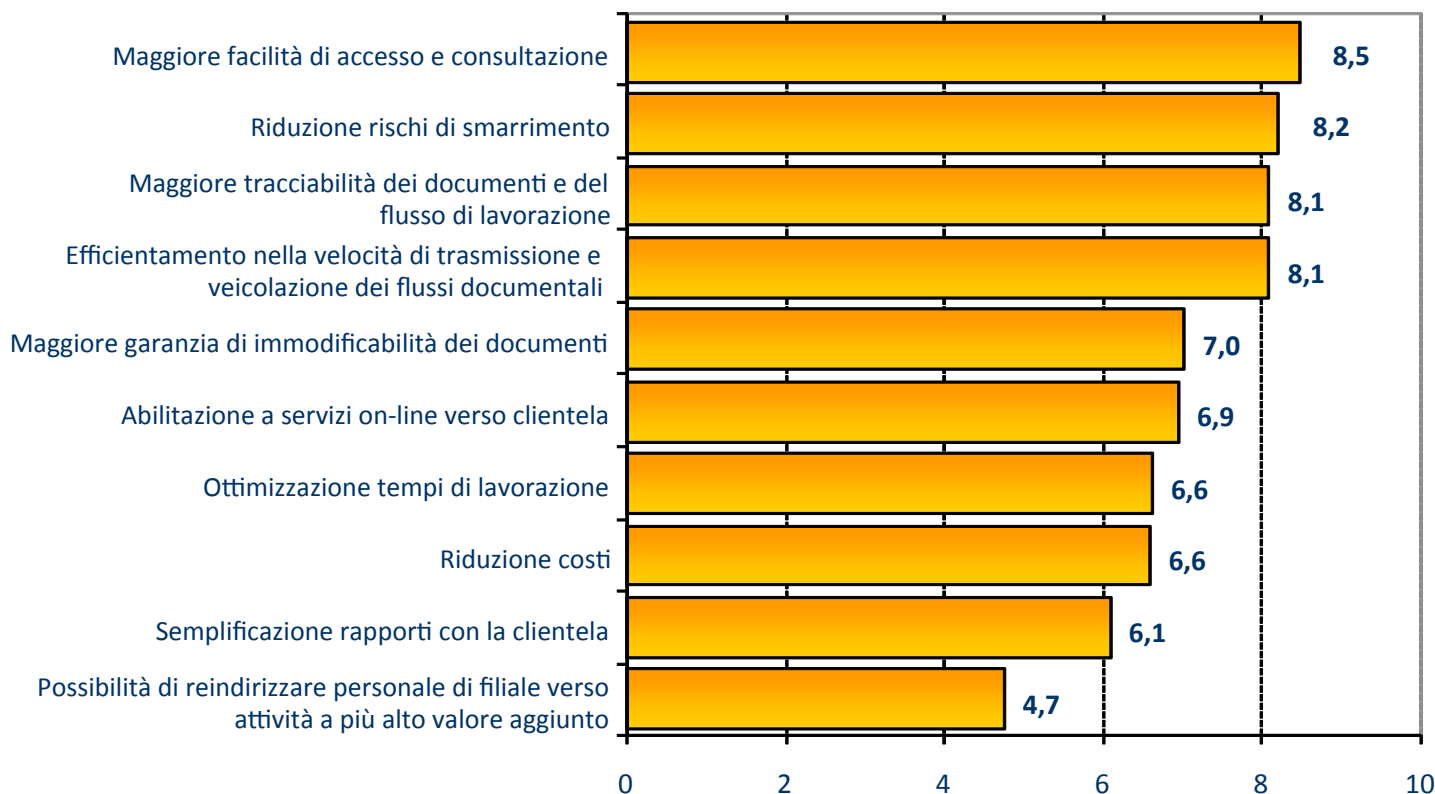


- ❖ **Il contesto di riferimento della dematerializzazione**
- ❖ Livello di digitalizzazione in banca
- ❖ Profilo evoluto del cliente: l'esempio del Mobile Banking

