

STRATEGIE - CEDACRI

Proseguire con l'innovazione

DOPO AVER CHIUSO IN POSITIVO IL 2012, NONOSTANTE L'ACQUISIZIONE DI UNA BANCA CLIENTE DA PARTE DI UN GRUPPO BANCARIO, CEDACRI CONFERMA UN INVESTIMENTO DI 100 MILIONI DI EURO NEL PROSSIMO TRIENNIO PER IL RINNOVO DELLE PROPRIE SOLUZIONI. PUNTANDO SU CANALI DIRETTI, BPO E SISTEMI PER LA GESTIONE DEL CREDITO

Cedacri conferma anche per il 2013 un investimento di oltre 30 milioni di euro per l'evoluzione dei propri sistemi e delle proprie soluzioni, dopo un 2012 che si è chiuso con un fatturato di 197,3 milioni di euro, in crescita dell'1,1%, e un utile netto di 7,6 milioni (+56,1%). «Sono dati positivi nonostante alcuni eventi straordinari avvenuti nel corso dell'anno, come l'acquisizione di un nostro cliente da parte di un importante Gruppo bancario e la conseguente migrazione su sistema informativo del gruppo – commenta Salvatore Stefanelli, dallo scorso settembre Direttore Generale di Cedacri. Il dato normalizzato sarebbe stato ancora più consistente, grazie a una serie di azioni volte a gestire e contenere le spese correnti per proteggere e continuare la politica di investimenti degli ultimi anni». Investimenti che hanno superato

i 100 milioni di euro nell'ultimo triennio, puntando sull'arricchimento di funzionalità delle soluzioni offerte (e sul loro adeguamento all'evoluzione normativa). «In questa cifra non sono compresi gli investimenti immobiliari, ad esempio per la nuova sede, e per l'acquisizione di SiGrade – spiega Stefanelli. Parliamo di 100 milioni di investimenti "puri" nel rinnovo dell'offerta di Cedacri: una cifra che abbiamo confermato anche nel Piano Industriale 2013-2015 e che ci permetterà di sfruttare l'esperienza acquisita nel settore bancario in 36 anni di attività per creare sinergie all'interno della nostra offerta».

Conclusa l'integrazione di SiGrade

Se il settore bancario resta il business core (e il più significativo in termini quantitativi) del fatturato di Cedacri, infatti, da qualche anno è in atto una diversificazione del business del Gruppo di Collecchio, che ha compensato la perdita di fatturato dovuta alle acquisizioni bancarie rilanciando con una offerta nel facility management e system integration, "allargata" anche ad altri settori, in primis Industria e Utilities. «Nel settore bancario stiamo integrando le offerte di Cedacri e SiGrade, rivolgendoci a quelle banche che erano clienti esclusivamente di una delle due realtà – conferma Stefanelli. L'integrazione di SiGrade è ormai completata e il nuovo Piano Industriale conferma la specializzazione come

Salvatore Stefanelli, Direttore Generale di Cedacri



STRATEGIE - CEDACRI

system integrator delle banche medie. Stiamo lavorando anche allo sviluppo del cross selling sui clienti SiGrade che non sono ancora clienti Cedacri e nei prossimi anni riteniamo particolarmente promettente l'offerta di un outsourcing verticale, in cui la banca potrà cogliere i benefici economici e di innovazione su singoli ambiti, come credito, conti correnti, finanziamenti e così via».

C-Card al breakeven nel 2015

Altre società del Gruppo restano posizionate per intercettare alcuni trend emergenti degli ultimi anni. Come C-Card, attiva nella gestione in outsourcing delle carte di pagamento. «Nel corso del 2012 abbiamo portato a regime tutta la 'fabbrica' e completato l'offerta - afferma Stefanelli. C-Card va considerata ancora in fase di start up: a oggi ha un parco di oltre 450mila carte e prevediamo di arrivare al breakeven nel 2015. Riteniamo che la forma innovativa dell'offerta, che garantisce alla banca di mantenere tutto il controllo e le fee sulle carte che ha affidato in outsourcing, pagando solo un costo di servizio, abbia grandi potenzialità».

Il BPO crescerà nei prossimi anni

Opera invece nell'ambito del Business Process Outsourcing, principalmente bancario, C-Global: anche qui i piani di Cedacri puntano sul rafforzamento della presenza sul mercato, dopo l'acquisizione di importanti clienti nel secondo semestre 2012. «Con C-Global stiamo partecipando alla gara di Banca MPS - racconta Stefanelli - e nell'attuale situazio-

SISTEMI INHOUSE: QUANDO NON CONVENGONO PIÙ?

L'obiettivo di Cedacri per il 2013 è confermare i risultati del 2012, con un budget che punta ai medesimi livelli per vendite e margini, pur con la possibilità di cogliere eventuali opportunità di mercato. E viene confermato anche il target di sviluppo più interessante: le banche medie con i sistemi informativi inhouse. «Guardando ai segnali del mercato, è chiaro che sotto i 1000 sportelli non è più conveniente mantenere il sistema informativo inhouse - spiega Stefanelli. Il rinnovo della nostra piattaforma del software punta a offrire servizi innovativi a player di mercato con esigenze specifiche di questo segmento: siamo convinti che gli investimenti fatti e quelli pianificati porteranno una crescita del nostro fatturato tra il 2014 e il 2015».

ne di mercato, con la stessa Banca d'Italia che sollecita le banche a migliorare la produttività media dei dipendenti, ci aspettiamo che l'area di attività collegata al BPO crescerà. La produttività è un tema che le banche non potranno più rinviare a lungo e sarà necessario trovare nuove soluzioni per ridurre i costi».

Internet e mobile diventano canali

Ci sono poi due grandi trend su cui si concentreranno gli investimenti nei prossimi anni: i canali diretti e il credito. «Home banking e mobile incominciano finalmente a essere considerati come canali e non più come prodotti - afferma Stefanelli. Gli investimenti sul canale internet dovranno trasformarlo in un luogo dove comunicare con il cliente e vendere prodotti di raccolta, di impiego e servizi vari. È un processo che è in corso e che almeno per i prossimi tre anni sarà uno dei fronti più importanti dell'informazione bancaria».

Credito e sviluppo del CRM

L'altra priorità è quella del credito: l'onda lunga della crisi ha

fatto emergere la necessità di intervenire su modello e processi di governance del credito e Cedacri risponde già oggi a questa esigenza con una suite completa e rinnovata di prodotti - dall'analisi del rischio delle singole operazioni fino al monitoraggio del portafoglio crediti. «Vista la loro strategicità, nei prossimi due o tre anni continueremo a sviluppare ulteriormente le nostre soluzioni nell'area del credito - sottolinea Stefanelli. Nel prossimo futuro, le banche dovranno ottimizzare la gestione dei prodotti offerti, grazie a suite che consentano di sviluppare prodotti complessi, integrando nello stesso contratto prodotti che oggi vengono venduti con più contratti: ad esempio un conto corrente abbinato a polizze assicurative. Va in questa direzione anche lo sviluppo dei sistemi CRM, per cogliere le opportunità del portafoglio clienti migliorando i tassi di cross selling e recuperando redditività».

A.G.