



LE IMPRESE RICORRONO AI SERVIZI DELLE *banche on-line*

Pagine a cura di ROBERTO FABEN

www.qarana.com

Banche, Internet e aziende: il futuro è dietro l'angolo. Anche in Italia il mondo bancario piccolo e grande sta puntando lo sguardo su ciò che si muove nel mondo economico internazionale con il trasferimento in corso del business sulle autostrade del web.

Secondo gli esperti, i meccanismi fondamentali del mercato non cambiano nella sostanza, ma lentamente molti segmenti del sistema economico passano per il filtro della rete.

L'escalation del sistema dell'e-procurement, ossia dell'approvvigionamento di beni e servizi on-line, sta facendo nascere una possente richiesta di adeguamento da parte degli istituti di credito per una gamma variegata di sistemi di transazione sulla rete: dalla gestione dei pagamenti dei dipendenti alla possibilità di eseguire bonifici, dai servizi di consulenza in area fiscale e legale fino alla possibilità di gestire alcune operazioni relative a grandi prestiti obbligazionari o a mutui.

Si tratta di un business che in Italia è ancora in fase di transizione rispetto ad altri paesi occidentali, ma che nel giro di poco tempo creerà un gioco finanziario di notevole importanza, una catena di business con cui le banche dovranno fare i conti per non rimanere tagliate fuori da un'altra frazione concorrenziale dell'economia elettronica. Nello specifico, l'orientamento che accompagna la trasformazione dei servizi bancari per i clienti privati e le aziende nell'era di In-

ternet è quello della multicanalità. Si stanno cercando soluzioni per far sì che i servizi erogati ai clienti, privati o aziende, possano essere resi accessibili in uno spettro di canali, dallo sportello tradizionale nella filiale a Internet fino al telefono cellulare, e che ogni operazione com-

**Comunicazione
a più canali
dallo sportello
tradizionale
a Internet
al telefonino**

piuta dal cliente sia immediatamente riconoscibile e integrabile in tempo reale sia che questi utilizzi le potenzialità dell'on-line (o del telefono cellulare con collegamento wap) sia che operi in maniera tradizionale.

Filippo Scibilia, 44 anni, barese di origine e milanese di adozione, in passato a Italtel e Hewlett-Packard, esperto di information technology e di sviluppo delle vendite nel settore bancario, è l'amministratore delegato di Qarana solutions spa (il termine Qarana deriva da Karana, che nella lingua hindu significa causare, dare una spinta propulsiva per la nascita di eventi), multinazionale fondata nel 1997 leader nell'offerta di soluzioni di e-services, specializzata nella consulenza strategica e nella realizzazione di progetti mission critical per le grandi aziende e le start-up, nello sviluppo di applicazioni all'avanguardia di marketing one-to-one, wireless e broadband per l'ottimizzazione dello sviluppo tecnologico delle aziende e il loro decollo nell'economia elettronica. Qarana, la cui sede italiana è a Milano e che conta una settantina di professionisti, anche attraverso partnership con società internazio-

continua a pag. 12

Itali@Oggi.it
A tutto schermo. E tutto on-line.

**Banca e impresa
il contatto
è on-line**

Lo sviluppo dell'e-business
apporta sul web i tradizionali servizi bancari
che coinvolgono anche tutte le transazioni
elettroniche. E tutto on-line.

Business Tech 550

qarana

services & skills our company our people/our us media center

qarana delivers innovation to leading European companies who value how technology can break-through services and benefits to their stakeholders. Future-proofed for any media, any time, any place.

in the
beginner's mind
there are
many possibilities

Java Expo 2001
Te esperamos en el Stand nº 66
17 y 18 de Mayo, Madrid

www.qarana.com

LOUISE

LET ONLINE USERS INTERACT WITH THE STOCK EXCHANGE

Azienda Soluzioni Free Room Job Opportunities

**ALLENATI
CON LA PALESTRA
LOUISE**

Powered by LOUISE

Info@louisie.it
soluzioni@louisie.it

Louisie S.r.l. - via G. Cantoni, 6 - 20144 Milano - Tel. +39 02 43 98 23 98 - Fax +39 02 43 91 97 28

www.louisie.it

segue da pag. 11

nali (come la statunitense Geocapital partners e le spagnole Ecuity partners e Gbs finanzas) ha sviluppato vari progetti di webbizzazione aziendale in vari paesi europei ed extraeuropei privilegiando l'aspetto della multicanalità, ossia l'ottimizzazione dei processi di gestione e integrazione dei dati e di comunicazione e interazione fra l'azienda e tutti i suoi attori di riferimento. Fra i suoi clienti figurano vari istituti di credito europei come la spagnola Bankinter, la svizzera Banque cantonale de Genève, la tedesca Deutsche Bank, l'americana CitiCorp e, per l'Italia, il Credito emiliano.

