

COMUNICATO STAMPA

Innovazione digitale: importante leva di crescita per il futuro secondo lo studio I-Com per ING Bank

- *Lo studio realizzato da I-Com per ING Bank sull'innovazione traccia il profilo di un'Italia innovativa, malgrado reti fisse e mobili non sempre adeguate*
- *L'88,4% degli italiani reputa l'innovazione importante per il futuro personale e familiare e il 91,1% per la crescita del Paese e il rilancio dell'occupazione*
- *Servizi finanziari e assicurativi on line: il comparto con forte crescita nell'ultimo anno e home banking utilizzato con più frequenza rispetto allo sportello fisico (22,6% vs 9,4% su base settimanale)*

Roma, 22 ottobre 2014 – Capace 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 oggi 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 Agenzia per l'Italia Digitale**, Alessandro Fusacchia, **Capo di Gabinetto Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca**, Paolo Coppola, **Deputato e Consigliere per l'Agenda Digitale Ministro per la Semplificazione e la P.A.**; Don Koch, **Country Manager e CEO 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 ING Group** Ralph Hamers.

Il sondaggio – l'innovazione secondo gli italiani

Condotta 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 significativi:

- 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%);
- 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 salgono in maniera significativa tra gli intervistati di genere femminile;
- 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, poi, 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;
- per un terzo del campione entro i prossimi 5 anni il **mobile banking** sarà il canale prevalente per le operazioni bancarie. Per il 59,6% ciò accadrà entro i prossimi 10 anni;
- la **consulenza finanziaria del futuro** sarà **online**: per il 29% degli intervistati si tratta di uno scenario che si realizzerà in 5 anni, mentre per il 56% in 10 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 media 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%);

Innovazione e infrastrutture: Europa e Italia a confronto

- In Italia il 68% delle **abitazioni** 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 desiderare: 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 presente 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 (“be a step ahead in life and 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 2 anni e sostenere almeno altre 50 start-up nei prossimi 5 anni”.*

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. Per maggiori informazioni www.i-com.it

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 1.000.000), 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.

Riferimenti per la stampa

Tommasina Cazzato (345 7357751) – tommasina.cazzato@allea.net

Silvia Colombo

+39 0255226645, +39 348 1506213 -
silvia.colombo@ingdirect.it

Facebook: www.facebook.com/INGDIRECTItalia

Twitter: www.twitter.com/INGDIRECTItalia

ING Bank Italia: www.ing.it

Power Emprise

+39 02 39400100

Cosimo Pastore, +39 335 213305 -

cosimopastore@poweremprise.com

Jenny Giuliani, +39 349 2408123 -

jennygiuliani@poweremprise.com