

360 COVER  
com STORY

LE CONTINUE NOVITÀ DIGITALI RAPPRESENTANO  
UN'IMPORTANTE LEVA DI CRESCITA PER IL FUTURO

# La fotografia dell' **innovazione:** l'Italia c'è, ma tanto resta da fare

I RISULTATI DELLO STUDIO REALIZZATO DA I-COM PER CONTO DI ING BANK TRACCIANO IL PROFILO DI UN PAESE IN EVOLUZIONE, MALGRADO RETI FISSE E MOBILI NON SEMPRE ADEGUATE. L'88,4% DEGLI ITALIANI REPUTA IMPORTANTE, A LIVELLO PERSONALE E FAMILIARE, L'ATTENZIONE AI TEMI INNOVATIVI E IL 91,1% LO PENSA IN RELAZIONE AL PROGRESSO DEL PAESE E AL RILANCIO DELL'OCCUPAZIONE. SERVIZI FINANZIARI E ASSICURATIVI ONLINE: ECCO IL COMPARTO CON UNA SPICCATÀ PROPENSIONE NELL'ULTIMO ANNO, MENTRE L'HOME BANKING VIENE UTILIZZATO CON MAGGIORE FREQUENZA RISPETTO ALLO SPORTELLLO FISICO: IL 22,6% RISPETTO AL 9,4% LO FA SU BASE SETTIMANALE

di DANIELE BOLOGNA

## CHI C'È DIETRO L'INDAGINE

I-Com, Istituto per la Competitività, promuove temi e analisi sui principali fattori di competitività dell'economia italiana in chiave innovativa, all'interno del quadro politico-economico europeo ed internazionale. Obiettivo di I-Com è la sensibilizzazione dei decisori e dell'opinione pubblica per orientare il dibattito verso l'innovazione e la competitività, grazie a una varietà di strumenti di analisi e divulgazione. Presidente e fondatore di I-Com è Stefano da Empoli. ING è uno dei principali gruppi bancari e assicurativi internazionali, oggi presente in più di 40 Paesi con 75.000 dipendenti e 48 milioni di clienti. In Italia ING Bank è presente dal 1979 con la Divisione Commercial Banking che offre servizi e finanziamenti a grandi imprese ed enti, e dal 2001 con la Divisione Retail ING Direct, la banca diretta leader in Italia per numero di clienti (circa un milione), la cui mission è quella di offrire a famiglie e risparmiatori prodotti semplici e trasparenti a condizioni economiche competitive. ING Direct propone oggi in Italia una gamma di prodotti mirata e completa: prodotti di pagamento, prodotti di risparmio, mutui, investimenti, assicurazione e prestiti personali.

**C**apace di innovare nonostante un contesto non sempre favorevole: è l'Italia fotografata dalla ricerca realizzata da I-Com - l'Istituto per la Competitività guidato dall'economista Stefano da Empoli - per conto di ING Bank, uno dei principali gruppi bancari e assicurativi internazionali, in occasione dell'evento "Italia Think Forward! Innovazione digitale per la crescita del Paese" organizzato a Roma per celebrare i 35 anni di attività in Italia. L'evento ha visto la partecipazione di ospiti d'eccezione che si sono confrontati sulle potenzialità che l'innovazione digitale riveste in un'ottica di crescita del Paese: Alessandra Poggiani, direttore generale dell'Agenzia per l'Italia Digitale; Alessandro Fusacchia, Capo di Gabinetto del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca; Paolo Coppola, Deputato e Consigliere per l'Agenda Digitale del Ministero per la Semplificazione e la P.A.; Don Koch, Country Manager e Ceo di ING Bank Italia; Massimiliano Magrini, Co-founder e Managing Partner di United Ventures; e Stefano da Empoli, Presidente I-Com. Quale ospite d'eccezione per ING Bank è intervenuto il Global Ceo di ING Group, Ralph Hamers. Condotto su un campione di 1.011 persone, rappresentativo della popolazione adulta nazionale, il sondaggio mette a fuoco l'idea che italiani hanno dell'innovazione. Questi i risultati più signifi-

cativi: il 91,1% del campione di italiani adulti ritiene l'innovazione importante per la crescita economica del Paese e il rilancio dell'occupazione. Si tratta di una stragrande maggioranza che scende però in maniera significativa, pur rimanendo elevata, per le classi di età over 65 e per livelli di istruzione bassi (licenza media o titolo inferiore); il 54,1% del campione ritiene che le Pmi siano i soggetti più innovativi. Il 36% indica le grandi aziende e solo il 7,9% le amministrazioni pubbliche. In assoluto, secondo gli intervistati, il soggetto pubblico dovrebbe essere il principale finanziatore dell'innovazione (42,6%). Non è così nel Nord Est, dove viene preferito il ricorso ai prestiti delle banche (42,8% vs 38,5%). Tra le forme di finanziamento privato all'innovazione, le banche (34,8%) superano i canali azionari e obbligazionari (21,3%). Inoltre, il 74% del campione pensa che nell'arco dei prossimi 35 anni il telelavoro sostituirà gli attuali modelli organizzativi. Il 65,3% ritiene che i robot prenderanno il posto degli esseri umani nella maggior parte delle occupazioni attuali. Il 61,9% crede nella realizzazione compiuta della sharing economy. Le percentuali relative alle prime due risposte salgo-

