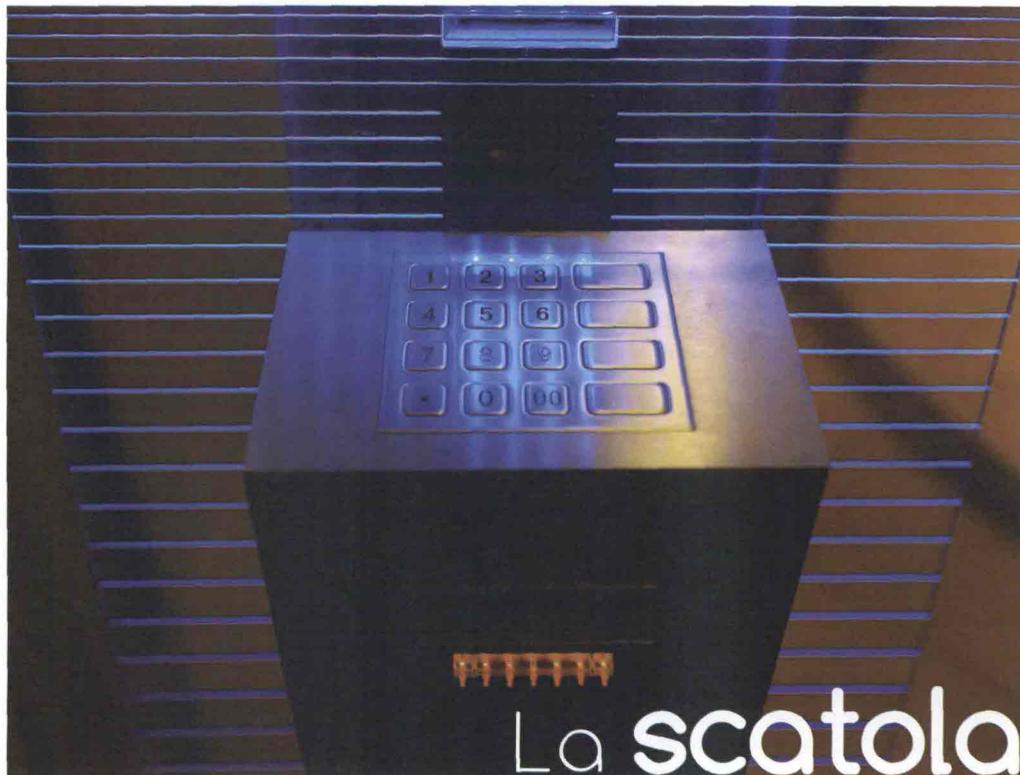


Speciale
FILIALILa scatola
delle meraviglie

di Giuseppe Goglio

Il futuro dell'Atm: non solo prelievi e versamenti, ma videoconferenze con gli operatori, interfaccia con i cellulari, sottoscrizione di moduli e contratti

Qualcuno, soprattutto tra i meno giovani, continua ad essere un po' diffidente, ma per la maggior parte degli utenti il rapporto con uno sportello Atm è ormai diventata una consuetudine tale da lasciare in secondo piano le reali potenzialità di questi apparati. La ragione principale per avvicinarsi a un Bancomat resta il prelievo di contanti, quando in realtà il raggio d'azione di questo strumento è decisamente più ampio. A questo ventaglio di possibilità da tempo le

aziende di credito stanno dedicando attenzione, sia per rendere più versatile la propria offerta con conseguente soddisfazione del cliente, sia per le prospettive di razionalizzazione dei costi.

A tale riguardo tra i protagonisti del settore regna un'uniformità di idee, consapevoli delle prospettive di mercato nei prossimi anni, quando con tutta probabilità il vecchio Atm lascerà definitiva-

ONLINE

Atm in evoluzione

Le interviste integrali rilasciate dai protagonisti del mondo degli Atm sono disponibili sul portale Bancaforte.it

Minacce sotto controllo

Come garantire sempre più sicurezza agli Atm? Le risposte di Marco Iaconis, vicepresidente Ossif su Bancaforte.it

www.bancaforte.it


Il consulente? Si rivolga all'Atm

Il primo progetto di consulenza e vendita in remoto in ambienti non presidiati lo ha messo a punto la **Cassa Rurale di Levico Terme** diventando rapidamente un caso di studio internazionale. "Ad oggi oltre 40 banche, di cui molte anche estere, sono venute a studiare la nostra soluzione e recentemente abbiamo anche concluso un accordo per replicare il progetto in un'altra realtà italiana" dichiara Denis Osler, Responsabile Area Sviluppo e Marketing della Cassa Rurale di Levico Terme.