«Tutto il mondo bancario punta la sua attenzione allo sviluppo di portali, diretto non solo ai clienti privati ma anche e soprattutto alle piccole e medie imprese per la costruzione di un sistema di servizi integrati», spiega Scibilia. «Il concetto chiave è quello di multicanalità. Multicanalità significa allo stesso tempo aggregazione e personalizzazione delle informazioni. Sia che il cliente acceda alla banca via Internet sia che vi acceda via call center o telefono mobile, il dato deve essere univoco e conosciuto. Il criterio di identificazione e riconoscibilità del cliente deve essere lo stesso. Il suo profilo deve diventare univoco per qualsiasi canale di accesso».

Il primo passo verso l'avvicinamento della banca all'impresa è quello del sito e poi del portale. I servizi che la banca può rendere disponibili via Internet vanno dalla gestione dei conti correnti alla disposizione degli ordini di pagamento, dalla consulenza in linea per questioni fiscali e legali alle informazioni e operazioni nell'area azionaria, dalla fornitura di servizi amministrativi di base a quella di tesoreria. Lo sviluppo e la diffusione del sistema dell'e-procurement, del sistema di approvvigionamento on-line da parte delle aziende nella direzione della cosiddetta Internet enabled supply chain, rappresenta un fattore di propulsione e di domanda transa-

zionale alle banche da parte delle aziende. «La pratica degli ordini e dei pagamenti via Internet non può non coinvolgere gli istituti di credito», sottolinea Scibilia, «e questo significa che non è soltanto la singola azienda che si apre a tutta una serie di transazioni su Internet e via telefono mobile oltre che attraverso i contact center e gli sportelli, ma anche tutta la rete di fornitori che vi ruotano intorno. Il problema è quello della fidelizzazione della clientela, soprattutto quando si parla di aziende molto piccole con bassi capitali. E necessario innanzitutto fidelizzare i clienti e poi profilarli; questo può consentire di consolidare la loro fiducia nei confronti di un determinato istituto di credito e anche rendere possibili operazioni di web marketing».

L'evoluzione del corporate banking verso l'e-business ha determinato la sostituzione dei vecchi sistemi di interazione fra banche e aziende con architetture tecnologiche più leggere. Mentre tradizionalmente le interazioni fra banche e aziende attraverso i canali elettronici si basavano sull'installazione remota del software automatizzato della banca, ora le possibilità di transazione on-line sono molto più facilitate dalla tecnologia. E' ovvio che, come rileva l'amministratore delegato di Qarana solutions, «per le aziende molto piccole ci può essere un problema di costi per l'adeguamento a questa possibilità, ma si tratta anche di una questione di pratica e di adattamento».



Filippo Scibilia, amministratore delegato di Qarana solutions

Costi più bassi e maggiore velocità

www.bpm.it

Il corporate banking è una realtà che si sta estendendo alla maggior parte delle aziende. Secondo Roberto Fonso, 42 anni, milanese, direttore It di We@Service, la società controllata interamente dal gruppo Banca popolare di Milano che sviluppa e gestisce tutti i progetti Internet dell'istituto di credito fondato nel 1865 (con 400 filiali in tutta Italia e 6.300 dipendenti), il settore dei servizi erogati on-line dalle banche a beneficio delle imprese si trova in una fase di estesa diffusione. Le aziende, dunque, che già prima dell'avvento di Internet si interfacciavano attraverso il canale

informatico con gli istituti di credito, stanno utilizzando i canali telematici creati dalle banche per compiere on-line molte fondamentali transazioni finanziarie.

Domanda. Quali sono i principali servizi elettronici messi a disposizione dalle banche alle aziende?

