

«UniCredit e l'impresa: soci in innovazione»

Intervista ad Andrea Burchi, regional manager Centro Nord: «La rivoluzione tecnologica ha cambiato i comportamenti di tutti noi»

ROMA

Competere sui mercati e innovare oggi non sono che due facce della stessa medaglia: quella offerta dalla rivoluzione digitale. Tutto cambia, il mercato, il modo di fare impresa, la visione dei rischi e delle opportunità. Uno scenario che ha coinvolto il mondo bancario.

In che modo è cambiato il modo di fare banca per UniCredit?

«La rivoluzione tecnologica ha cambiato i comportamenti di ciascuno di noi - risponde Andrea Burchi, Regional Manager UniCredit centro nord (nella foto) - . L'evoluzione ha portato a netti miglioramenti di customer experience, aumentando le aspettative dei clienti in termini di accessibilità e personalizzazione dei servizi. A ciò si aggiunge un ulteriore vantaggio legato alla diminuzione dei costi».

TAVOLA ROTONDA

Sfide digitali per l'azienda 4.0

«Innovazione, sfide e prospettive per l'impresa 4.0» è la tavola rotonda organizzata da UniCredit e da Qn Economia & Lavoro che si terrà questa mattina alle 11 all'Hotel Carlton di Bologna. Parteciperanno Pierluigi Tortora, presidente di PLT Energia, Giorgio Grazioso, presidente e Ceo di Aurora sr I, Mauro Pratelli, ad di Traderlink, Alberto Tivoli, ad del gruppo LIFE, Luca Baracchi, Chief innovation officer di Coopservice e Andrea Burchi Regional Manager Centro Nord UniCredit.



SFIDA FINTECH

«Siamo stati i primi a offrire l'accesso ai 4 principali sistemi di pagamento mobile»

Come vi siete mossi nel campo della digitalizzazione?

«Le iniziative nel campo della digitalizzazione sono state in questi anni uno degli elementi principali della nostra azione: come previsto dal piano Transform 2019, dal 2016 il Gruppo ha investito 2,4 miliardi di euro per l'aggiornamento e il rafforzamento dei sistemi IT. Anche la semplificazione dei processi chiave è un importante driver dell'innovazione per UniCredit».

Quali sono le caratteristiche del cliente 4.0?

«Che sia un privato o un'impre-

sa, il cliente vuole che la banca sia customer-friendly. Che fornisca prodotti semplici e mirati e sia in grado di offrire risposte sempre più rapide ed esaustive: soluzioni più chiare che soddisfino precise esigenze. Attraverso l'open banking e le direttive sui servizi di pagamento possono mettere più facilmente a confronto prodotti e servizi di diversi fornitori. Ciò promuove una sana competizione e UniCredit è pronta ad accettare la sfida».

Sfida significa anche confrontarsi sui pagamenti mobile.

«Parte della nostra strategia consiste anche nella collaborazione con aziende fintech di rilievo, per esplorare e sviluppare tecnologie e soluzioni che possano essere rese disponibili per la clientela. UniCredit è stata, ad esempio, la prima banca in

Italia a offrire ai propri clienti Alipay, Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay: le 4 principali forme di pagamento via mobile oggi disponibili. In termini di soluzioni innovative per i servizi alla clientela, UniCredit ha anche portato avanti una strategia tesa alla sperimentazione al proprio interno. Un caso di successo è Buddybank, la banca conversazionale di UniCredit, con un servizio di concierge disponibile 24 ore su 24, che oltre ai bisogni finanziari, risponde anche alle esigenze di lifestyle».

Un'innovazione di servizio...

«E' un'innovazione culturale. Come azienda e come partner del territorio. Un ruolo che portiamo avanti lavorando e confrontandoci con le reali esigenze dei nostri interlocutori, talvolta anticipandoli. E' il caso di Easy Ex-

FRONTIERE

Nuove forme di accesso al credito con i minibond e sostegno a start up

port, con cui sosteniamo le imprese nel business con l'estero offrendo anche l'accesso ad Alibaba».

Qualche esempio?

«Da gennaio abbiamo sottoscritto contratti con circa 1000 imprese - 247 nell'area Centro Nord che comprende Emilia Romagna, Toscana, Umbria e Marche - che hanno visto aumentare il loro giro d'affari con l'estero del 24%».

Su quali settori, in particolare, avete puntato?

«Abbiamo realizzato diversi ser-

vizi dedicati a vari comparti. Il mese scorso, per esempio, abbiamo lanciato Made4Italy. Si tratta di un programma volto a favorire lo sviluppo di un sistema integrato turismo-agricoltura grazie ad un piano operativo nazionale che include consulenza, networking e un plafond di 5miliardi di euro».

E l'innovazione in termini di accesso al credito come si sostanzia?

«Sempre più imprese cominciano a guardare al mercato dei capitali. UniCredit si impegna a supportarle in un percorso di innovazione che passa anche per l'accesso al mercato dei capitali, ad esempio con lo strumento dei Minibond: ad oggi siamo leader in Italia con una quota di mercato del 25% ed emissioni per 150milioni di euro. E diamo grande attenzione alle start up. Ciò attraverso UniCredit Start Lab, programma avviato nel 2016 che include percorsi di finanza agevolata e attività di networking; e partecipando attivamente ad iniziative di supporto allo sviluppo delle nuove idee imprenditoriali, come Match Er che abbiamo ospitato la scorsa settimana a Palazzo Magnani. A ciò si aggiungono sinergie con autorevoli partner a supporto della crescita in innovazione. Ad ottobre abbiamo siglato un accordo grazie al quale con Cna lavoreremo insieme per fornire supporto finanziario agli investimenti in innovazione e digitalizzazione. La settimana scorsa abbiamo dato il via ai nuovi appuntamenti della nostra Banking Academy: un percorso di formazione che portiamo avanti in partnership con Confapi, dedicato all'export management e alla digitalizzazione a supporto dei processi di internazionalizzazione».

Alberto Levi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