Il sistema, chiamato Real Banking, è un'innovativa soluzione realizzata intorno all'Atm per offrire un servizio migliore sul

territorio anche in orario di chiusura della banca. Di fatto si tratta di una vera e propria filiale in remoto, con un'ambientazione accogliente, un sistema audio/video immersivo e coinvolgente che consente al cliente di usufruire della consulenza personalizzata del gestore dalle 8 di mattina alle 19 presso lo sportello a lui più comodo. L'innovazione è data dall'insieme delle tecnologie utilizzate: il canale Atm come momento di contatto con il cliente, la gestione della relazione a distanza e la possibilità di contrattualizzare tutte le tipologie di prodotti e servizi.

Real Banking non richiede al cliente partico-

lari competenze informatiche o tecniche: seduto alla scrivania multimediale, il cliente deve solo dialogare con il gestore guardandolo in volto attraverso lo schermo. In caso si concluda un contratto, sarà sufficiente raccogliere i fogli stampati automaticamente su comando da remoto del gestore, firmarli e depositarli in un apposito contenitore da dove il personale li ritirerà successivamente. (Flavio Padovan)

Su www.bancaforte.it è disponibile l'intervista a Denis Osler con gli ultimi dati relativi al servizio Real Banking. ■



Denis Osler

mente il posto a uno sportello multifunzione evoluto.

Una potenza tutta da esprimere

Da quando i primi sistemi per il prelievo automatico hanno fatto la propria comparsa, la tecnologia ha compiuto passi da gigante. Eppure i principi di base nell'operazione self service non sono cambiati più di tanto. Il 70% degli italiani possiede una carta Bancomat, ma sol-

tanto il 52% la utilizza per accedere ai servizi offerti da sportelli automatici. "In Italia il Bancomat ha ancora due limiti principali – afferma

Fabrizio Bortoloni,

responsabile divisione advanced BPO di C-Global, Gruppo Cedacri. Il primo, sostanzialmente di tipo culturale e di percezione dell'attuale disagio sociale, è la scarsa dimestichezza con la tecnologia o la paura nell'effettuare transazioni legata alla sicurezza. Il secondo, invece, è più di tipo strutturale: a differenza di altri Paesi, la diffusione degli Atm è ancora relativamente bassa e distribuita in modo eterogeneo sul territorio, con

scarsa diffusione nelle periferie o nelle zone rurali".

Inoltre, al di fuori di alcuni dettagli estetici, si parla di macchinari praticamente identici, impossibili da associare a una banca piuttosto che a un'altra. "Per raggiungere la confidenza che, oggi si ha ad esempio verso i dispositivi in ambito mobility ci sono alcune lacune da colmare – spiega **Michele Destino**, financial services sector associate partner di IBM. L'Atm non è personalizzabile per facilitarne la navigazione tra le funzioni che può erogare. Inoltre presenta un'interfaccia statica e non è perfettamente integrato nelle iniziative multicanali della banca".

Alternativa allo sportello

L'idea diffusa è ormai quella secondo cui un utente possa considerare il Bancomat come un ulteriore canale a propria disposizione ed è quindi compito della tecnologia facilitare l'integrazione. I primi passi in questa direzione sono già consolidati. "Sempre più



vediamo l'Atm come apparecchiatura in cui convergono molteplici funzionalità, quali i pagamenti e le ricariche telefoniche – precisa **Giovanni Bandi**, amministratore delegato di NCR. Nel prossimo futuro assisteremo a una maggiore convergenza tra i servizi di mobilità, diventati maggiormente fruibili con la diffusione capillare degli smartphone, per effettuare pagamenti, prenotare servizi, gestire accessi e quant'altro". Un passaggio importante in questa direzione si avrà, inoltre, con un cambiamento profondo di abitudini radicate. È, infatti, prossima la transizione a lettori di ultima generazione contactless o NFC (Near Field Communication) con i >>



Fabrizio Bortoloni



Michele Destino



Giovanni Bandi

S

Speciale FILIALI

Telecom Italia apre all'Atm

A gennaio sarà lanciato l'Atm di nuova generazione realizzato dalla coreana Nautilus Hyosung su misura per il mercato italiano insieme a Telecom Italia.