no in maniera significativa tra gli intervistati di genere femminile. Poi, il 48,9% del panel ritiene che l'istruzione sia il fattore cruciale e necessario per l'innovazione, nettamente davanti alla capacità di adeguarsi alle circostanze (23,2%), al talento (21,2%) e alla fortuna (6,3%). Il sondaggio approfondisce anche il tema dell'innovazione digitale in banca: tra chi effettua almeno un'operazione settimanale, l'home banking è più popolare dello sportello fisico (22,4% vs 9,4%); il 90,7% del campione controlla il conto online con cadenza mensile. Il 58,3% effettua bonifici almeno una volta al mese. Inoltre, per un terzo del campione entro i prossimi cinque anni il mobile banking sarà il canale prevalente per le operazioni bancarie. Per il 59,6% ciò accadrà entro i prossimi dieci anni; infine, la consulenza finanziaria del futuro sarà online: per il 29% degli

intervistati si tratta di uno scenario che si realizzerà in cinque anni, mentre per il 56% in dieci anni.

### Diffusione dei servizi digitali: Europa e Italia a confronto

In Italia internet è lo strumento di interazione con la Pubblica Amministrazione nel 21% dei casi. Ben al di sotto del 41% della me-



dia europea e dei casi di eccellenza, rappresentati da Danimarca (85%) e Olanda (79%); in tema di e-commerce tra gli ultra-quattordicenni i servizi assicurativi, bancari e finanziari sono il comparto a maggiore crescita, passando dal 6% del 2012 al 13,7% del 2013. Segue l'acquisto di libri e riviste (dal 25,1% al 34,3%). In Italia il 68% delle abitazio-

ni sono connesse alla broadband. In Europa la media è del 76%. In Finlandia, UK e Olanda il dato supera l'87%, mentre in Romania e Grecia si aggira intorno al 55%; nel 2013 l'Italia ha fatto più progressi di tutti gli altri Paesi UE, passando dal 55% di case connesse nel 2012 al 68% del 2013. La velocità della connessione fissa lascia a desidera- ▶





re: circa l'80% si attesta in Italia tra i 2 e i 10 Mbps. Solo lo 0,6% supera i 30 Mbps, mentre in Europa ciò accade in media nel 21,2% dei casi. «Nonostante condizioni di contesto spesso sfavorevoli, i fatti dimostrano che l'Italia è un Paese che può e sa essere più innovativo di quanto si pensi. Lo conferma la crescita a due cifre nell'ultimo biennio di alcuni servizi digitali, come il mobile banking e l'e-commerce - rileva Stefano da Empoli, Presidente di I-Com -. Barriere tecnologiche, strutturali e culturali non ci

consentono, tuttavia, di tenere il passo rispetto al resto dell'Europa. Crediamo, dunque, sia urgente intervenire incrementando gli investimenti nelle reti fisse e mobili, digitalizzando i servizi pubblici e implementando programmi di alfabetizzazione digitale, a partire dalle scuole». «Mi fa particolarmente piacere scoprire che l'Italia crede in maniera così spiccata all'innovazione e al suo potere di migliorare la vita quotidiana delle persone - commenta Don Koch, Country Manager di ING Bank Italia -. ING è pre-

sente in Italia dal 1979 con le attività dedicate ai corporate client e dal 2001 come pionieri del digital banking; in questo arco temporale crediamo di avere dato un contributo importante allo sviluppo di progetti innovativi nel Paese. Alcuni esempi tra i più significativi: il sostegno a importanti progetti di energie rinnovabili, lo sviluppo del direct banking in Italia e, più recentemente, l'impegno a premiare giovani start-up tecnologiche. Più che guardare al passato però, oggi ci piace continuare a pensare al futuro e agire concretamente per offrire ai nostri clienti gli strumenti necessari per essere un passo avanti nella vita e nel business, come indicato dalla strategia globale di ING - prosegue Koch -. Abbiamo progetti ambiziosi per l'Italia con l'obiettivo di raddoppiare i nostri asset al 2020, allargare la nostra offerta anche al segmento delle Pmi nei prossimi due anni e sostenere almeno altre 50 start-up nei prossimi cinque anni». ■

ON  
OCH

ING DIRECT

It's your money

