



Sinergie per la Crescita: Il Modello Digital Hybrid

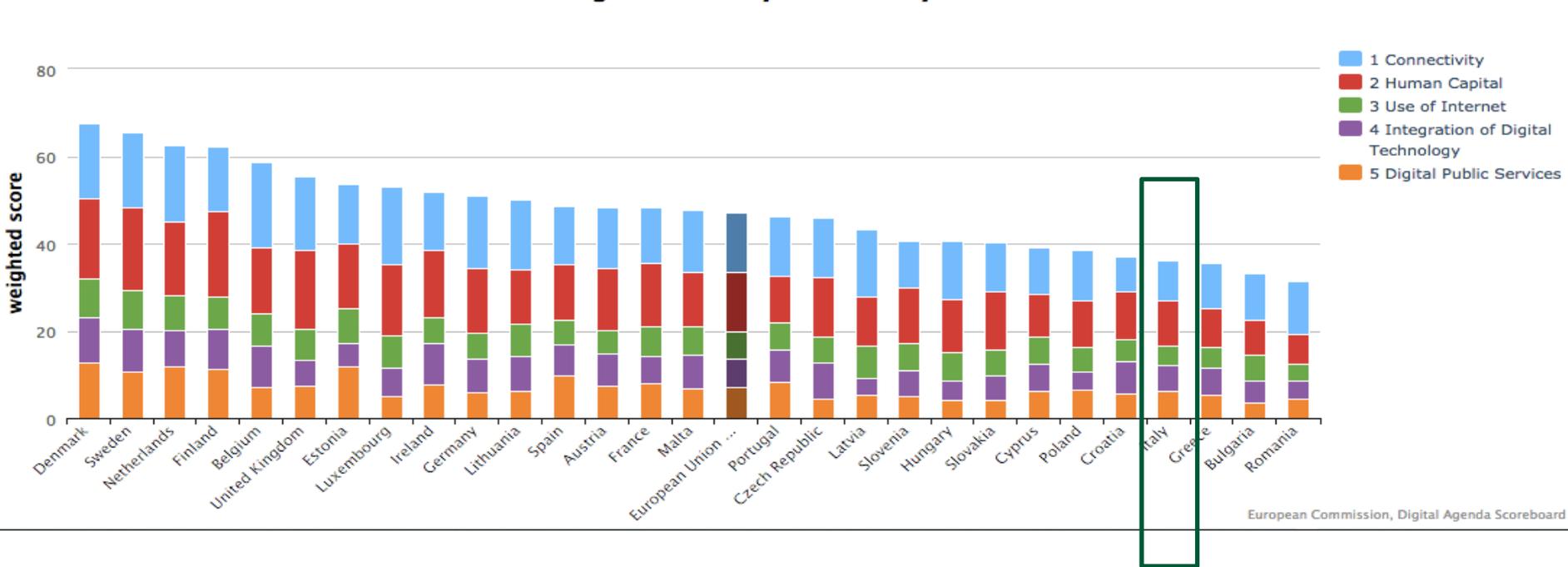
Roma, 23 Novembre 2015

Impresa e Pubblica Amministrazione devono Lavorare Insieme per Diminuire la Distanza con il Cittadino e Contribuire alla Realizzazione dell'Agenda Digitale

- Sul Digitale, e sull'Agenda Digitale, è stato fatto molto, ma sicuramente ci sono ancora ampi spazi di sviluppo
- Se guardiamo al Digital Economy and Society Index della Comunità Europea siamo 25° su 28 Paesi
- Per accelerare il percorso di sviluppo e risalire la classifica è necessario lavorare e investire come singole organizzazioni e come Sistema Paese sui diversi elementi del Digital Score Index:
 - 1 Connectivity
 - 2 Human Capital
 - 3 Use of Internet
 - 4 Integration of Digital Technology
 - 5 Digital Public Services
- Nell'indirizzare queste attività è fondamentale tenere conto dell'esigenza dei cittadini/ consumatori con l'obiettivo di costruire infrastrutture che siano effettivamente utilizzate, creando sviluppo, offrendo servizio, ma anche generando ritorni sugli investimenti

Il Digital Economy and Society Index pone l'Italia al 25° posto su 28 rispetto agli Obiettivi dell'Agenda Digitale: Esistono spazi di Crescita Significativi

Digital Economy and Society Index



European Commission, Digital Agenda Scoreboard



Un recente Studio di Roland Berger mostra come il Digitale modifica le Abitudini dei Consumatori e dei Cittadini con un Percorso Evolutivo e non “Distruttivo”

Alcuni miti della digitalizzazione vengono sfatati

- 1 Mito # 1: l'On-line rimpiazza l'Off-line → No! due terzi dei consumatori acquistano pressoché solo off-line
- 2 Mito # 2: Il prezzo è chiave nella vendita → No: off-line, vengono accettati prezzi più elevati
- 3 Mito # 3: I giovani preferiscono acquistare on-line → Non del tutto: il bisogno di interazione sociale dei nativi digitali non può essere soddisfatto solo dai retailer on-line. La maggioranza preferisce acquistare off-line

Quali Implicazioni per la Crescita Digitale del Paese?

DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY INDEX

1. Connectivity
2. Human Capital
3. Use of Internet
4. Integration of Digital Technology
5. Digital Public Services

Il Digitale è sempre più uno strumento di avvicinamento e contatto con i cittadini per il Paese e le Imprese

Ma i cittadini vogliono poter evolvere in questa direzione, fruendo anche di modelli tradizionali: è fondamentale offrire all'*immigrant digital* un modello ibrido (Digitale + Fisico)

Banca Retail



Modello Banche



Banca Online

Perché Occorre un Modello Ibrido



- I consumatori di oggi e di domani vogliono poter interagire sia attraverso un canale fisico che online
- Combinando i benefici dei due canali/approcci, le imprese e le istituzioni possono mantenere e aumentare la qualità della relazione e le occasioni di contatto, consentendo al Paese e all'economia di crescere
- Il futuro è quindi multi-canale, ma va «costruito bene»:
 - Creazione di punti di contatto con il consumatore nuovi ed innovativi
 - Gestione integrata dei dati dei consumatori
 - Far leva su brand experience attraverso l'intero processo di contatto/vendita, on e off-line

Cosa possono fare gli *Attori Abilitanti dell'Agenda Digitale* per Stimolare il Paese ad Investire e Garantire il Successo dell'Execution dell'Agenda Digitale?

LA SFIDA DELL'AGENDA DIGITALE

La digitalizzazione del Paese – guidata dalle iniziative previste dall'Agenda Digitale – deve diventare un driver di crescita per l'economia italiana

COSTRUZIONE DEL MASTERPLAN: LE LEVE PRINCIPALI

2 sono le leve principali su cui andare a lavorare insieme, Impresa e Pubblica Amministrazione, per diminuire la distanza con il cittadino e contribuire alla realizzazione del Masterplan dell'Agenda Digitale

1

Sostenere gli investimenti digitali per il Paese

2

Essere vicino ai bisogni delle persone (modello ibrido)

Cosa fa SisalPay

1

Investimenti per la digitalizzazione del Paese



- ✓ Investito oltre 10 Mln € per abilitare tutta la rete di 40.000 punti SisalPay ai pagamenti elettronici
- ✓ Sviluppato il percorso di integrazione con il Nodo Digitale dei Pagamenti per renderlo fruibile nei 40.000 punti SisalPay

2

Vicinanza al cittadino/ consumatore supportando lo sviluppo dell'E-Commerce

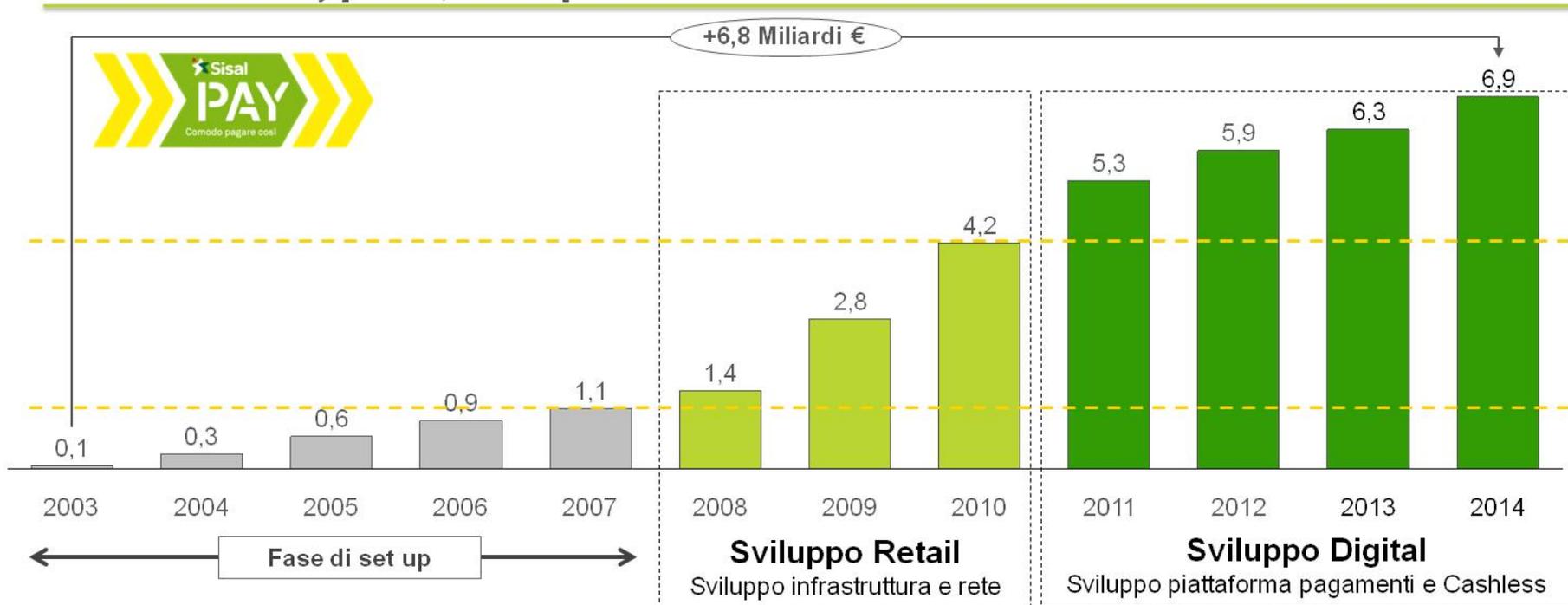


- ✓ Aperto la rete alla Pubblica Amministrazione e alle imprese come canale di contatto fisico e digitale con i cittadini: “The Digital Hybrid®”

Investire consente di Crescere

Investire sul Digitale consente di Crescere Molto di Più

Volume d'affari SisalPay [2003-14; Miliardi €]



GRAZIE

Maurizio Santacroce – Direttore Payments&Services Sisal Group

maurizio.santacroce@sisal.it