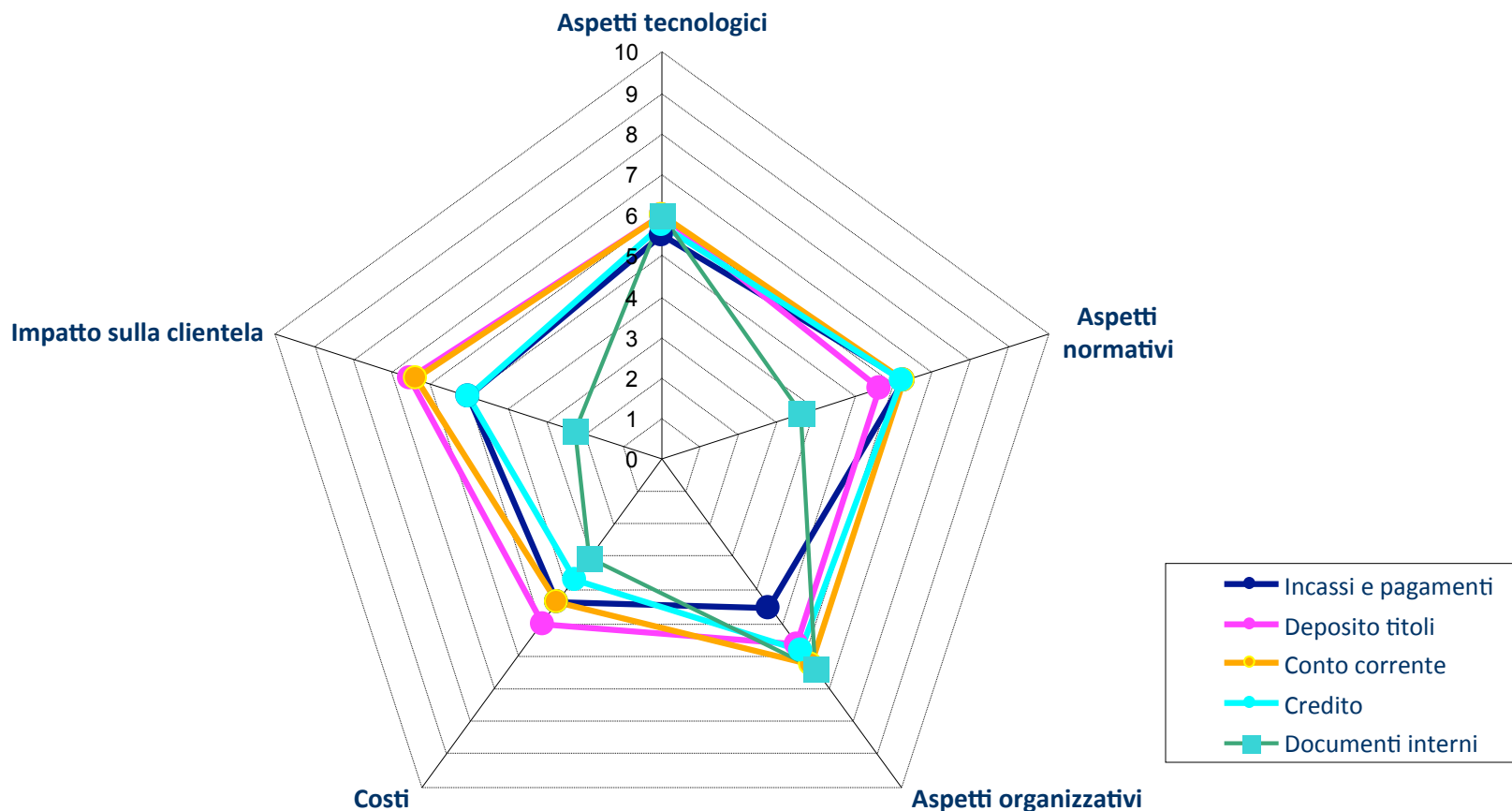


Benefici riscontrati dalla dematerializzazione (15 rispondenti)



- ❖ Tra i **benefici** riscontrati dall'abilitazione di logiche di dematerializzazione risultano essere prevalenti quelli relativi all'**efficientamento interno** dovuti alla maggiore facilità di accesso, consultazione, trasmissione e veicolazione dei documenti, insieme con una diminuzione dei rischi e un'ottimizzazione di tempi e modalità di lavorazione.
- ❖ Da evidenziare la **crescente consapevolezza** dei rispondenti delle **opportunità** che derivano dall'**abilitazione a servizi on-line verso la clientela**.

Livello di criticità per categoria di documenti (8 rispondenti)



- ❖ È interessante evidenziare come gli **aspetti normativi** sembrano **non** rappresentare il **fattore frenante principale**; piuttosto i differenti fattori risultano in linea di massima equiparati con una leggera predominanza degli **aspetti organizzativi**.
- ❖ Rispetto alle tipologie documentali la **categoria meno critica** è rappresentata dai **documenti interni**.

Gli ambiti di azione

PRODUZIONE

- Ridurre progressivamente la generazione **ab origine** di documenti cartacei
- Introdurre strumenti in grado di **sottoscrivere documenti elettronici**:
 - Firma digitale
 - Modalità alternative di strong authentication per autorizzare/disporre operazioni (PIN, codici OTP, tablet biometrici...)

La dematerializzazione investe tutto il ciclo di vita del documento.

GESTIONE

- Individuare nuove modalità di **lavorazione, gestione, controllo e tracking** delle pratiche
 - Analisi della convivenza elettronico – cartaceo
 - Introduzione di piattaforme elettroniche evolute e workflow di autorizzazione
- **Ripensare i modelli organizzativi** per la gestione dei documenti tra **filiale, back office e service/outsourcer**
 - Digitalizzazione e archiviazione dei documenti in modalità accentrata o distribuita
 - Analisi modelli di back office

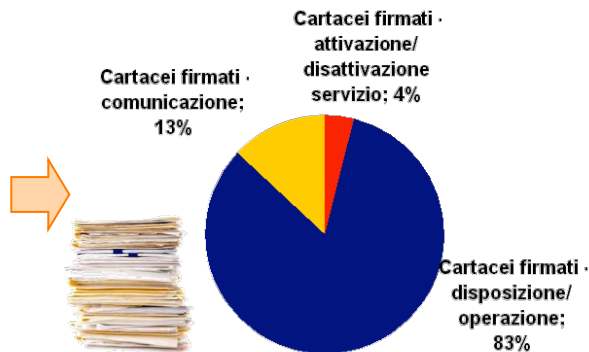
CONSERVAZIONE

- Abilitare la **conservazione digitale**
 - Analisi delle regole tecniche
 - Analisi della figure dei responsabili di archiviazione e conservazione
 - Valutazione del rischio residuo associato alla distruzione del cartaceo e della conservazione del solo documento informatico
- Ridurre **costi e tempi di conservazione e riversamento** dei documenti in archivio

Possibili linee operative 1/3

I volumi di carta prodotti

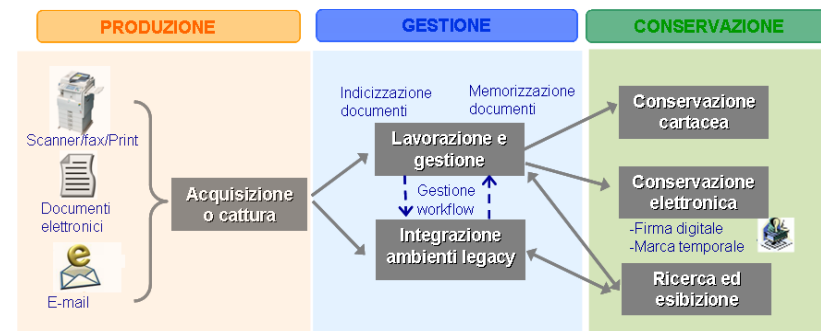
- È stato stimato da ABI Lab che ogni anno il settore bancario produce e conserva circa 5,7 miliardi di fogli cartacei



- La pressoché totalità dei documenti cartacei firmati è prodotta allo **sportello (83%)**, seguita da documenti generati per la **comunicazione banca-cliente (13%)**
- La categoria associabile ai **contratti** costituisce solo il **4%** del volume totale

Possibili linee operative ai fini dell'abilitazione di una banca paperless

- Digitalizzare i documenti cartacei già esistenti, ottimizzando la coesistenza dell'elettronico e del cartaceo e integrando tali flussi gestionali attraverso sistemi complessi di ECM:** tale attività consentirebbe di raggiungere gran parte dei benefici ottenibili



- Definire soluzioni specifiche volte alla progressiva riduzione ab origine della carta,** vale a dire produrre nuovi documenti esclusivamente in formato digitale e non più analogico, attraverso l'uso di tecnologie e procedure opportune



In ogni caso, è opportuno **esaminare** attentamente gli **impatti di tipo organizzativo** derivanti dall'**adeguamento dell'infrastruttura tecnologica** a supporto, valutando possibili azioni di outsourcing.