Risposta. Prima di tutto occorre dire che i servizi di corporate banking si distinguono in elementi di tecnologia (i collegamenti via Internet) e collegamenti di tipo client server, quando il software della banca viene installato presso l'azienda per facilitare l'interattività. I servizi si possono poi distinguere in monobanca, quando l'interazio-

ne è consentita soltanto con un unico istituto di credito e multibanca, quando l'interazione è possibile con più istituti.

D. Nello specifico, quali sono i servizi messi a disposizione alle aziende dalla Banca popolare di Milano?

R. Abbiamo realizzato una famiglia di prodotti per le aziende che abbiamo chiamato Inlinea. C'è un primo servizio, chiamato Inlineawin, che corrisponde al sistema tradizionale, cioè di tipo client server (monobanca). Poi c'è il prodotto che permette le interazioni via Internet, chiamato Inlineanet. Attraverso Inlineanet le aziende possono compiere interrogazioni on-line in merito a vari servizi (conto corrente, ti-

Gli istituti di credito alla ricerca

www.ibm.com

La possibilità per le banche di realizzare servizi on-line da mettere a disposizione di clienti privati e di aziende è strettamente legata al livello di innovazione e di adattamento delle applicazioni tecnologiche. E, da questo punto di vista, le aziende leader nel settore dell'informatica hanno colto già da tempo l'importanza strategica di questa area di business: il crescente ricorso a transazioni sul web per una gamma sempre più diversificata di servizi bancari e finanziari è alla base della richiesta, da parte di istituti di credito piccoli e grandi, di implementazioni tecnologiche in grado di rispondere alle esigenze dell'e-business.

Se le banche stanno cogliendo la forza di questo cambiamento e la sua portata competitiva, la grande industria elettronica è un altro anello strategico nella catena di questo affare. Come la multinazionale Ibm, che ha già implementato soluzioni informatiche applicate ai servizi bancari e ne sta progettando di nuovi. Maurizio Bardelli, manager of solutions sales per il Financial service sector di Big Blue per l'area mediterranea (Italia, Grecia, Israele, Turchia, Spagna e Portogallo), 41 anni, laurea in ingegneria civile al Politecnico di Milano, spiega a Itali@Oggi.it le caratteristiche di questo settore innovativo.

Domanda. Che cosa chiedono oggi le banche dal punto di vista dei servizi informatici e quali sono le potenzialità del supporto tecnologico?

Risposta. Il mercato bancario in Italia sta attraversando una fase di trasformazione: dalla semplice realizzazione di servizi di e-business di base, come il trading on-line e l'home banking, si sta passando a una fase di maggiore consapevolezza in cui la tecnologia e-business è il punto di partenza per profonde riorganizzazioni aziendali. Gli obiettivi sono molteplici: offrire servizi personalizzati e integra-

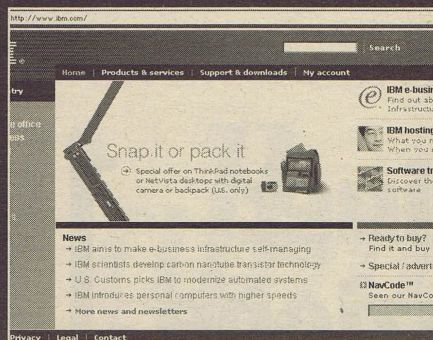
ti ai propri clienti (come quelli di wealth management) o ai propri dipendenti (per esempio portali interni e knowledge management) o aumentare l'efficienza dei processi, per esempio con l'e-procurement per la gestione dei rapporti con i fornitori.

Ecco quindi che la pervasività della tecnologia consente di sviluppare soluzioni che amplificano le conoscenze a disposizione e permettono di predisporre offerte che si rivolgono a un numero maggiore di potenziali utenti. I cosiddetti servizi di wealth management, per esempio, fanno sì che le competenze oggi dedicate solo a clienti con potenzialità patrimoniali di miliardi (private) possano essere estese a clienti affluenti, ovvero a coloro che dispongono di centinaia di milioni e che costituiscono un segmento di mercato dinamico e redditizio. In questo modo la banca può fidelizzare un numero maggiore di clienti e incrementare le sue attività.

