

■ ■ **Retail** Telecamere intelligenti, schermi interattivi, identificazione con Rfid, lounge bar e spazio per i bimbi. Le filiali si rinnovano

La banca del futuro è fai-da-te

di **Cristina Cimato**

Schermi interattivi, niente sedie, colori da salotto, spazio per i bambini, identificazioni con Rfid. Le filiali delle banche si trasformano e optano per un look più familiare e rilassato, dove al posto delle rigide sedute ci sono i divani, i servizi diventano più personalizzati, i tempi di attesa si riducono e allo stesso tempo si abbassano i costi di gestione degli sportelli. Da una ricerca internazionale condotta da Forrester, in Europa è ancora fondamentale il ruolo delle filiali. In Italia nel retail banking le operazioni vengono eseguite presso gli sportelli nel 44% dei casi, rispetto a un 10% di utilizzo dell'on-line e 3% del telefono, in Francia le percentuali sono rispettivamente del 37, 25% e 7%, ma anche in Inghilterra le operazioni in filiale sono preponderanti, con il 55% a fronte del 27% e del 14%. Non solo, se in Europa nel 2001 il 49% delle operazioni era svolto in filiale, a distanza di sei anni la situazione è ancora simile e in Italia la spinta all'apertura degli sportelli è ancora più forte. «Se gli investimenti in questo ambito sono ancora ingenti, e lo dimostrano anche i casi di Scandinavia, Usa e Asia, si rende sempre più necessario un cambiamento dell'approccio distributivo», ha commentato Mauro Macchi, senior executive management consulting per il settore bancario e assicurativo di Accenture e responsabile della strategia di trasformazione delle filiali per alcuni

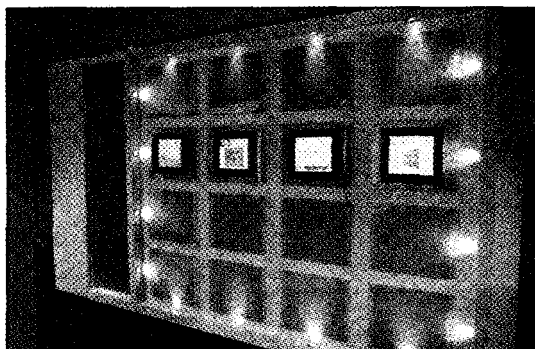
grandi istituti di credito, «alcune banche hanno optato per un'innovazione alta su poche filiali, come Deutsche Bank, altre hanno privilegiato una più ampia diffusione di punti vendita nuovi con una minore innovazione, come per esempio Barclays e Banca Intesa». Alcune caratteristiche delle filiali di ultima generazione, come per esempio quelle realizzate per la Washington Mutual in Usa, sono gli orari flessibili, la presenza di tavoli tondi all'interno delle sedi, poco utilizzo di carta e un concetto vicino a quello di self service assistito per le operazioni semplici. Ma non solo, all'interno della banca, come avviene in Deutsche Bank, c'è una sorta di lounge bar con un pc portatile che viene utilizzato dagli impiegati e una sorta di libreria con i prodotti che possono essere acquistati direttamente dal cliente e portati a casa. Sono state studiate soluzioni anche con corner in cui è possibile acquistare l'auto in filiale o prodotti gastronomici di nicchia. Nel centro francese di Sophia Antipolis, Accenture ha realizzato un concept di banca del futuro in cui la tecnologia rappresenta il cuore dello sportello e prevede sistemi evoluti tra cui l'identificazione

