


**DOSSIER  
HI-TECH**
**Passaporto un telefonino abilitato alla funzione credit card. Nelle foto sotto, Massimiliano De Carolis e, in basso, Marco Polissi**


www.ecostampa.it

**Tecnologie e banche 2 La nuova relazione integrata con i clienti**

## Sotto lo sportello reale emerge quello virtuale

**A**pprocciamoci con le app. Ma senza dimenticare che ogni tanto il cliente vuole guardare negli occhi il proprio banker. Insomma, la ricetta delle banche prevede sempre più spesso un piatto ibrido: tanto online, più una spruzzata di contatto fisico, il tutto da condire con una app. Gli istituti di credito italiani nel 2012 hanno investito in ict circa 4 miliardi di euro e parte di questa spesa è stata dirottata sul web, perché internet e mobile banking sono certamente le nuove frontiere del settore. Di fronte a questa tendenza, che sembra inarrestabile, però, un'altra si sta affermando: l'esperienza digitale deve essere controbilanciata dal contatto con la realtà fisica. Un dato confermato anche dai risultati della ricerca condotta da Abi, in collaborazione con GfK Eurisko: se il 75% dei clienti è multicanale, è anche vero che il 90% non abbandona lo sportello tradizionale, che ritiene ancora un punto di riferimento. Così la scommessa è quella di far convergere i due mondi, di governare la discontinuità e creare delle sinergie sulle modalità di accesso ai servizi:



«L'home e corporate banking sono strumenti irrinunciabili per chi li usa, ma c'è il rovescio della medaglia perché in qualche modo spersonalizzano il rapporto tra banca e cliente, che ha meno occasioni di entrare in filiale. Come si fa a mantenere questa relazione? Secondo noi unendo l'innovazione tecnologica con quella di processo», nota **Fabio Oggioni**, responsabile sistemi applicativi di Cedacri, il gruppo specializzato nello sviluppo di soluzioni di outsourcing e applicazioni per il settore bancario. L'idea si concretizza in un prodotto come CKit (Cedacri Keep-in-touch), una piattaforma di prenotazione di prelievo che fa anche molte altre cose. Ho dimenticato a casa il bancomat? Posso indicare sul cellulare la cifra e ottenere un codice numerico (della durata limitata nel tempo per sicurezza), che mi servirà per ritirare il contante al terminale atm. Ma c'è di più: dallo schermo mi ricordano i titoli in scadenza e propongono un appuntamento con il mio gestore, che verrà avvisato dal computer quando entrerà in filiale, grazie agli ultrasuoni

emessi dal microfono del cellulare, non udibili dall'orecchio umano: «Si parte dallo smartphone per raggiungere una sorta di web atm e poi approdare al punto vendita tradizionale, così la tecnologia diventa un collante tra le diverse realtà e rende il dispositivo mobile una banca multicanale», sottolinea Oggioni. O un mezzo per indurre all'azione quando ci si trova di fronte a un messaggio pubblicitario: che si tratti di un video o un'affissione, il segnale scarica sull'applicazione maggiori informazioni e suggerisce di entrare in contatto con un consulente via chat o videoconferenza. Se la persona è già cliente e aderisce all'offerta può stipulare il contratto con la firma digitale.

### UNO SCATTO AL CODICE

C'è chi, invece, offre una consulenza live a distanza con una app, come la Banca Cesare Ponti (gruppo Banca Carige). L'app, battezzata IoPonti, mette in comunicazione il cliente con il private banker tramite un sistema di teleconferenza. Ma c'è anche chi, invece, fa il percorso inverso: Ing Direct, nata come banca online ha un piano di aperture per rispondere alla necessità di avere dei punti di contatto tradizionali: «Quando abbiamo lanciato il prodotto mutuo Arancio abbiamo riscontrato una certa difficoltà nella vendita esclusivamente sul canale web. Da qui il primo bank shop a Bergamo a cui sono seguiti altri 12 e l'obiettivo è di arrivare a 25 entro il 2017 nelle principali città», racconta **Damiano Castelli**, ceo di Ing Direct Italia. L'istituto punta anche su una app per pagare i bollettini postali con una fotografia del codice (è la stessa con cui Mediolanum ha vinto il premio Abi per l'innovazione) e su funzionalità come il controllo dei movimenti e degli interessi del conto, con la possibilità di effettuare bonifici e ricariche telefoniche piuttosto che addentrarsi nei pagamenti in prossimità: «Non ci sono



## DOSSIER HI-TECH

preclusioni specifiche: aspettiamo di vedere in quanto tempo si diffonderanno i pos di nuova generazione», conclude Castelli. Se quella delle app è l'ultima frontiera anche nel settore bancario, tra poco diventeranno delle commodity per le operazioni più semplici, c'è un altro segmento dove la convergenza è più importante che mai. E in questo caso è puramente tecnologica.

### PAGOSUBITO

Già pagare non fa piacere a nessuno. Ma almeno che sia semplice, soprattutto se di mezzo c'è la tecnologia. D'altra parte, i consumatori che navigano in rete non sono certo disposti a faticare: se utilizzano i social network e usano app per un numero infinito di attività, vogliono la stessa qualità di servizio ovunque, anche su smartphone o tablet. Si aspettano che certe operazioni siano semplici, veloci e sicure. I servizi di pagamenti elettronici, appunto, non fanno eccezione. Soprattutto in mobilità. Un atteggiamento di cui retailer, banche e Pubblica amministrazione dovrebbero tener conto. I fornitori delle piattaforme tecnologiche per m-payments lo sanno e sulla convergenza di standard e scenari applicativi stanno modificando la loro offerta: «La parola d'ordine è interoperabilità: lo smartphone deve poter contenere carte emesse da circuiti diversi e la soluzione in grado di generare un contesto per rendere l'interazione tra acquirente ed esercente la migliore possibile», conferma **Marco Loro**, partner di Pay Reply. «La nostra strategia è quella di definire prima quali servizi proporre e a questi abbinare la tecnologia più adatta». «Per esempio, associare il riconoscimento d'immagine a un prodotto pubblicato in una rivista di moda è la scelta migliore rispetto a un Qr code che invece potrebbe essere usato per un'affissione, mentre la geolocalizzazione è indicata per segnalare la possibilità di acquisto di un biglietto del trasporto pubblico locale», esemplifica il manager della multinazionale torinese, che ha sviluppato la soluzione HiCredits per i pagamenti remoti in mobilità.

Sul fronte dei pagamenti c'è anche l'hub di Sia, una piattaforma dove potenzialmente

tutte le banche si possono collegare ai clienti di tutti gli operatori telefonici e che attualmente ospita i progetti-pilota di Bnl, Intesanpaolo, Mediolanum, Vodafone e H3G (ma presto seguiranno altri gruppi) con più mille utenti coinvolti nei pagamenti Nfc. E su questa scia il gruppo milanese, specializzato in soluzioni per le banche, vuole realizzare un borsellino elettronico aperto e interoperabile che contenga una pluralità di servizi di pagamento (supportati dai circuiti internazionali) dalle carte ai conti correnti ai bonifici, al trasferimento di denaro da persona a persona fino alle

ricariche di cellulari e carte private, i pagamenti di bollette, tasse e tributi. «La parte interessante è l'integrazione dei pagamenti in prossimità e da remoto, che a seconda della necessità è possibile attivare. E presenta due vantaggi: poter concludere l'operazione in uno due click utilizzando sempre lo stesso meccanismo di autenticazione ed essere sicuri che i dati sensibili, come il numero di carta di credito da inserire solo la prima volta, siano protetti perché risiedono nei nostri data center, da dove eroghiamo il servizio via cloud», aggiunge **Marco Polissi**, product development manager divisione financial institutions di Sia. Inoltre, il wallet Sia, pensato per le istituzioni finanziarie, potrà gestire anche carte fedeltà e buoni sconto di terze parti. Quando accadrà? In un futuro molto vicino visto che il lancio commerciale è previsto entro l'anno per l'Nfc e nei primi mesi del 2014 per il wallet. «Anche le compagnie telefoniche stanno facendo degli sforzi di industrializzazione notevoli, cominciando dalle sim da cambiare per poter ospitare i secure element, ossia i dati delle banche a cui affittiamo lo spazio per affrontare l'investimento di modifica

dell'infrastruttura», dice Massimiliano De Carolis, capo mobile payments di Vodafone Italia. «Un modello di collaborazione che prevede anche il retail, stiamo anche lavorando su standard per far dialogare le nuove sim con la grande distribuzione, i trasporti e i gestori dei programmi fedeltà per veicolare le loro offerte». **M.B.**

### DOVE BASTA UN CLICK