Possibili linee operative 2/3

I. Digitalizzare l'esistente tramite automazione del processo di gestione documentale

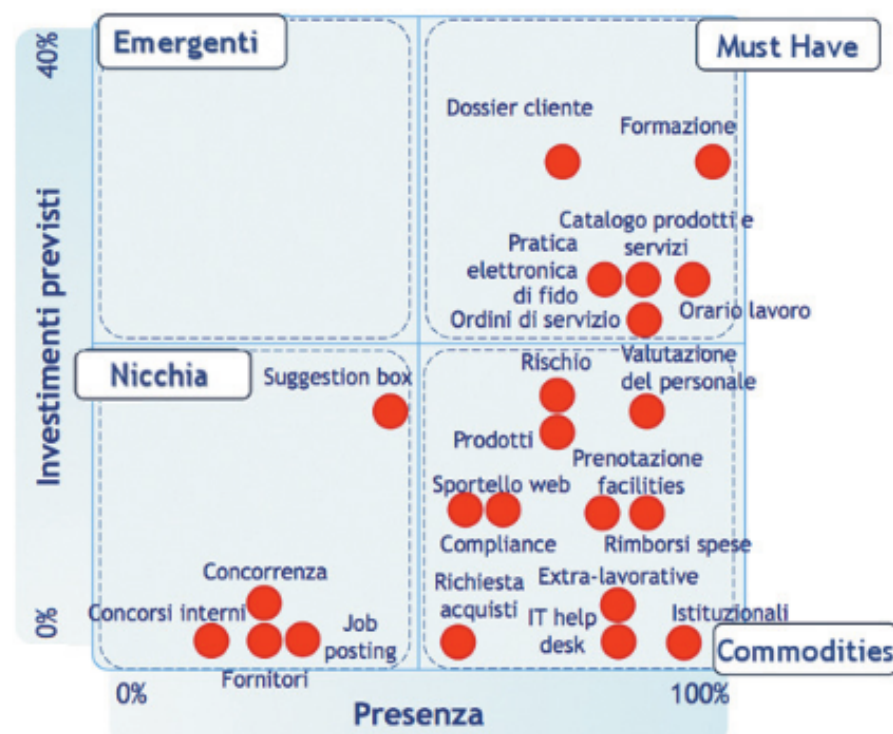
Esempi di Tecnologie abilitanti



- Possibilità di **integrazione** dei sistemi di gestione documentale con **strumenti** (fax, scanner, ...) e **applicazioni procedurali bancarie già esistenti, nonché con il portale aziendale**

Secondo uno studio ABI Lab del 2011 il 30% di un campione di banche analizzate ha al proprio interno una percentuale di personale dipendente abilitato all'utilizzo dei sistemi di workflow che varia dal 75% al 90%

Focus – Il supporto offerto dalla Intranet**



- Alcune specifiche tipologie di **documenti** sono dei veri e propri “**must have**” sulla **Intranet aziendale**, con un livello di presenza e una frequenza di utilizzo molto elevata

Possibili linee operative 3/3

II. Eliminare la carta all'origine – tecnologie e strumenti

Esistono due possibili modalità di dematerializzazione ab origine alle quali sono associati specifici strumenti tecnologici:

DA REMOTO

- ➔ sottoscrizione di **contratti in via telematica al fine di attivare/ disattivare servizi bancari** con piena validità legale, attraverso l'utilizzo di:
 - **Firma avanzata e digitale (tradizionale, remota, con tablet, ...)**
 - **PEC**

DIFFUSIONE IN CRESCITA NELLE BANCHE

ALLO SPORTELLLO

- ➔ autorizzazione **in filiale di disposizioni/ operazioni** nell'ambito di **contratti già in atto**, mediante l'uso di strumenti di **strong authentication**
- ➔ sottoscrizione di contratti allo sportello tramite l'uso di device (ad esempio tablet) in grado di generare una **firma elettronica avanzata e/o digitale**

ATTENZIONE CRESCENTE DA PARTE DELLE BANCHE

Il nuovo CAD

- Art. 1: introduzione di **quattro tipologie di firma elettronica** – “**semplice**”, **avanzata**, **qualificata e digitale** – e basi giuridiche per il riconoscimento della procedura di sottoscrizione mediante firma digitale remota

Le regole tecniche sulle firme

- Pubblicate in **Gazzetta Ufficiale il 21 maggio u.s.**, affrontano nel **Titolo V** aspetti specifici legati all'utilizzo della **firma elettronica avanzata**

**UN NUOVO
QUADRO
NORMATIVO**

Le regole tecniche per l'attuazione del CAD

I gruppi di lavoro di Agenzia per l'Italia Digitale

- Dopo l'emanazione del nuovo CAD nel gennaio 2011 che sembrava prospettare importanti opportunità in ambito digitalizzazione, è seguita una lunga fase di attesa, non solo nel settore bancario ma anche nei diversi comparti produttivi, relativamente all'emanazione delle nuove regole tecniche, demandate a AGID (ex DIGITPA) e finalizzate a specificare i principali aspetti operativi delle diverse fasi del processo di gestione e conservazione dei documenti cartacei ed informatici.
- **AGID** aveva costituito **gruppi di lavoro** distinti, che hanno lavorato in parallelo per affrontare i principali temi legati alla digitalizzazione come le firme elettroniche, la gestione del documento informatico, i pagamenti, le identità digitali (PEC).
 - Recente **emanazione** delle regole tecniche relative alle **firme elettroniche** con importanti indicazioni sulla firma elettronica avanzata;
 - **Attesa** per il completamento delle altre regole tecniche finalizzate a specificare i principali aspetti operativi delle diverse fasi del **processo di gestione e conservazione sostitutiva**.
- ABI Lab, insieme anche a CBI e ad altre funzioni di ABI, ha partecipato ai diversi incontri dei tavoli di lavoro, oltre ad aver effettuato **riunioni ristrette con DigitPA**, allo scopo di intervenire in fase di redazione delle regole tecniche e **portare all'attenzione delle Istituzioni le esigenze delle banche**.



Temi di particolare interesse per il settore bancario in ottica *paperless*

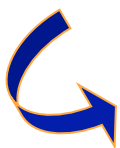
Regole tecniche sulle firme elettroniche

Focus su firma elettronica avanzata

- L’emanazione delle regole tecniche sulle firme chiude il cerchio normativo in materia di firme, riconoscendo «ufficialmente» l’utilizzo della FEA.
- Si è configurato un paradigma di FEA non legato a specifici vincoli tecnologici né di sicurezza, come per la firma digitale, ma piuttosto legato ad ambiti e logiche di processo, che ogni realtà aziendale potrà configurare in base alle specifiche esigenze.
- Esiste in ogni caso la possibilità di **ricorrere alla certificazione delle soluzioni di FEA**.
- Un elemento rilevante, nel processo di generazione della FEA, è la **corretta identificazione del firmatario**.
- La **firma grafometrica** (su tablet) si qualificherà come “firma elettronica avanzata” se rispetterà le condizioni richieste negli artt. 56 e 57 delle regole tecniche.



La **FEA** è quindi un’**opportunità** in più per le banche: la definizione delle specifiche modalità di utilizzo rientrerà nelle classiche **logiche competitive di mercato** e sarà legata inevitabilmente anche all’assunzione da parte delle singole aziende dell’eventuale **rischio residuo** d’impresa.