D. Quali sono le soluzioni tecnologiche che Ibm offre alle banche?

R. Ibm vanta una grande tradizione nello sviluppo di soluzioni bancarie. Oggi la nostra infrastruttura e-business, che spazia dall'hardware fino al middleware per il supporto del commercio elettronico e del mobile computing, è integrata con le migliori soluzioni di terze parti e con i nostri servizi professionali e di consulenza per soddisfare le esigenze più sofisticate. I nostri clienti possono contare sulla nostra esperienza diretta. Ibm, infatti, è essa stessa un'azienda di e-business: intervenendo sui propri processi ha realizzato un risparmio, con i processi di e-procurement, di 377 milioni di dollari (circa 750 miliardi di lire) nel 2000. Siamo impegnati in alcuni grandi progetti di multicanalità che consentono di mettere a disposizione di tutti i canali sia l'infrastruttura transazionale sia quella di Crm (Customer relationship management).

Lo sportello, i call center e i portali Internet saranno in grado di interagire in modo uniforme e



www.ibm.com



www.bpm.it



www.gymtrade.it

toli, estero...) ed eseguire disposizioni sia di pagamenti sia di incasso. Le aziende, attraverso il servizio on-line, possono, collegandosi a Internet, eseguire operazioni di importazione e di esportazione di file, di distinte, relativamente per esempio al pagamento degli stipendi e ad altre operazioni: così i movimenti sono costantemente aggiornati attraverso transazioni on-line.

D. Quali sono i vantaggi per le imprese?

R. I due principali vantaggi, oltre alla sicurezza di usufruire di un programma di corporate banking costantemente aggiornato, sono la riduzione dei costi transazionali, che deriva dalla possibilità di evitare molti spostamenti fisici, e la maggiore velocità operativa.

D. Il processo di smaterializzazione delle operazioni finanziarie reso possibile da Internet può far ventilare la possibilità per le aziende di chiedere mutui e finanziamenti on-line?

R. Mentre questa operazione può essere più facilmente attuabile per i clienti privati, la sua realizzazione risulta maggior-

La Bpm entra nella mediazione dei marketplace

mente problematica per le aziende dal momento che il processo di valutazione del bilancio e della situazione del credito dell'azien-

da richiede un rapporto diretto che, per ora, esclude la possibilità di una gestione completamente on-line della transazione.

D. Avete in cantiere iniziative nel settore dei marketplace?

R. La Banca popolare di Milano si sta proiettando anche nel settore della mediazione finanziaria dei marketplace. È stato infatti recentemente concluso un accordo con B2Biscom che prevede la realizzazione per il prossimo settembre di un portale di e-commerce dedicato alla vendita tra aziende di beni cosiddetti di general spending, ossia tutti quei prodotti (dagli oggetti di arredamento aziendale al materiale di cancelleria) non direttamente necessari al processo produttivo. È poi previsto il coinvolgimento anche nei mercati verticali.

Palestre virtuali per fare trading

www.louise.it

www.gymtrade.it

Una piattaforma di trading on line per vendere e acquistare titoli azionari quotati sul mercato italiano e titoli derivati (covered warrant) e una palestra virtuale che consente a tutti i potenziali investitori di esercitarsi senza correre alcun rischio sul mondo della Rete per imparare a comprare e vendere azioni quotate alla Borsa italiana e poi passare alle transazioni reali.

Si chiamano rispettivamente Louise (www.louise.it) e Gymtrade (www.gymtrade.it) le due nuove piattaforme lanciate su Internet dalla società milanese Louise (nata nel 1999, sede a Milano, 15 dipendenti) e presentate al Futurshow a Bologna. «Louise è la prima società europea ad aver lanciato piattaforme open source per il mondo della finanza», spiega Stefania Coltro, responsabile marketing della società. «L'adozione della modalità open source nello sviluppo delle piattaforme consente di avere disponibili i codici sorgente e di mantenere quindi l'autonomia e il controllo sul prodotto. Lo sviluppo dei componenti fondamentali si basa su software già esistenti e leader sul mercato. L'open source offre vantaggi economici sia in termini di sviluppo che di mantenimento delle applicazioni per l'assenza di diritti proprietari sul software. Il software diventa così una commodity del servizio offerto e non incide sull'investimento iniziale. La piattafor-

ma-fondi Louise è un sistema composto da un content manager e da un Vam (Virtual asset manager) che integra al suo interno funzionalità di asset allocation guidata».

E la palestra del trading on-line? Gymtrade e Gymfunds sono le versioni simulate rispettivamente della piattaforma Azioni e della



Stefania Coltro, responsabile marketing di Louise

piattaforma Fondi Louise. «Investendo si impara: è questo il motto della nostra iniziativa», afferma Coltro. «Gymtrade è il training del trading on-line azionario. La sua struttura è pensata per fornire un ambiente che simuli l'interazione di un utente con un sistema di trading reale. Gymfunds è la palestra del trading on-line dei fondi e avvicina l'utente al mercato dei fondi guidandolo, attraverso un percorso personalizzato, alla scelta del paniere che corrisponde alle

sue caratteristiche. Gli utenti, inoltre, possono essere profilati e questo consente di compiere operazioni di marketing on-line, consentendoci tra l'altro di migliorare il nostro prodotto attraverso la relazione di feedback».

Gli utenti registrati sono finora 17 mila con punte di oltre mille registrazioni giornaliere.

Louise propone piattaforme open source per il mondo della finanza

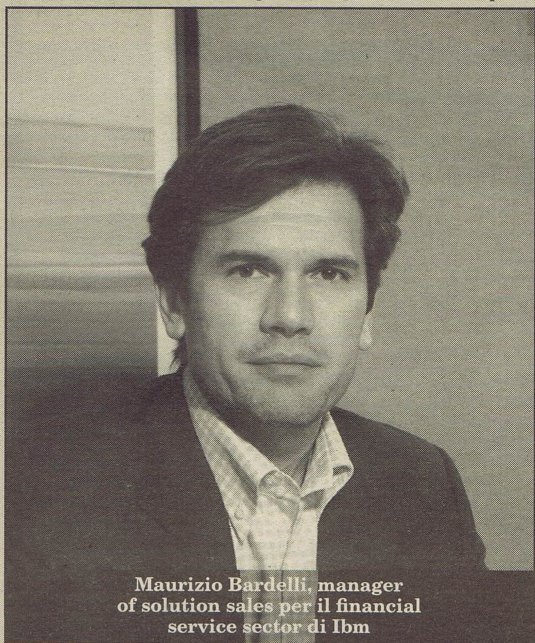
della tecnologia per l'e-business

ottimale con il cliente. Per realizzare questi servizi è importante avere una robusta infrastruttura di Crm costituita da dati bancari, motori di data mining e di campaign management: tutti punti di forza dell'offerta Ibm. Un'altra area in cui prevediamo un forte sviluppo, come dicevamo, è quella del wealth management: Ibm ha realizzato significative installazioni internazionali che comprendono moduli applicativi sviluppati dal team italiano. I clienti affluent potranno accedere a servizi di consulenza finanziaria, a strumenti di simulazione, trading di azioni, fondi e

derivati, sia via Internet sia presso le filiali. Da questo punto di vista Ibm è già pronta con una soluzione completa per rispondere al meglio alle diverse necessità. Non entro nel dettaglio ma e-procurement, valutazione dei rischi aziendali e di portafoglio, core banking, trading room e financial markets in generale sono tutte aree che ci vedono impegnati da tempo, in cui possiamo mettere a disposizione le nostre competenze. Non dimentichiamo che le banche nostre clienti hanno a disposizione una struttura internazionale che ci permette di usufruire dell'esperienza maturata in altri mercati.

D. Quali benefici possono trarre le banche dall'adozione delle nuove tecnologie e quali servizi potranno fornire a privati e aziende?

R. Innanzitutto la capacità di offrire ai propri clienti servizi innovativi. Il mercato maturo, la richiesta diventa più sofisticata e chi per primo saprà cogliere queste opportunità e si presenterà con soluzioni innovative sarà vincente. La tecnologia consente di fidelizzare i clienti con offerte mirate e ad alto valore aggiunto. Un ulteriore beneficio è la riduzione dei costi di gestione grazie all'adozione di infrastrutture di e-business che consentono l'ottimizzazione dei processi e la semplificazione delle strutture informatiche. Infine, il futuro: la consapevolezza delle potenzialità offerte dall'e-business spingerà le banche a effettuare ulteriori ristrutturazioni organizzative con l'obiettivo di offrire nuovi servizi, oggi impensabili. Un esempio: i servizi mirati al B2B elettronico, come l'erogazione di finanziamenti e fondi on-line a privati e aziende.



Maurizio Bardelli, manager of solution sales per il financial service sector di Ibm