Al di là delle dichiarazioni ufficiali, quelle in cui si dice che "la concorrenza è sempre benvenuta", un nuovo operatore che entra in un mercato consolidato crea sempre preoccupazione in chi già vi opera. Ancora di più se a gettarsi nella mischia è una corazzata come Telecom Italia, in grado di spostare equilibri con la potenza della sua rete distributiva e la possibilità di sinergie con le altre molteplici attività che svolge. E così, un primo comunicato nel luglio 2010 che annunciava la partnership con il costruttore coreano Nautilus Hyosung non era passato inosservato. Poi però del progetto non si era più parlato. Ma che fine ha fatto il progetto Atm Evo di Telecom Italia? Bancaforte ha fatto il punto e anticipa i prossimi sviluppi grazie all'intervista realizzata a Maurizio Salvi, Responsabile soluzioni applicative ICT nell'ambito della funzione Marketing Top Clients di Telecom Italia.

Poco più di un anno fa l'annuncio da parte di Telecom Italia dell'ingresso nel settore Atm e selfservice bancari, poi non avete diffuso altre informazioni: a che punto è il progetto?

La commercializzazione è partita il primo ottobre 2010 come annunciato, subito dopo aver ricevuto la certificazione del Consorzio Bancomat. Per ottenerla, abbiamo dovuto superare più passaggi perché, a differenza delle soluzioni di altri fornitori di Atm in Italia, la nostra è "software independent". Per l'effettiva commercializzazione, però, la certificazione Bancomat è necessaria ma non basta, perché le grandi banche come ad esempio Intesa Sanpaolo, Unicredit e MPS, hanno

voluti verificare i sistemi anche nei loro laboratori interni. Quindi abbiamo dovuto attendere che si concludessero queste ulteriori prove, che hanno rallentato un po' i nostri piani.

Una partenza lenta che ha inciso sui vostri obiettivi di vendita? Quanti Atm avete commercializzato finora?

Nel 2011 abbiamo installato un centinaio di terminali in diverse banche. Sinceramente ci attendevamo più ordini, ma al momento il mercato ha richiesto quasi esclusivamente Atm tradizionali cash out in sostituzione del parco installato. La nostra offerta è centrata su macchine evolute e innovative, che di fatto si propongono come una filiale automatica.

In che senso? Quali funzionalità ulteriori offrono?

Le faccio qualche esempio: oltre il cash out, hanno anche il cash in, il cheque in, cash recycling, la videoconferenza con l'operatore o il consulente, la sottoscrizione di moduli e contratti, la possibilità di riconoscimento tramite cellulare Nfc. Inoltre, sono Atm con doppio schermo touch screen: mentre sul primo sono visibili le informazioni relative alle operazioni bancarie, sul secondo passano messaggi informativi e pubblicitari personalizzati insieme alle immagini di due telecamere di sicurezza per garantire al cliente la massima visibilità su quello che accade nelle sue vicinanze. Ovviamente, abbiamo previsto anche i più avanzati dispositivi di sicurezza. A gennaio presenteremo poi il nostro top di gamma, che avrà una caratteristica particolare che nessun altro ha.

Quale?

Sarà un Atm progettato e costruito espressamente per il mercato italiano, sulla base delle esigenze e dei feedback ricevuti da un Customer Council che abbiamo creato



Maurizio Salvi

coinvolgendo 7 tra le più importanti banche del nostro Paese. Nessuno lo aveva fatto prima e le risposte che abbiamo ricevuto sono state molto positive. A luglio abbiamo portato i membri del Customer Council in Corea, presso i laboratori del nostro partner Nautilus Hyosung, che abbiamo scelto perché non è un semplice assemblatore, ma progetta e realizza tutte le parti dell'Atm, ad esclusione di componenti standard come la cassaforte, e noi volevamo proprio costruire una macchina ad hoc per le esigenze dei clienti italiani. A settembre c'è stato un nuovo incontro del Council per verificare lo stato di avanzamento del progetto, e all'inizio del 2012 cominceremo ad effettuare le prime consegne alle banche per i test interni.

Qual è la caratteristica distintiva dell'offerta di Telecom Italia in questo settore?

