

Capgemini contacts:

Raffaella Poggio
Marketing & Communication Director
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Michela Cotich
Marketing & Communication
michela.cotich@capgemini.com
+39 347 3620244

Imageware:

Stefano Bogani
Marco Groppelli
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

Solo una banca e un'assicurazione su cinque sono convinte di poter rilevare una violazione della cybersecurity

La prossima entrata in vigore del General Data Protection Regulation (GDPR) darà impulso a nuovi interventi aumentando la trasparenza nei confronti dei consumatori

Milano, 20 febbraio 2017 – La cybersecurity dei sistemi di banche e assicurazioni gode di un maggior livello di fiducia da parte dei consumatori (83%) rispetto a qualsiasi altro settore (le aziende di e-commerce sono al 28%, mentre quelle di telecomunicazioni e i retailer non vanno oltre il 13%). Tuttavia, il comparto dei servizi finanziari non condivide il medesimo ottimismo: solo un executive bancario su cinque (21%) è fortemente fiducioso nella propria capacità di rilevare violazioni, per non parlare della loro neutralizzazione. Sono questi i risultati del report pubblicato oggi dal Digital Transformation Institute di [Capgemini](#) con il titolo [‘The Currency of Trust: Why Banks and Insurers Must Make Customer Data Safer and More Secure’](#).

Andrea Nulli, Cybersecurity Leader di Capgemini Italia, ha dichiarato: *“I consumatori affidano il proprio denaro e i propri dati alle banche con una fiducia basata sull'errata convinzione che gli istituti siano sicuri al 100%. Sebbene le banche si stiano evolvendo per contrastare le sofisticate minacce lanciate dai cybercriminali, la consapevolezza delle minacce e della complessità delle sfide da parte del pubblico rimane limitata”*.

Lo studio condotto su 7.600 consumatori e oltre 180 professionisti senior specializzati in sicurezza e privacy dei dati appartenenti a società bancarie e assicurative di otto Paesi (Francia, Germania, India, Paesi Bassi, Regno Unito, Spagna, Svezia e Stati Uniti) sottolinea il divario esistente tra il livello di fiducia che il pubblico riconosce alle banche e la realtà effettiva.

“Quando il GDPR entrerà in vigore e tutte le violazioni verranno probabilmente rese pubbliche poco dopo essere avvenute, saranno in molti a sorprendersi”, ha commentato Massimo Ippoliti, Data & Cloud Practice Leader di Capgemini Italia. *“L'introduzione del regolamento GDPR, prevista per l'anno prossimo, rappresenta un'eccezionale opportunità per banche e assicurazioni di trasformazione del business per diventare quelle fortezze digitali che i consumatori già credono che siano”*.

I consumatori ritengono essenziale la fiducia in banche e assicurazioni

La maggior parte dei consumatori considera la fiducia nella sicurezza e nella riservatezza dei dati come un fattore estremamente significativo nella scelta della propria banca (65%). Nonostante l'importanza attribuita alla sicurezza e al trattamento di dati finanziari sensibili, sembra che i consumatori si fidino istintivamente di banche e assicurazioni senza un vero motivo. Il divario tra la percezione dei consumatori e la realtà effettiva è forse esemplificato dal fatto che, nonostante un istituto finanziario su quattro abbia dichiarato di essere stato colpito da attacchi informatici, solamente il 3% dei consumatori crede che la propria banca abbia mai subito violazioni di questo genere.

La sfida per le società di servizi finanziari: proteggere i dati

Sebbene gli istituti finanziari, in particolar modo le banche, stanno spendendo enormi quantità di denaro per proteggere i propri sistemi, la quantità e la frequenza delle violazioni di dati continua a crescere. La continua evoluzione delle minacce e l'assenza di chiarezza tra i leader spiega probabilmente perché, nonostante gli investimenti ingenti, il 71% degli operatori non possiede una strategia di sicurezza equilibrata né robuste pratiche dedicate alla riservatezza dei dati.

Con l'arrivo del GDPR aumenterà la consapevolezza delle violazioni da parte del pubblico

Il regolamento europeo General Data Protection Regulation (GDPR), che entrerà in vigore nel maggio 2018, costringerà le aziende a rivelare i casi di violazione dei dati entro 72 ore dalla scoperta per non incorrere in forti sanzioni. Pur trattandosi di una normativa europea, questo regolamento si applicherà a qualsiasi azienda (con sede nell'Unione Europea o meno) che tratti dati personali di cittadini europei, e come tale si prevede che riguarderà banche e assicurazioni di Stati Uniti, Regno Unito e Asia. Anche se la conformità alla normativa sarà essenziale e la sua entrata in vigore sarà tra poco più di un anno, solo un terzo (32%) degli executive intervistati afferma che la propria organizzazione ha già compiuto importanti passi avanti nell'implementazione delle linee guida iniziali.

Quando viene meno la fiducia negli istituti finanziari, i clienti se ne vanno

Sebbene molti clienti affidino istintivamente i propri dati a banche e assicurazioni, una volta che il rapporto di fiducia si incrina è prevedibile una loro reazione. Tre quarti dei consumatori (74%) cambierebbe provider in caso di violazione dei dati. Tra coloro che rimarrebbero fedeli alla propria banca o assicurazione anche in caso di compromissione dei propri dati, oltre un quarto considererebbe con molta prudenza l'eventualità di ulteriori investimenti.

Metodologia della ricerca

Il Digital Transformation Institute di Capgemini ha condotto un sondaggio su 7.600 consumatori in Francia, Germania, India, Paesi Bassi, Regno Unito, Spagna, Svezia e Stati Uniti sul tema degli sicurezza e riservatezza dei dati nel settore dei servizi finanziari. A questo si sono aggiunte interviste a 183 professionisti senior specializzati in sicurezza e privacy dei dati in Francia, Germania, India, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti in rappresentanza di istituti bancari e assicurativi con un giro d'affari globale combinato superiore a 500 milioni di dollari per capirne l'approccio alla cybersecurity e all'utilizzo dei dati. Una copia del report può essere scaricata [a questo indirizzo](#).

Capgemini

Con oltre 190.000 dipendenti, Capgemini è presente in più di 40 paesi nel mondo e quest'anno celebra 50 anni dalla sua fondazione. Leader mondiale nei servizi di consulenza, information technology e outsourcing, nel 2016 il Gruppo ha registrato ricavi per 12,5 miliardi di euro. Con i propri clienti Capgemini progetta e realizza specifiche soluzioni di business, tecnologiche e digitali, per soddisfare le loro esigenze di innovazione e competitività. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la [Collaborative Business Experience™](#) – e un modello globale di produzione distribuita denominato [Rightshore®](#).

Per maggiori dettagli: www.it.capgemini.com

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini