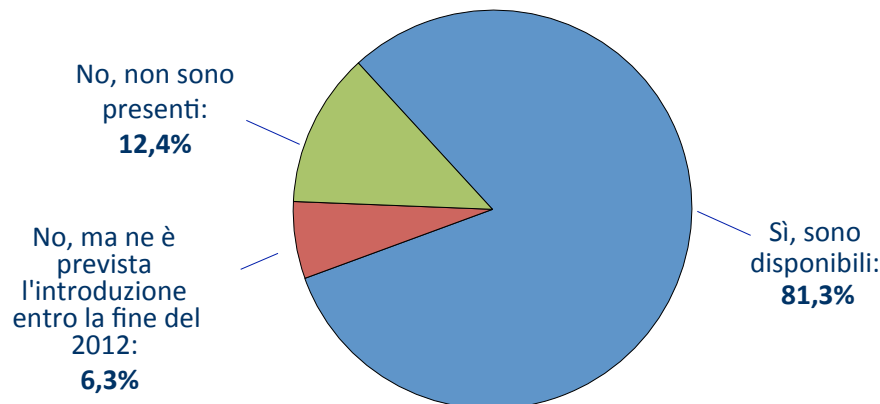
Nel caso di ricorso a soluzioni di firma grafometrica su tablet, rimangono da affrontare le questioni in materia di trattamento e conservazione dei dati personali, non di competenza dell’Agenzia e dunque non trattate nelle regole tecniche.

- ❖ Il contesto di riferimento della dematerializzazione
- ❖ **Livello di digitalizzazione in banca**
- ❖ Profilo evoluto del cliente: l'esempio del Mobile Banking



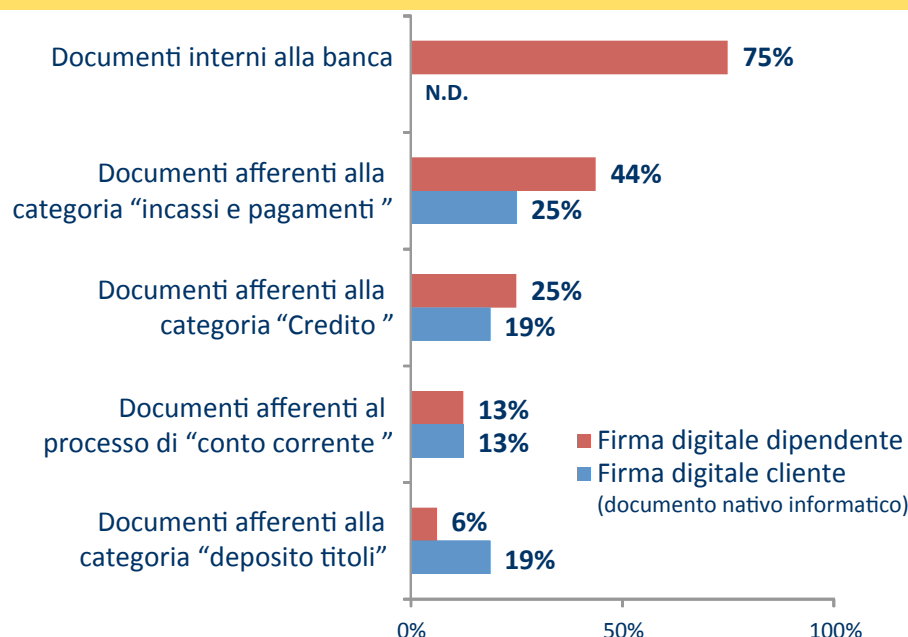
Diffusione della firma digitale

Presenza di strumenti di firma digitale (16 rispondenti)



- ❖ La **firma digitale** è stata resa **disponibile** ai dipendenti nel **75%** dei casi e alla **clientela** nel **50%** del campione; il **44%** delle banche ha distribuito strumenti di firma **sia per dipendenti che per clienti**.
- ❖ Il **56%** delle banche utilizza **modalità "tradizionali"** di generazione di firma digitale mentre il **50%** impiega la firma **remota**; il **31%** delle banche utilizza **entrambe** le modalità.

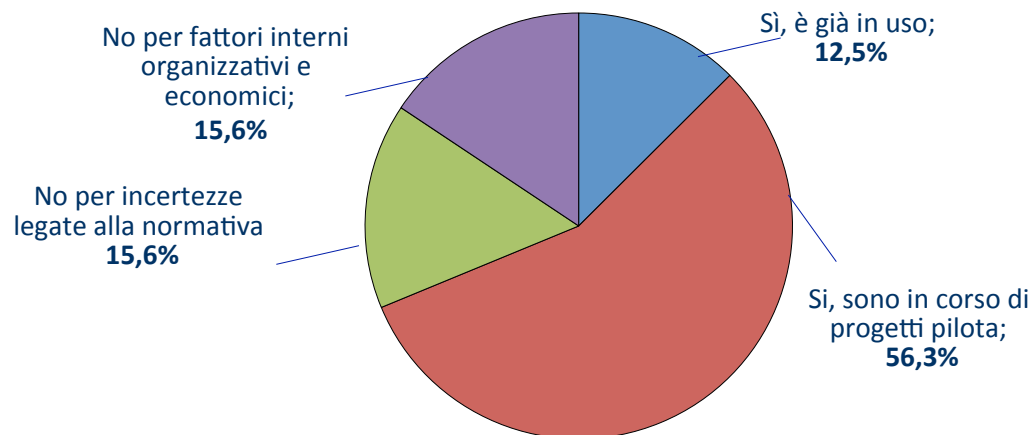
Tipologie di documenti per cui si ricorre alla firma digitale (16 rispondenti)



- ❖ Lato **dipendente**, la categoria documentale **più impattata** è rappresentata dalle tipologie di **documenti interni**
- ❖ Lato **cliente**, in generale si ricorre alla firma digitale per la **sottoscrizione di servizi** (contratti ad hoc, quote di investimento, etc.) **nell'ambito di contratti già in atto**, mentre per i documenti di **cassa** si ricorre anche a modalità di autorizzazione più **"soft"**

Diffusione della firma grafometrica

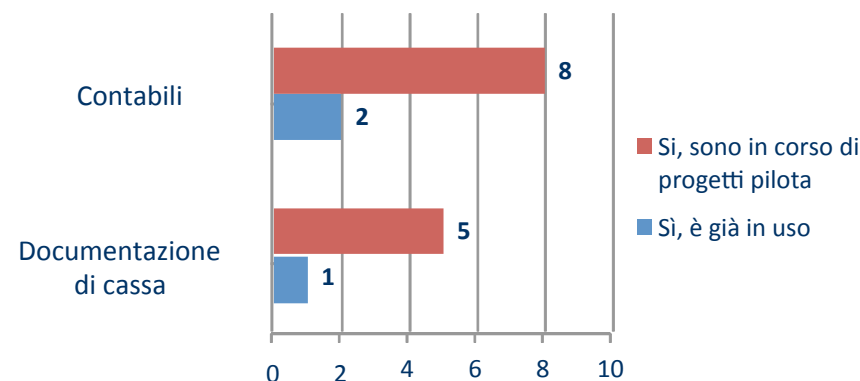
Utilizzo della firma grafometrica (16 rispondenti)



- ❖ Più di metà delle banche (**56,3%**) ha in corso **progetti pilota** presso alcune filiali per sperimentare l'uso della firma grafometrica
- ❖ Nel **12,5%** dei rispondenti la firma grafometrica è **concretamente in uso** presso le filiali, con un numero cospicuo di tablet predisposti alla cassa

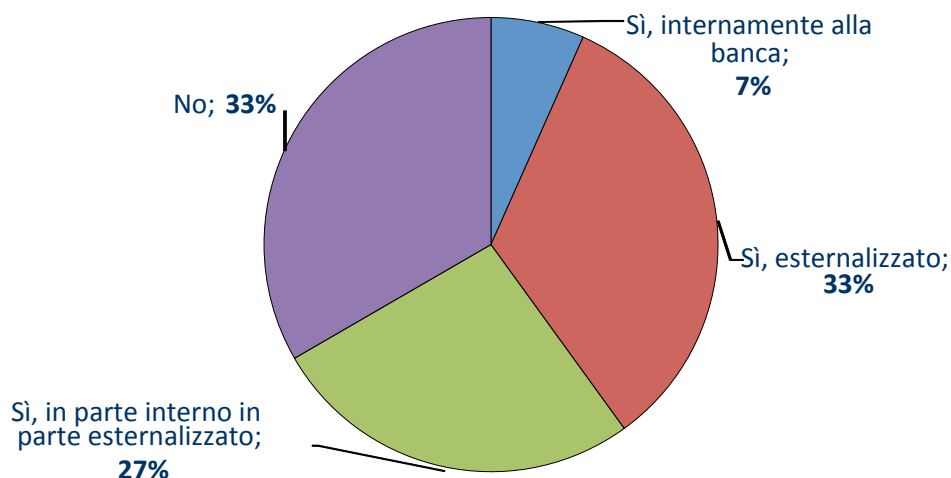
Tipologie di documenti per cui si ricorre alla firma grafometrica – focus documenti di cassa (16 rispondenti)

- ❖ L'utilizzo dei tablet, sia nei progetti già avviati che nei pilota, si concentra principalmente su **contabili e documenti di sportello**, con modalità che non prevedono l'enrollment della firma.
- ❖ Rispetto allo scenario rilevato un anno fa sono presenti **diverse iniziative** e progettualità focalizzate ad **utilizzare la firma grafometrica** anche per la sottoscrizione di **contratti**.



Il processo di conservazione sostitutiva

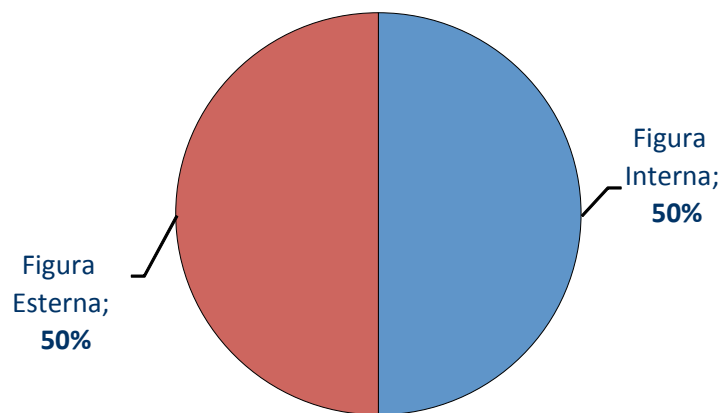
Presenza di processi di conservazione sostitutiva (15 rispondenti)



- ❖ Il processo per la **conservazione sostitutiva** a norma dei documenti è stato **avviato** dal **67%** del campione, principalmente mediante affidamento in **outsourcing (33%)**.
- ❖ I principali documenti conservati a norma sono i **documenti interni** e il LUL, ma cominciano a essere conservati in modalità sostitutiva anche **contabili di sportello**.
- ❖ Nella maggior parte dei casi **la materialità non si distrugge**; il cartaceo è eventualmente eliminato *ab origine*.

Il Responsabile della conservazione (10 rispondenti)

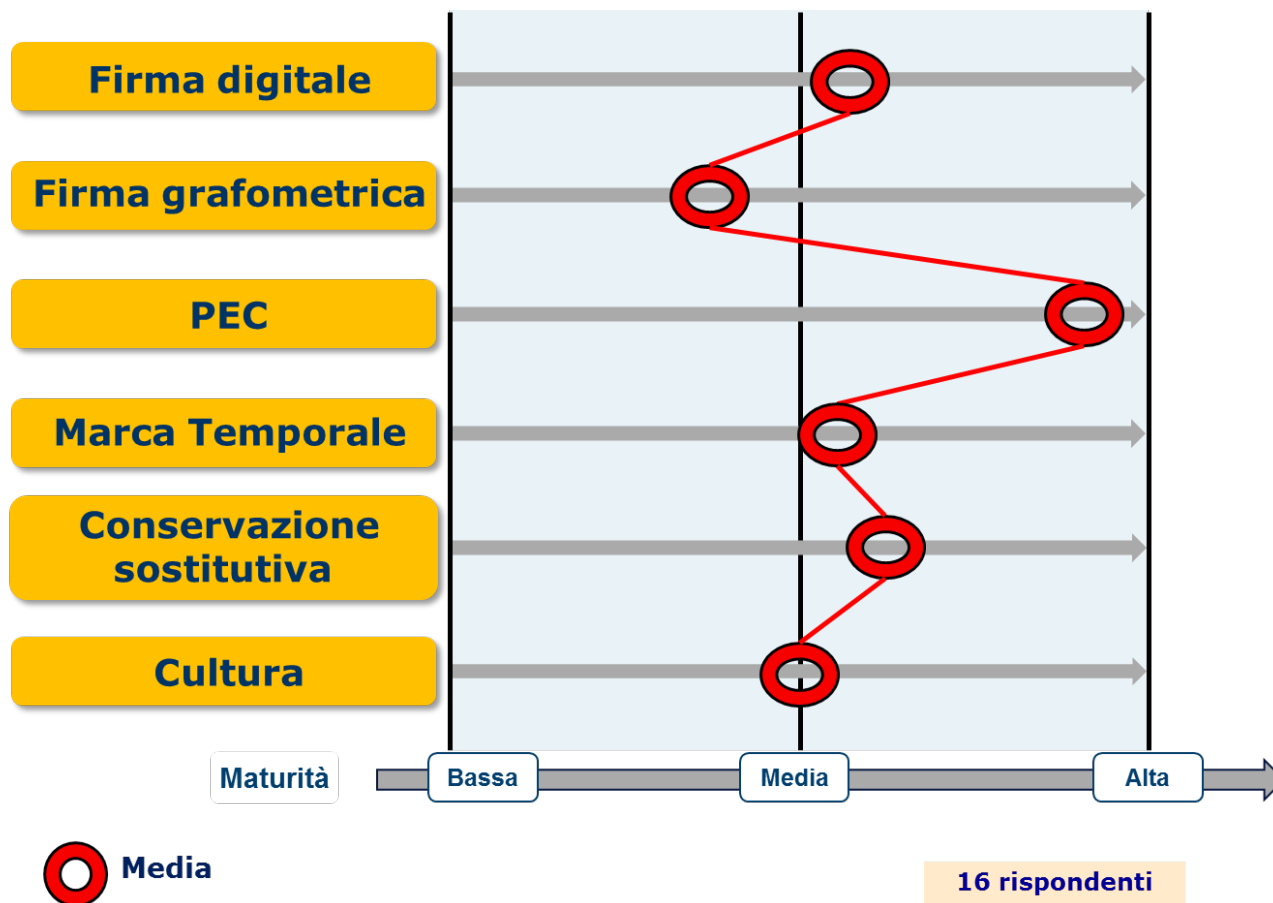
- ❖ La **metà del campione** ha individuato il Responsabile della Conservazione in una figura **interna** alla banca e l'altra metà in una figura **esterna**.
- ❖ In particolare nell'**80%** delle realtà che hanno **esternalizzato** il processo di conservazione sostitutiva il **Responsabile è una figura esterna**.
- ❖ Per le banche per le quali il processo di conservazione è **in parte interno e in parte esternalizzato**, il Responsabile è al **75% una figura interna** alla banca.