Proponiamo un servizio full service, quindi non solo connettività, ma anche gestione remota e assistenza dell'intera rete di terminali attraverso il Centro Nazionale di Assistenza di Telecom Italia. Il nostro obiettivo primario non è certo la commercializzazione di Atm, anche se abbiamo un contratto di esclusiva per l'Italia dei sistemi di Nautilus Hyosung, ma l'offerta di una vasta gamma di servizi ICT innovativi erogati anche in modalità cloud computing attraverso i Data Center del Gruppo. ■

Flavio Padovan

quali utilizzare carte a sfioramento per servizi vari, per esempio pagamento per i mezzi pubblici, parcheggi, o anche l'identificazione agli Atm, senza più la necessità di introdurre fisicamente la tessera nella macchina e ridurre di conseguenza anche i componenti meccanici e la relativa assistenza. Dal punto di vista della tecnologia, le

prospettive quindi non mancano. Sono semmai altri gli aspetti che destano qualche preoccupazione. "I limiti attuali sono legati a vincoli imposti dal sistema per garantire la sicurezza delle transazioni e l'interoperabilità - riprende Daniela Zuccoli, marketing manager di Wincor Nixdorf. Inoltre, la funzione di prelievo di contante deve essere

un servizio estremamente rapido e l'eventuale attesa è vista negativamente. Questo fa sì che tutte le nuove funzionalità siano progettate per risultare estremamente veloci, messaggi promozionali com- >>



Daniela Zuccoli

Speciale

FILIALI

presi, con lo scopo di attirare l'interesse e creare un successivo momento di contatto e approfondimento".

All'interno, o nei pressi, di numerose filiali, si va quindi facendo strada una tendenza capace di andare oltre la semplice possibilità di ricariche telefoniche o pagamenti periodici. "L'automazione dei versamenti di contanti e assegni sta significativamente incrementando il livello di produttività del canale self-service bancario, con notevoli benefici operativi per gli istituti – sottolinea **Danilo Rivalta, vice president and general manager southern and central Europe di Diebold**. Per i consumatori, la disponibilità di

queste operazioni in una fascia temporale estesa e in completa autonomia rappresenta un apprezzabile servizio".

"Un servizio come il versamento intelligente di contanti e assegni mirato alla clientela professionale o ai piccoli esercizi commerciali pre-

senta un duplice vantaggio – aggiunge Zuccoli –: la banca quello di ridurre i costi operativi e per gli utilizzatori quello di effettuare le operazioni anche in orari di chiusura della filiale, spesso più consoni con le proprie esigenze".

Secondo **Riccardo Fidani, responsabile divisione Banche di Sigma**, "l'evoluzione del canale Atm richiede però una contemporanea evoluzione sia dell'utente nell'uso di nuovi servizi, sia della banca per definire nuovi processi adeguati ai cambiamenti che coinvolgono i propri sistemi di automazione bancaria e un aggiornamento nella formazione del personale che con essi opera".

I vantaggi per negozianti e Pmi

A confronto con il resto dell'Europa, l'Italia ha molta strada da recuperare. "Nel tempo è già aumentato il volume del versato arrivando a soddisfare non solo i clienti privati – conferma Bandi – ma anche e soprattutto i commercianti, piccoli/medi imprenditori, negozianti, con l'esigenza di versare più volte alla settimana gli incassi delle proprie attività con valuta immediata sui

c/c. Per questo tipo di servizio abbiamo messo a punto da tempo sistemi con il modulo di erogazione del contante separato da quelli di deposito, garantendo disponibilità del servizio superiore e rispetto dei parametri Faro stabiliti dagli organismi centrali".

Di fronte a prospettive allettanti sotto il profilo dei costi e della razionalizzazione dei servizi, un fattore importante da tenere in considerazione è proprio la normativa. Aggiungere funzioni a uno sportello automatico significa infatti esporsi a nuovi rischi di guasti e di attese per i clienti. "Abbiamo contato oltre 140 funzioni che possono essere eseguite attraverso un Atm, ma tutto quanto non implica movimento di contante, è più un mestiere da chiosco – ragiona **Marco Di Cosimo, direttore strategie e controllo di Bassilichi**. Crediamo molto sulla nostra piattaforma software integrata che consente di collocare più macchine nello stesso luogo, con funzioni distinte, anche per evitare lunghe attese. Alcune sono

una sorta di sportello light per attività riconducibili al pc presente in ogni apparato, mentre altri sono dedicati a prelievi e versamenti". Attenzione anche agli investimenti necessari per i nuovi sistemi: "Finora il passaggio agli Atm evoluti è stato condizionato dal contesto economico che contraddistingue questa fase e che ha di fatto mantenuto ancora significativa la domanda di terminali tradizionali dai costi più contenuti", ricorda Fidani.

L'alternativa che viene da fuori

Al crescere delle funzioni, cresce inevitabilmente la complessità di un sistema. Anche per que- >>



Danilo Rivalta



Marco Di Cosimo



Speciale

FILIALI

Un Bancomat da spiaggia

Da lontano sembrano i tipici chioschi in legno da mare, ma avvicinandosi si nota che non offrono gelati o bevande fresche, ma banconote, ricariche telefoniche e servizi finanziari. Sono gli Atm mobili che Bassilichi, in collaborazione con la **Banca di Credito Cooperativo dell'Elba**, ha installato per il secondo anno consecutivo vicino alle spiagge più frequentate dell'isola d'Elba o in altre zone ad elevato flusso turistico non coperte dal servizio. Un'iniziativa che ha riscosso un grande successo: per i turisti e la comunità locale, infatti, il progetto ha

significato un aumento dei servizi sul territorio senza costi aggiuntivi. Innovativo anche il modello di business proposto alla banca: in base agli accordi Bassilichi ha sostenuto interamente l'investimento necessario, ma si è riservata tutte le fee sui servizi erogati, ad eccezione di quelle dei correntisti del Credito Cooperativo dell'Elba. La banca ha esposto le proprie insegne sugli sportelli e ne ha offerto l'uso gratuito ai propri correntisti in cambio, sostanzialmente, del continuo approvvigionamento del contante agli Atm. I positivi risultati ottenuti hanno



dimostrato la validità operativa ed economica del progetto, che ora può essere replicato in tutte quelle realtà dove è necessario sopprimere ai picchi di domanda tipici delle località di vacanza o dei grandi eventi. ■ (F.P.)

sto probabilmente, la possibilità di affidarsi a una sorta di servizio "tutto compreso" affidato a terzi è un'ipotesi sempre più tenuta in considerazione. "Negli ultimi anni l'imposizione delle nuove normative in materia di sicurezza (EMV) ha comportato alle banche un enorme lavoro per il rinnovo del parco - riprende Bortoloni. Il nostro servizio di Fleet Management Atm consente un progressivo rinnovo del parco senza consistenti investimenti iniziali, mantenendo l'autonomia sulle scelte strategiche o di marketing. La banca deve solo

"È la modalità adottata da più della metà degli Atm che gestiamo per conto dei nostri clienti - riprende **Evaristo Ricci, vice direttore generale di Key Client Cards and Solutions**. Viene scelta nel momento in cui, considerando tutti gli oneri interni derivanti dalla gestione del parco, ci si accorge che è più conveniente cedere la proprietà a un gestore terminali quali-



Evaristo Ricci

L'evoluzione dei sistemi Atm e la razionalizzazione delle filiali portano ad allargare il ventaglio di funzionalità affidate ai Bancomat che si pongono sempre più come interfaccia a tutto campo per il cliente

decidere quale modello di Atm vuole installare e dove; a tutto il resto pensiamo noi".

ficato, in cambio di contenuti e livelli di servizio certi".

Per la banca, una volta aiutato il

fornitore a inquadrare contesto e necessità, ogni problema legato alla manutenzione e all'efficienza può essere così dimenticato. "In virtù dell'esperienza maturata, abbiamo evoluto l'offerta svolgendo in autonomia tutte le attività necessarie a soddisfare le esigenze messe a fuoco - aggiunge Ricci, come per esempio l'acquisto dell'hardware e la completa gestione. Oltre a sollevare da ogni onere gestionale ed economico, si limitano fortemente tutti i rischi derivanti dalla gestione degli Atm".

