



i-finance

Cedacri, innovazione per la crescita

I driver tecnologici sintetizzati come CAMS (cloud, analytics, mobile e social) hanno un notevole impatto sulle modalità con cui le aziende gestiscono i loro SI. Grazie ai consistenti investimenti in innovazione, Cedacri consente ai propri clienti di trarne massimo beneficio e rispondere alle esigenze del mercato *di Piero Bucci*



Salvatore Stefanelli
direttore generale di Cedacri

«L'attività core business di Cedacri è quella storica dell'outsourcing del sistema informativo (SI) bancario, che ha determinato la nascita e la crescita dell'azienda. Attualmente 150 clienti tra banche, assicurazioni, utility e aziende industriali utilizzano le soluzioni Cedacri». È con questa affermazione che Salvatore Stefanelli, direttore generale di Cedacri (www.cedacri.it) inizia a descrivere la sua realtà operativa e risponde, con l'abituale concretezza, ad alcune domande.

Data Manager: Cedacri come fronteggia le sfide tecnologiche e quali sono le ripercussioni sul suo SI multi-azienda e i servizi?

Salvatore Stefanelli: Se guardiamo al cloud computing, il modello dell'outsourcing di Cedacri non si distanzia da questa forma di distribuzione dei servizi informatici: i nostri clienti, infatti, hanno sempre avuto accesso ai nostri SI pagando i servizi in base all'uso. Il modello cloud ci ha dato però la possibilità di arricchire di

nuove opzioni l'offerta di facility management. Per quel che riguarda gli analytics, si tratta di tecnologie che integriamo in modo organico all'interno delle applicazioni. Per esempio, su evoluti modelli statistici e strumenti analitici avanzati si basa la nostra soluzione per la gestione strategica del CRM (customer relationship management). Per il canale mobile, già tre anni fa abbiamo lanciato la piattaforma di mobile banking, nel tempo arricchita di nuove componenti, come quella per il mobile payment. In quest'area continueremo a investire per realizzare la nostra visione, secondo cui lo smartphone o il tablet devono essere intesi come "la filiale in tasca" del cliente. Per quanto concerne i social network, infine, Cedacri è consapevole di come essi stiano modificando lo scenario e le modalità di accesso, anche ai sistemi di home banking.

Qual è il contributo del SI e dei servizi Cedacri al raggiungimento degli obiettivi di efficace gestione operativa e delle performance della banca?

Offrire i servizi non solo in filiale ma anche su una molteplicità di canali rappresenta un notevole vantaggio competitivo. Cedacri in questo senso è un abilitatore, in quanto mette a disposizione le tecnologie e le applicazioni necessarie a realizzare il modello di relazione con il cliente che strategicamente ciascuna banca deciderà di perseguire, con una customer experience sempre coerente. Inoltre, Cedacri aiuta le banche a reingegnerizzare e digitalizzare i processi per ricercare una sempre maggiore efficienza e automatizzazione delle operazioni, al fine di ridurre i rischi

di errore manuale e impiegare un minor numero di risorse per le mansioni a basso valore aggiunto.

Quali sono le principali specificità dell'offerta Cedacri nell'area del CRM?

Cedacri già da tempo offre evoluti sistemi di CRM operativo, ma negli ultimi tre anni ci siamo concentrati sullo sviluppo di una piattaforma di CRM strategico. Tale soluzione consente di gestire un processo di vendita end-to-end secondo efficaci ed evolute logiche di azione commerciale.

Quali altre evoluzioni dell'ICT che abbiano un impatto rilevante sui SI intravede per i prossimi cinque anni?

Siamo consapevoli che a guidare l'evoluzione del nostro SI saranno sì i trend tecnologici CAMS ma, in primo luogo, conterranno le esigenze del mercato. Per esempio, la dematerializzazione dei processi di vendita dei prodotti finanziari, agevolata dai sistemi di firma biometrica, rappresenteranno una reale rivoluzione del modo in cui la banca gestisce la relazione con il cliente. L'evoluzione della normativa continuerà inoltre ad avere un forte impatto sugli investimenti ICT del settore: il ruolo che la BCE giocherà a livello di vigilanza, in particolare, imporrà notevoli cambiamenti sui processi operativi e sui sistemi di controllo e di governance. Grazie alla sua solidità patrimoniale e ai risultati economici ottenuti nel 2013 (un fatturato di 197,9 milioni di euro e un utile di 7,2 milioni), Cedacri ha le risorse necessarie per finanziare un piano di innovazione già approvato di circa 156 milioni di euro nei prossimi quattro anni. **DM**

La leadership di mercato e la brand awareness nascono dalla sintesi tra competenze professionali, piattaforme applicative e tecnologiche all'avanguardia e orientamento al cliente