

COMUNICATO STAMPA

**ABI: aumenta utilizzo dei canali digitali e si rafforza l'impegno delle banche contro i crimini informatici**

Digitalizzazione dei servizi e sicurezza dei clienti per le banche operanti in Italia vanno di pari passo: aumenta, infatti, l'utilizzo dei canali digitali e parallelamente si rafforza l'impegno del Mondo Bancario contro i crimini informatici grazie alle iniziative perseguite, in risposta alle restrizioni derivanti dal Covid-19, anche in collaborazione con le Associazioni dei consumatori.

**L'utilizzo dei canali digitali nel 2020**

Dall'indagine contenuta nel decimo Rapporto annuale realizzato da ABI Lab, il Consorzio per la Ricerca e l'Innovazione per la banca promosso dall'ABI, che fa il punto sullo sviluppo e sulle potenzialità del Digital Banking emerge che per le banche intervistate i clienti attivi su Mobile sono cresciuti del 15% nel 2020. A trainare la tendenza i clienti che accedono al Mobile Banking da app (applicazioni) per smartphone. In crescita del 56% anche il volume totale delle operazioni dispositive su Mobile Banking: tra queste, bonifici e giroconti +72%. Complessivamente nel campione oggetto di analisi il PC è ancora il canale che registra più volumi (173 milioni di operazioni dispositive nel 2020) sebbene il Mobile (con 171 milioni) si stia avvicinando sempre più al sorpasso. Inoltre, l'impatto della pandemia si è tradotto in un aumento degli accessi medi mensili per il cliente, rispettivamente +31% per il Mobile e +14% per l'Internet Banking.

Tutti gli istituti del campione offrono servizi tramite Internet Banking e app per smartphone, il 40% offre app anche sui tablet e il 16% sui dispositivi indossabili (wearable).

Mediamente ogni banca offre 2,6 app (a campione costante il 76% ha mantenuto invariato il numero, il 12% lo ha aumentato e il 12% lo ha diminuito). Infatti, oltre che con app "classiche", le diverse funzionalità possono essere offerte anche con app ad hoc focalizzate su determinate funzionalità e segmenti di clientela. Relativamente ai sistemi operativi, la totalità delle app censite è fruibile sia da iOS che Android.

Sia per le app di Mobile Banking che per i portali di Internet Banking lo studio sottolinea una forte attenzione per le funzionalità legate ai Pagamenti, in particolare i bonifici istantanei, già offerti dal 52% delle banche e gli strumenti di gestione finanza personale (57% già disponibili da app, 52% da Internet Banking).

L'area del comparto del credito si conferma l'ambito in cui l'offerta via Internet Banking è più sviluppata rispetto a quella tramite app, basti pensare che le funzionalità collegate alla gestione dei prestiti e dei mutui sono proposte rispettivamente dal 43% e dal 33% del campione.

Sempre più banche offrono servizi basati su piattaforme API (Application Programming Interface), in particolare finalizzate all'aggregazione di informazioni: il servizio di aggregazione conti (Account Aggregation) è offerto dal 19% delle realtà sul Mobile e un altro 33% si aggiungerà entro la fine dell'anno; da PC è attivo il 14% a cui si aggiungerà un 24%.

La forte attenzione del mondo bancario per Internet e Mobile Banking trova conferma anche nelle previsioni di investimento per il 2021: il 75% delle banche intervistate ha segnalato un aumento per il Mobile (nel 21% dei casi un forte aumento) e il 41% per

l'Internet Banking (8% in forte aumento). Le aree su cui vengono canalizzati maggiormente gli sforzi sono il miglioramento dell'esperienza utente, l'efficientamento dei sistemi e la sicurezza informatica. Nell'ambito delle strategie di sviluppo dell'offerta digitale assume un ruolo rilevante la collaborazione con le Fintech, già attiva per il 58% del campione (con un ulteriore 13% entro il 2021).

### **L'impegno delle banche contro i crimini informatici**

Si rafforza ulteriormente l'impegno del mondo bancario nella lotta ai crimini informatici, attraverso presidi tecnologici, iniziative di formazione del personale e campagne di sensibilizzazione della clientela. In quest'ottica, a supporto ulteriore di questo impegno, l'ABI e 17 Associazioni dei consumatori - ACU, Adiconsum, ADOC, Altroconsumo, ASSO-CONSUM, Assoutenti, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanza Attiva, Codacons, Confconsumatori, Federconsumatori, La Casa del Consumatore, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, UDICON, Unione Nazionale Consumatori -hanno inviato una lettera all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni per sollecitare un maggiore coordinamento nel contrasto alle frodi informatiche.

Per soddisfare al meglio le esigenze di sicurezza della propria clientela le banche operanti in Italia si sono fatte promotrici di collaborazioni inter-settoriali, come il CERTFin - CERT Finanziario Italiano (Computer Emergency Response Team) - l'iniziativa cooperativa pubblico-privata diretta dall'ABI e dalla Banca d'Italia finalizzata a innalzare la capacità di gestione dei rischi cibernetici degli operatori bancari e finanziari.

Inoltre, l'ABI, con il supporto del CERTFin, continua a monitorare con grande attenzione l'evoluzione degli attacchi cibernetici rivolti al settore bancario e ai clienti di home banking. In questi mesi di emergenza Covid ha portato avanti una serie di iniziative volte a supportare gli operatori del settore finanziario e a rilevare nuove possibili minacce e ha organizzato seminari e riunioni, in modalità remota, per erogare informazioni e approfondimenti tecnologici sui fenomeni recentemente rilevati, con particolare riferimento alle campagne di phishing. Tali attività si affiancano alle iniziative delle banche, che numerose hanno attivato campagne di sensibilizzazione rivolte ai dipendenti proprio per sollecitare l'attenzione sulle misure da adottare nel lavoro tra le mura domestiche.

Dall'ultimo studio di ABI Lab sulla sicurezza emerge che la maggior parte delle banche intervistate ha indicato un aumento della spesa per il 2021 destinata sia alla sicurezza dei canali remoti, sia al rafforzamento dei sistemi di monitoraggio e protezione interni alla banca.

La sicurezza informatica, tuttavia, passa anche attraverso la collaborazione dei clienti delle banche. Per operare online in modo comodo e sicuro, infatti, è importante seguire alcune semplici regole:

- cambiare periodicamente la password dell'email, dei social network, dell'internet banking e dei siti per gli acquisti online;
- aprire solo le email provenienti da indirizzi noti;
- accedere a Internet solo dal proprio computer;
- installare o aggiornare l'antivirus;
- contenere la diffusione delle informazioni personali online;
- usare password diverse per siti diversi.

Roma, 24 luglio 2021