con Rfid, video interattivi di presentazione dei prodotti, Atm con sistemi di riconoscimento basati sui polpastrelli delle dita, sul viso o sull'iride. Anche i prodotti fisici esposti possono essere scaricati direttamente sul telefono cellulare grazie a telefoni con videosensori. Il modello 3G, per esempio, riceve contenuti effettuando la foto del prodotto. Inoltre le certificazioni delle proprie transizioni avvengono anche sul lettore mp3 oltre che via sms. Gli addetti della filiale possono poi condividere il lavoro anche da remoto grazie alla presenza di un esperto collegato con cuffie e monitor e visibile sugli schermi dei computer in sede. Questo sistema può essere utilizzato anche nei casi di perizie assicurative in cui la fotografia del danno viene inviata direttamente all'ufficio centrale dal perito. Un'altra innovazione è rappresentata dall'utilizzo della penna digitale che può servire per stipulare contratti senza far spostare il cliente. «Alcune di queste tecnologie sono in fase di test in diverse banche italiane, i sistemi più utilizzati sono gli Atm evoluti, la penna digitale e l'Rfid», ha commentato Macchi. A Berlino, Aachen e Monaco di Baviera Deutsche Bank ha già inaugurato Q110, una filiale caratterizzata da orari flessibili, prodotti innovativi e un concept avveniristico che include una lounge, uno spazio riservato ai bambini e un trendshop. «All'interno di questa filiale ci sono due aree, quella di accesso aperta 24 ore al giorno in cui è possibile ef-

fettuare in automatico le operazioni di sportello e quella in cui il cliente interagisce in modo più complesso con l'advisor», ha spiegato Mario Cincotto, responsabile del private & business banking di Deutsche Bank in Italia, «sono già in sperimentazione in Germania alcune tecnologie sofisticate che riguardano l'approccio fisico del cliente e quello tramite canali virtuali. In Italia questi progetti pilota partiranno sulle nuove filiali dalla seconda metà del 2008». Nel 2006 sono stati aperti dieci sportelli Deutsche Bank in Italia, entro quest'anno ne verranno inaugurati altri dieci e lo stesso numero è previsto nel 2008. «Sono già circa 100 le filiali nelle quali è stato rivisto il layout», ha affermato Ottavio Rigodanza, responsabile direzione operations di gruppo del Banco Popolare e altre 100 sono in cantiere su un totale di circa 2.200. «I concetti cui ci siamo affidati per ristrutturare

gli sportelli sono stati tre: la piacevolezza estetica, la sicurezza e il potenziamento dei servizi di self service. È stata abolita la classica porta girevole, sostituita da porte a vetro scorrevoli e sono state sperimentate telecamere intelligenti in grado di riconoscere se chi entra ha il viso mascherato oppure no. Inoltre è stato potenziato il servizio di cash-in che consente di versare in modo automatico contanti o assegni. Appena avremo terminato l'integrazione informatica, quindi entro la prima metà del 2008, inizieremo a investire sulle tecnologie di riconoscimento più evolute», ha precisato Rigodanza, «ma già oggi abbiamo percepito da parte della clientela un notevole gradimento per le ristrutturazioni effettuate. Inoltre i nuovi materiali e l'utilizzo della domotica ci hanno permesso una discreta riduzione dei costi di gestione delle filiali». Anche Cariparma, del gruppo Crédit Agricole,

ha avviato un modello di filiale con area self service evoluta attiva 24 ore su 24, sette giorni su sette. Gli Atm multifunzione permettono in automatico l'esecuzione di bonifici, anche su piazze estere, i pagamenti di utenze Mav e Rav, il pagamento RiBa, di tributi, versamenti e prelievi. «L'agenzia 25 è innovativa perché non ha l'operatore di sportello. È ad alta automazione e si avvale di un sistema di backoffice collegato con uno scanner che si trova all'interno di uno degli Atm presenti nell'area self service», ha precisato Alberto Luoni, responsabile del marketing retail di Cariparma, «il vantaggio è dato dalla possibilità di offrire un servizio attivo giorno e notte. A parità di costi quindi possiamo garantire un'operatività che con la filiale tradizionale sarebbe impossibile. Entro il 2008 abbiamo in previsione l'apertura di altre cinque-sette filiali uguali alla 25». (riproduzione riservata)



Mauro
Macchi