Un possibile modello di maturità I parametri del modello

È stato ipotizzato un **modello per valutare il “livello di maturità” delle banche rispondenti** rispetto alla diffusione della dematerializzazione.

Sono stati considerati i **parametri** sotto elencati per i quali, in base alle **risposte** fornite, è stato **assegnato un punteggio**; la **media ottenuta** per ogni parametro è stata **normalizzata** rispetto al punteggio massimo ottenuto. Il modello potrà essere utilizzato come **strumento di autovalutazione** per le banche.

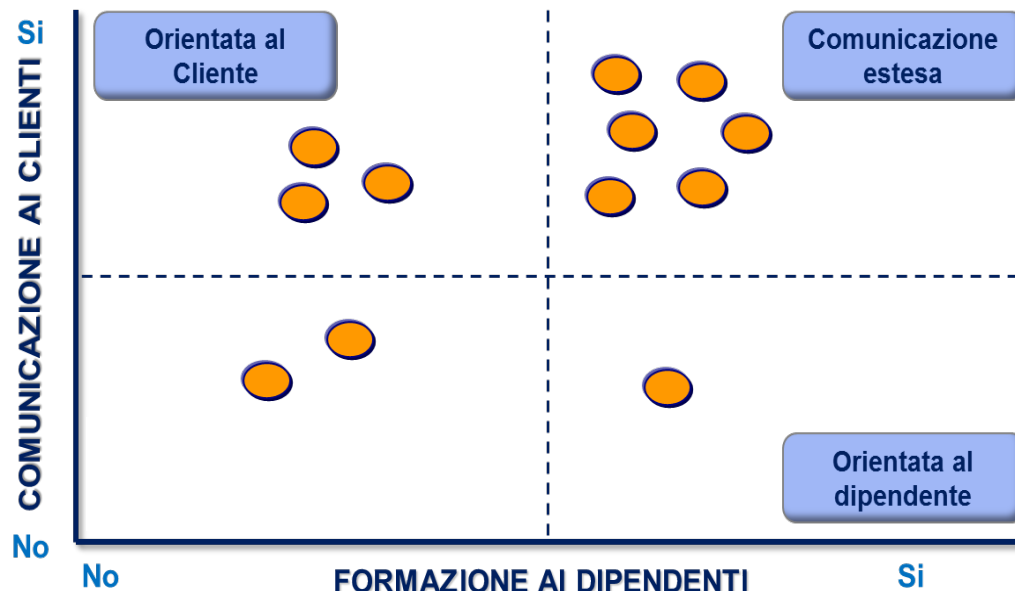


Lo stimolo ai comportamenti digitali

Cosa fanno le banche

Attività delle banche di formazione interna e sensibilizzazione della clientela

- ❖ In 6 realtà su 12 si registrano campagne diffuse di comunicazione e formazione in materia di dematerializzazione; laddove le attività di sensibilizzazione non sono presenti, ne è previsto a breve l'avvio.
- ❖ In questo momento, intense attività di formazione e informazione, sia per i clienti che per i dipendenti, sono finalizzate all'adozione e utilizzo della firma grafometrica.



Verso la vendita on line – le nuove opportunità di identificazione del cliente

- ❖ Alcune banche si stanno orientando verso la distribuzione al **cliente** di **certificati di firma digitale** per sottoscrivere **contratti** in modalità **remota** e in tempo reale, senza **mai doversi recare in filiale**.
- ❖ A oggi la modalità più diffusa per l'identificazione a distanza di un nuovo cliente consiste nel cosiddetto **bonifico virtuale**, che non implica la movimentazione di denaro, ma che riconduce l'identificazione del cliente alle informazioni già registrate dalla banca di provenienza.

Una priorità forte per le banche è lo sviluppo della normativa sul tema della vendita on-line.

- ❖ Il contesto di riferimento della dematerializzazione
- ❖ Livello di digitalizzazione in banca
- ❖ **Profilo evoluto del cliente: l'esempio del Mobile Banking**



Il Mobile trova terreno fertile...

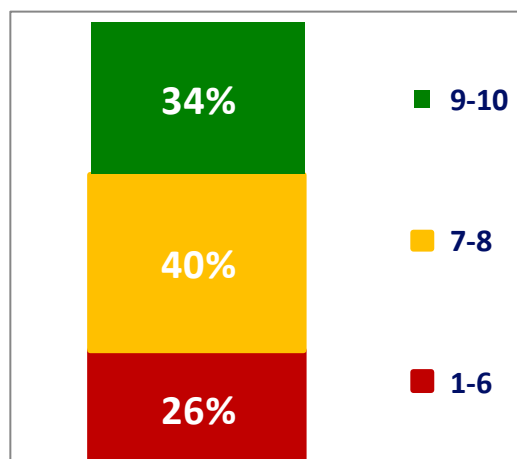
Un **elemento chiave** per lo sviluppo dei nuovi canali di interazione con il cliente è la **predisposizione** dell'**utente** all'**utilizzo** delle **nuove tecnologie** disponibili, soprattutto nell'ambito Mobile. È quindi importante studiare la percezione rispetto a questo canale, le modalità di utilizzo, le abitudini e le esigenze.

