



**Capgemini press contacts:**

**Michela Cotich**

Marketing & Communication

[michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)

+39 347 3620244

**Community Group:**

**Michele Bon**

[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Carlo Carboni**

[carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

+39 348 9412226

## **World Retail Banking Report 2020: nell'era del COVID-19 il 57% dei consumatori preferisce l'internet banking**

*La trasformazione progressiva del core banking permette di avviare la transizione verso modelli basati sulle piattaforme, che consentono alle banche di incrementare innovazione, crescita, profitti ed efficienza operativa*

**Milano, 11 giugno 2020 - Secondo il [World Retail Banking Report 2020 \(WRBR\)](#) pubblicato oggi da [Capgemini](#) ed [Efma](#), le banche retail sono sotto pressione per la incombente presenza di nuovi operatori in grado di offrire una customer experience significativa ai clienti del mercato di riferimento. La pandemia sta spingendo sempre più i consumatori a interagire attraverso canali digitali con le loro banche e i modelli basati sulle piattaforme offrono agilità e scalabilità in tempi caratterizzati da incertezza. Dal report emerge che le banche che hanno a disposizione una piattaforma digitale ritengono più semplice incrementare l'utile operativo, individuare nuove fonti di valore e migliorare le efficienze operative.**

Il report rivela che il settore finanziario globale sta vivendo una trasformazione storica, poiché i player agili e nativi digitali non tradizionali continuano a promuovere la customer experience, ridefinendo i principi tradizionali per ottenere una significativa trazione sul mercato. Visto che oltre la metà (57%) dei consumatori adesso preferisce l'internet banking, in aumento rispetto al 49% registrato prima dell'avvento dell'epidemia di COVID-19, e il 55% predilige l'utilizzo delle app di mobile banking, rispetto al 47% riportato in precedenza, la posta in gioco è aumentata ulteriormente.

Il report suggerisce che le banche debbano evolvere verso modelli basati su piattaforme per alimentare la crescita e l'innovazione, due elementi necessari per rimanere competitive, e che l'adozione dell'Open X<sup>1</sup> rappresenterà un pilastro del successo a lungo termine. Poiché il COVID-19 ha accelerato l'urgenza della trasformazione digitale, in un momento così incerto, le banche potrebbero aver bisogno di adottare un approccio più pragmatico alla trasformazione per proseguire il loro cammino verso l'Open X.

---

<sup>1</sup> Open X — X for eXperience — è un approccio basato su piattaforme aperte in cui le imprese partecipanti — di tutte le dimensioni e di tutti i settori — collaborano tra loro. Durante l'imminente era Open X, le banche determinano il loro ruolo (fornitore, aggregatore o orchestratore) in base ai propri punti di forza e fanno leva sulle capacità di terzi per fornire un customer journey potenziato.

*"I clienti si aspettano che il proprio provider di servizi finanziari offra loro una esperienza digitale altamente soddisfacente, visto che sono già soliti rivolgersi alle BigTech<sup>2</sup> per altri tipi di servizi. La nuova sfida per le banche tradizionali è quella di riuscire a soddisfare queste aspettative, poiché i nuovi player digitali partono avvantaggiati offrendo da subito una customer experience di rilievo", ha affermato **Monia Ferrari, Financial Services Director di Capgemini Business Unit Italy.** "Le banche che investono per modernizzare la propria tecnologia core, convertendola in un'esperienza altamente digitale, riusciranno a soddisfare questa richiesta e allo stesso tempo a incrementare la redditività".*

*"Il COVID-19 ha puntato i riflettori sull'esperienza digitale offerta dalle banche", afferma **John Berry, CEO di Efma.** "La modernizzazione dei sistemi legacy deve essere una priorità per gli istituti che cercano di accelerare la crescita, dato che i clienti sono sempre più esigenti e le banche che trascurano questo aspetto rischiano di restare indietro".*

### **L'evoluzione dei sistemi legacy trasformerà la tecnologia core**

Avendo dato priorità ai profitti a breve termine rispetto alla sostenibilità sul lungo periodo, alcune banche hanno accumulato molti sistemi informatici ereditati dal passato. Questa situazione rende difficile l'integrazione di tecnologie emergenti, penalizzando l'esperienza del cliente e l'eccellenza operativa. Tuttavia, nonostante le sfide poste dai sistemi legacy e i vantaggi di un core moderno, le banche sono riluttanti nell'intraprendere azioni trasformative per via del livello di risorse necessarie e dei rischi associati a un'implementazione inefficiente.

I dirigenti bancari riconoscono gli ostacoli della transizione verso un modello basato su piattaforma. Secondo il report, i dirigenti affermano che le principali barriere all'introduzione di un sistema basato su piattaforma sono rappresentate da timori legati a cybersecurity e privacy (80%), gestione obsoleta dei dati (68%) e identificazione del giusto partner (73%).

### **Partnership e Open X sono elementi chiave per la trasformazione**

Il report evidenzia come le banche possono superare le sfide e affrontare la trasformazione del core banking attraverso un'orchestrazione strategica, integrata e collaborativa. La ricerca<sup>3</sup> mostra che la modernizzazione progressiva è il metodo di evoluzione preferito dai dirigenti bancari (54%), in quanto consente loro di aggiornare le funzioni più critiche e di trasformare in modo incrementale i sistemi legacy.

Anche le partnership rappresentano un chiaro acceleratore del successo delle banche. Due terzi (66%) dei dirigenti bancari afferma che sono necessari 1-2 anni per innovare e lanciare un nuovo servizio/prodotto quando si lavora da soli, mentre per il 58% ci vuole meno di un anno per farlo in collaborazione con i partner FinTech/BigTech. I problemi normativi e di conformità (72%) e la scarsa compatibilità informatica (72%), tuttavia, sono identificati come ostacoli a una collaborazione efficace. Il modello Open X agisce aiutando le banche a ridurre i costi operativi e a passare da un elevato investimento fisso nello sviluppo IT a un modello di costo più economico e flessibile che incorpora player specializzati nell'ecosistema.

---

<sup>2</sup> Le BigTech sono grandi aziende tecnologiche multinazionali come Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, ecc.

<sup>3</sup> Dati del [whitepaper](#) di Capgemini elaborato in collaborazione con Everest Global: Core Modernization for Building Future Banking Experiences - Perspectives for Mid-market Banks in North America.



## **I modelli basati su piattaforme diversificano le fonti di reddito e creano un nuovo ecosistema digitale**

Le banche che abbracciano modelli su piattaforma possono espandere la propria portata sul mercato, migliorare l'efficienza operativa, aumentare la redditività del business e offrire prodotti e servizi differenziati e personalizzati rispetto ai competitor tradizionali. Passando a un modello basato su piattaforma, le banche che hanno sperimentato una crescita incrementale della clientela possono creare nuovi modelli di business per monetizzare alcuni dei loro punti di forza.

Il report delinea tre opzioni principali: le banche possono acquistare e integrare una nuova piattaforma, costruirne una propria o condividere quelle pronte all'uso. Tra le barriere alla trasformazione troviamo cybersecurity, sistemi legacy di core banking, gestione obsoleta dei dati, cultura intrinseca avversa al rischio, identificazione dei giusti partner e vincoli di budget.

### **Metodologia di ricerca**

Il World Retail Banking Report 2020 si basa sulle ricerche del Global Retail Banking Executive Survey 2020, sulle interviste ai dirigenti e sul Capgemini Open X Readiness Index. Il report include approfondimenti derivanti da interviste e sondaggi mirati con oltre 80 dirigenti di importanti banche di tutto il mondo.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito [www.worldretailbankingreport.com](http://www.worldretailbankingreport.com).

### **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 270.000 dipendenti presenti in più di 50 paesi nel mondo. Con Altran, nel 2019 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com). *People matter, results count.*

### **Efma**

Organizzazione globale senza fini di lucro fondata nel 1971 da banche e compagnie di assicurazioni, Efma facilita l'attività di networking tra i decisori. Fornisce analisi di qualità per aiutare le banche e le compagnie di assicurazione a prendere le decisioni giuste per promuovere l'innovazione e promuovere la loro trasformazione. Oltre 3.300 brand in 130 paesi sono membri di Efma.

Sede centrale a Parigi. Uffici a Londra, Bruxelles, Andorra, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Milano, Montreal, Istanbul, Pechino, Tokyo, e Singapore.

Per maggior informazioni visitare il sito [www.efma.com](http://www.efma.com)

### **Efma Press Contact:**

*Anna Quinn*

*Tel.: +33 1 47 42 6771*

*E-mail: [anna.quinn@efma.com](mailto:anna.quinn@efma.com)*