

COMUNICATO STAMPA

In uno scenario in cui le tecniche di attacco si fanno sempre più sofisticate, le banche intensificano gli investimenti su più fronti: tecnologia, formazione, sensibilizzazione e monitoraggio.

“L’elevata attenzione del settore verso le tematiche di sicurezza si riflette anche nella spesa dedicata (più in dettaglio, TCO – Total Cost of Ownership), che nel 2026 raggiungerà circa 500 milioni di euro e guardando il periodo 2020-2025, le banche hanno speso in cybersecurity quasi 2,5 miliardi di euro” - ha dichiarato il Direttore Generale dell'ABI, Marco Elio Rottigni. “La resilienza operativa digitale, le soluzioni antifrode e la gestione delle identità digitali si confermano le aree di investimento prioritarie per il prossimo biennio, mentre la collaborazione tra banche promossa dal CERTFin, con il fondamentale sostegno della Banca d'Italia, continua a rafforzare le difese del settore, rendendo sempre più incisive le strategie di prevenzione e contrasto alle frodi”. Ha concluso Rottigni.

Dall’edizione 2026 del Rapporto sulla sicurezza elaborato dal CERTFin, (Computer Emergency Response Team del settore finanziario italiano, presieduto dalla Banca d’Italia e dall’ABI e gestito da ABI Lab), emerge un quadro di investimenti in crescita e una strategia di sicurezza sempre più strutturata. La quota media di budget IT destinata alla sicurezza cresce fino ad arrivare all’8% nel 2026 di cui una componente crescente è dedicata al contrasto delle frodi.

Sul fronte della sensibilizzazione la totalità del personale di filiale è coinvolta in attività formative, con un presidio esteso anche al Top Management (93%) e all’Help Desk (92%). Per la clientela retail, la tematica più trattata è quella delle tecniche di social engineering, ovvero i metodi di manipolazione psicologica utilizzati dai criminali informatici per indurre le persone a compiere azioni o rivelare informazioni riservate (97% delle banche), seguita dall’utilizzo sicuro degli strumenti di pagamento (88%), dalla gestione sicura dell’identità (81%) e dai rischi legati agli investimenti online (72%).

Un ulteriore ambito di impegno riguarda le iniziative di sensibilizzazione sulla sicurezza informatica, promosse con frequenza almeno semestrale nel 78% dei casi e attraverso molteplici canali: informative periodiche e/o ad hoc (88%), e-mail/SMS, mobile app e portali di Internet banking (tutti all’84%), social network (72%) e filiali (56%). In questo ambito, il CERTFin – in collaborazione con ABI, Banca d'Italia, Ivass, banche e intermediari assicurativi – promuove campagne dedicate ai clienti retail ("I Navigati – Informati e Sicuri") e alle imprese ("Cybersicuri – Impresa possibile"), valorizzando strumenti e messaggi di prevenzione condivisi.

Roma, 30 maggio 2026