Livello di soddisfazione per la generale navigazione da Smartphone e per l'utilizzo di servizi di Mobile Banking

Per la navigazione da
Smartphone

7,58

Media (1-10)

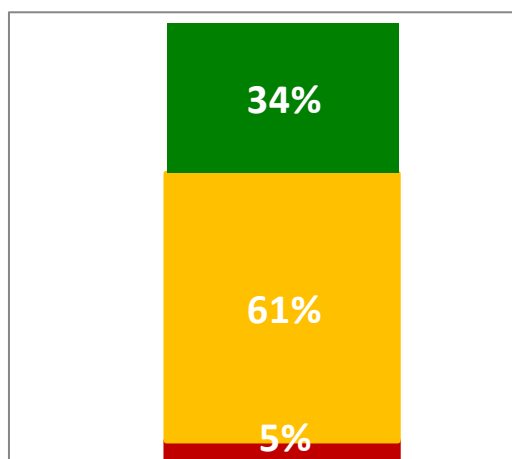


Base: 1502 Mobile Surfer intervistati

..per il Mobile Banking da
Smartphone

7,93

Media (1-10)



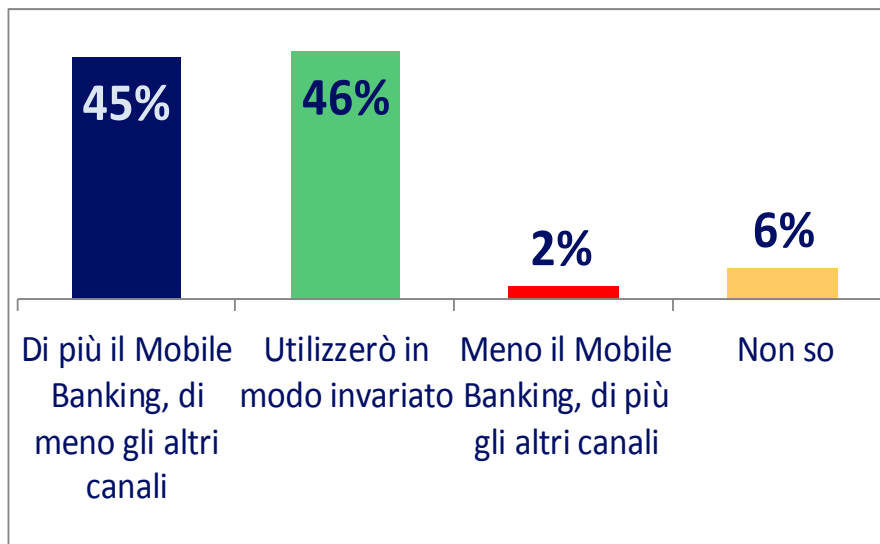
Base: 700 Mobile Banking User intervistati

La **soddisfazione** media degli **utenti** per l'**utilizzo** di **Mobile Banking da Smartphone** è decisamente **alta** e superiore a quella indicata per la navigazione web in generale da Smartphone.

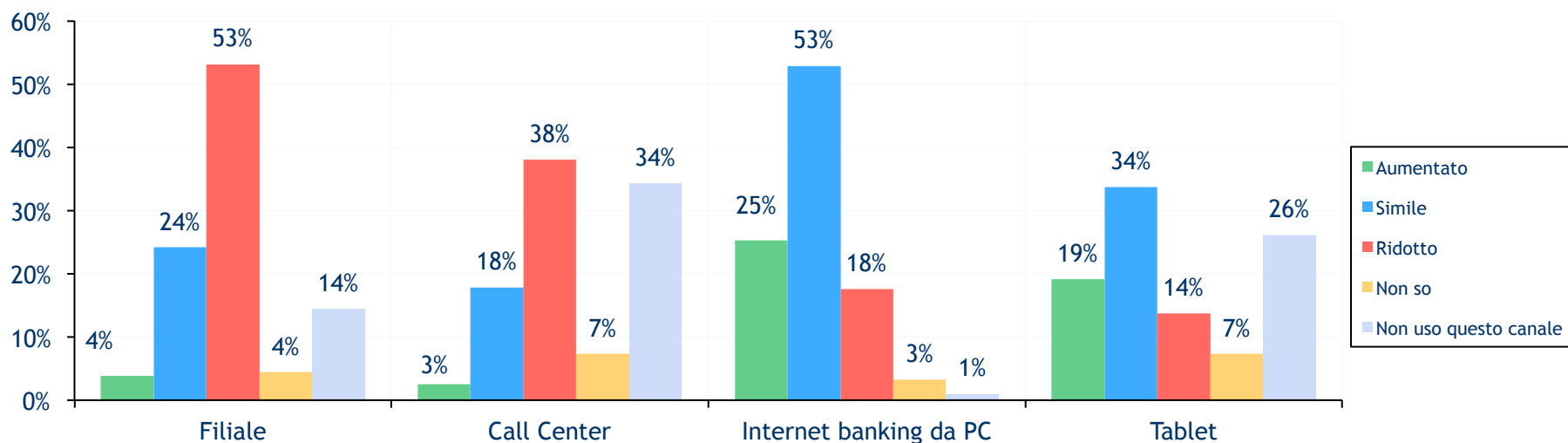
Il dato di gradimento testimonia come mediamente il **livello qualitativo** dell'**offerta** sia **alto e premiato dagli utenti**.