Un altro aspetto, particolarmente apprezzato in questo periodo, è poter contare su certezze. "Un partner tecnologico ha sicuramente maggior capacità nel gestire il ciclo di vita del device - rilancia Destino, ne può curare l'installazione, la manutenzione ordinaria e straordinaria, gli aggiornamenti software e le evoluzioni tecnologiche che richiedono una maggior specializzazione di chi esegue la gestione. Il vantaggio che ne trae la banca è anche di allocare il capitale nel tempo". La possibilità di mantenere all'interno il controllo non è comunque destinata a sparire: "Alcuni istituti più grandi stanno rafforzando le strutture interne di sviluppo e controllo della rete - ribatte Zuccoli. È comunque un modo diverso >>

Speciale

FILIALI



per rispondere all'esigenza di gestire in modo più efficiente il canale, coniugando i più alti standard di disponibilità con il contenimento dei costi operativi e rendere disponibili rete nuove funzionalità".

Una veste tutta nuova

I dubbi sull'opportunità di investire in una decisa evoluzione nel mondo

Atm sono ormai pochi. A fornire ulteriore impulso, i primi riscontri e le diverse esperienze consolidate all'estero.

"Il concetto di redditività della filiale viene ormai inquadrato come un problema di costo - puntualizza Di Cosimo. L'attività di sportello non è più tale, con i clienti sempre più a colloquio dal direttore o in cerca

di consulenza. Con gli Atm di nuova generazione la cassa continua è stata cambiata in versamento continuo".

Nell'evoluzione, il mercato italiano non appare tra i più all'avanguardia. Una situazione però utile a ricavare spunti da esperienze più approfondite. "Si può guardare al Brasile, dove il self service è utilizzato come principale accesso alla banca - rac-

conta Bortoloni. Il Banco do Brazil ha investito molto in questo settore e raggiunge in modo capillare con decine di migliaia di sportelli automatici un territorio molto vasto e difficile".

"L'ultimo progetto specifico condotto

con l'iberica BBVA ha visto il rollout di circa duecento Atm di nuova concezione chiamati ABIL - conclude Bandi: un'impennata del concetto di innovazione presentando un'interfaccia ruotata di 90° rispetto alla parete dove risiede il mezzo forte e il resto delle componenti elettromeccaniche della macchina. Ciò consente un livello di interazione ancora maggiore, più coinvolgente e appagante, e nello stesso tempo sicuro e con maggior privacy. Il tutto corredato di schermo da 19" che integra una tastiera touch e un unico slot per l'inserimento e l'uscita della materialità".

Prelievi d'oro

Lingotti d'oro, gioielli, diamanti e monete di argento. Gli Atm, nella loro evoluzione e diversificazione, stanno diventando sempre più dispenser multifunzione utilizzati per erogare non solo carta moneta, ma anche beni rifugio. Il primo prezioso ad essere distribuito attraverso il canale automatico è stato l'oro, tanto da non essere più considerato una novità.

Esistono da diversi anni dispenser di questo tipo a Londra, Las Vegas, Abu Dhabi, Italia e, più di recente, anche in Cina con il progetto pilota inaugurato a Pechino da Gongmei Gold Group in partnership con la Beijing Rural Commercial Bank. Nel nostro Paese i "Bancomat dell'Oro" si trovano negli aeroporti di Linate e Orio al Serio per iniziativa della holding tedesca Ex Oriente Lux, in partnership con la Se6 di Bergamo. Le macchinette gialle di Gold To Go, così come gli altri terminali simili di altre società, pur utilizzando tecnologia tipica degli Atm, hanno un aspetto che ricorda più i distributori di lattine o merendine. All'interno contengono lingotti d'oro di peso diverso (fino a sette tipi, a partire da 50 grammi) e monete auree il cui prezzo si aggiorna automaticamente ogni 10 minuti.

Ma adesso il produttore indiano di gioielli Gitanjali ha appena fatto un passo oltre, installando in aeroporti, templi e centri commerciali speciali Atm che distribuiscono gioielli, oro e monete d'argento. Il primo è stato inaugurato a Mumbai e, inserendo contanti o carte di credito, permette di comprare pacchetti preconfezionati di oro, argenti, diamanti, anche sotto forma di monete, medaglioni e gioielleria varia. Secondo Sanjeev Agarwal, CEO della Gitanjali Export Corporation Ltd., si tratta di un nuovo modo di vendere articoli che prima erano riservati a negozi di gioielleria e che ora sono offerti in modo da dare spazio ad 'acquisti impulsivi' con gratificazione immediata per l'acquirente. ■ (F.P.)