L'utilizzo del Mobile e gli impatti sugli altri canali

Variazioni nell'uso dei canali bancari in seguito all'utilizzo dei Servizi di Banking da Smartphone

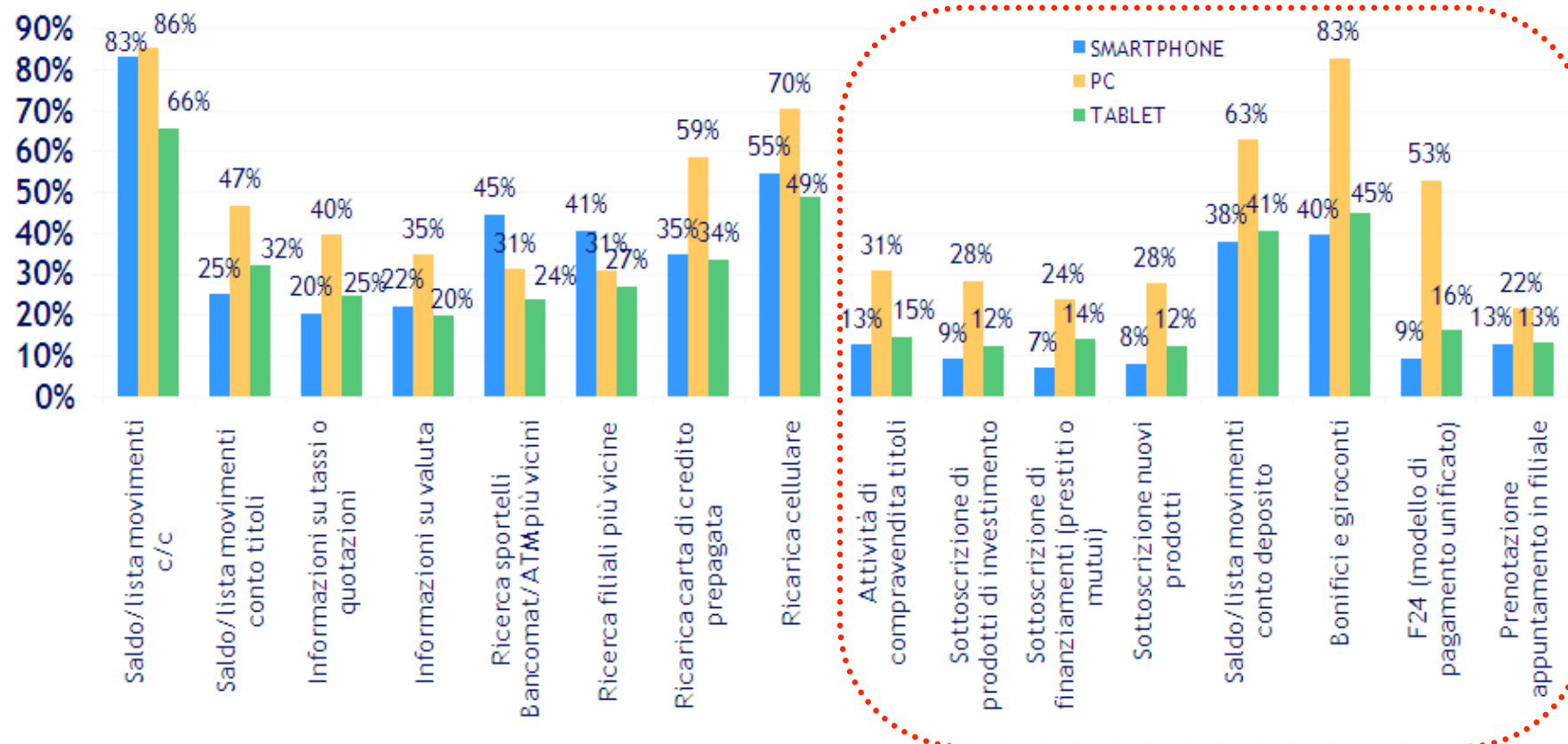


- La **percezione** futura sul **Mobile** da parte dei **clienti** è particolarmente **positiva**: il 91% dei rispondenti prevede fra tre anni un utilizzo superiore, o almeno uguale, dei servizi di Mobile Banking. Irrilevante è, invece, la percentuale di utenti che ritengono di ridurre l'uso a favore degli altri canali.
- In alcuni casi e per specifici target di clientela **l'utilizzo del Mobile Banking** può fare da **traino** anche per il **canale Internet**.



Operatività on line sempre più multicanale

Confronto tra PC, Smartphone e Tablet riguardo l'utilizzo delle principali operazioni bancarie



Premesso che il PC mantiene ancora un ruolo preponderante in tutte le aree, è interessante notare come il **Tablet venga preferito allo Smartphone** per lo svolgimento di **numerosissime operazioni** legate al **Trading**. Per lo Smartphone si segnala il **forte utilizzo** informativo legato al **saldo e ai movimenti del conto corrente**, una **buona diffusione** della **ricarica cellulare e i bonifici/giroconti** e un buon livello di penetrazione dei **servizi di geolocalizzazione per l'individuazione dei Bancomat/ATM e filiali più vicini** alla propria posizione.

L'utente Mobile in alcuni casi preferisce la filiale!

La forte attenzione verso l'evoluzione dei canali innovativi sta portando a un **significativo cambiamento nel ruolo e nella presenza delle filiali** sul territorio italiano che **per specifiche esigenze rimane un punto di riferimento nella relazione banca-cliente**. È particolarmente interessante analizzare le motivazioni che inducono gli utenti Mobile Banking a preferire la filiale.

Motivazioni di preferenza della filiale (valori %)



Alcuni aspetti sono riconducibili a elementi peculiari della filiale come la **possibilità di interazione diretta con altre persone** e la **privacy** tipica della filiale. In altri casi le motivazioni sono maggiormente collegate ad una «carezza» percepita sul Mobile Banking: non poter svolgere tutte le operazioni bancarie, timori legati al livello di sicurezza e problematiche di utilizzo.

Il giusto mix nella relazione con il cliente...

È importante **trovare** un certo **equilibrio** nella **relazione con il cliente** tra **canali diretti e fisici** anche perché la **filiale**, con un ruolo diverso rispetto al passato e per specifiche esigenze, **rimane un punto di riferimento per i clienti**.



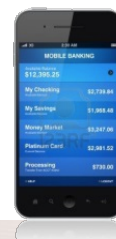
- ❖ Efficientamento di processo
- ❖ Contenimento dei costi
- ❖ Erogazione alla clientela di servizi di qualità.



L'equilibrio è la parola chiave anche rispetto al raggiungimento simultaneo dei principali obiettivi



Canali fisici



Canali diretti



- ❖ **Molte banche** hanno **avviato progetti di digitalizzazione** su diversi ambiti attraverso la dematerializzazione allo sportello, l'offerta di servizi e prodotti on line e la conservazione sostitutiva dei documenti.
- ❖ Le iniziative in atto rispondono ad **obiettivi di efficientamento interno, riduzione dei costi** ma anche **miglioramento delle esigenze della clientela** e quindi impattano anche sulla sfera di business.
- ❖ La **complessità del contesto normativo** è spesso risultata un ostacolo rilevante per l'avvio delle pratiche di dematerializzazione: ora il quadro sembra più delineato anche se non completo.
- ❖ Nell'ambito delle strategie di digitalizzazione è necessario considerare il **profilo evoluto del cliente** che ha **nuove esigenze** soprattutto legate all'operatività on line.
- ❖ Il **Mobile Banking** è un perfetto esempio del nuovo profilo evoluto di un **cliente** sempre più abituato a **spalmare** la propria **operatività** sui **diversi canali** che la banca gli mette a disposizione.