

I NUOVI IMPERATIVI DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE E LA MODERNIZZAZIONE DEL CREDITO RETAIL

Autori:

Maria Adele Di Comite
Fabio Rizzotto

Maggio 2022

IDC Technology Spotlight sponsorizzato da Quid

IDC #EUR1EUR149118322



I nuovi imperativi della trasformazione digitale e la modernizzazione del credito retail

Introduzione

Il settore finanziario è impegnato in una profonda trasformazione di processi e architetture per adeguare i modelli di business a nuovi scenari competitivi.

I driver del cambiamento sono molteplici. Nuovi stili di vita e la democratizzazione dei servizi finanziari insistono sulle strategie degli attori dell'ecosistema (a titolo di esempio, secondo le previsioni IDC entro la fine del 2023 il 65% dei consumatori mondiali avrà sperimentato almeno un'esperienza di *instant finance*). Una prospettiva che rende l'idea dell'accelerazione digitale.

Molte trasformazioni hanno già interessato i processi del credito al consumo e il clima di incertezza degli ultimi anni, esacerbato dallo shock della pandemia, ha reso più urgente la necessità di modernizzarli ulteriormente. Anche se le tecnologie da tempo affiancano banche e istituti di credito nella gestione del credito, la nuova generazione di piattaforme software abilita il raggiungimento di obiettivi ancora più sfidanti:

- migliorare il servizio ai clienti con una customer experience innovativa, abilitata da logiche di ecosistema aperto per rispondere con tempestività alle richieste di concessioni dei finanziamenti;
- digitalizzare i processi di vendita coinvolgendo l'intera catena distributiva;
- raccogliere dati da una pluralità di fonti per trarre informazioni rilevanti, utili per una gestione accurata e tempestiva del merito creditizio della clientela e dei rischi in generale;
- assicurare aderenza a regole normative e principi di sicurezza sempre più stringenti;
- raggiungere l'eccellenza nelle operation IT e nell'integrazione con i processi di back-end.

La modernizzazione dei processi del credito deve avvalersi di piattaforme disegnate per sfruttare moderne logiche di sviluppo applicativo, architetture aperte e cloud-native per offrire scalabilità, performance, flessibilità: ingredienti fondamentali per supportare l'evoluzione dei processi e la creazione di nuovi prodotti.

IN SINTESI

- » Customer Experience, Collaborazione e Automazione sono le tre principali priorità di business delle banche italiane nel 2022
- » L'incertezza economica ha evidenziato la necessità per gli attori del credito di dotarsi di strumenti e processi dinamici, per rispondere con flessibilità e adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato
- » Il 94% delle aziende finanziarie in Europa sta già utilizzando servizi cloud
- » Entro il 2024, l'adozione del cloud e l'utilizzo dei dati disponibili nell'ecosistema consentiranno alle istituzioni finanziarie di ridurre del 50% il tempo richiesto per la valutazione del merito creditizio e per l'approvazione dell'erogazione del credito
- » Il 50% delle banche europee ha pianificato di espandere le iniziative di trasformazione dei processi del credito entro il 2022, e un ulteriore 16% farà investimenti ex-novo in quest'area
- » Le istituzioni finanziarie europee considerano l'innovazione open e cloud-native tra i tre requisiti principali per innovare le proprie infrastrutture e architetture digitali

Priorità di business e ambiti di trasformazione delle banche italiane

Anche in Italia il settore bancario è impegnato nella trasformazione dei modelli operativi per rispondere ai nuovi imperativi strategici. Basti osservare le principali priorità di business che le banche italiane segnalano per il 2022 nelle indagini IDC (Figura 1). Le istituzioni finanziarie si rendono conto che l'eccellenza nella gestione del cliente è essenziale, nei singoli punti di interazione e nell'intero ciclo di relazione. Come lo sono le altre urgenze:

- l'innovazione del modo di lavorare e collaborare come essenza dei nuovi stili organizzativi;
- il ruolo delle tecnologie che automatizzano e snelliscono processi operativi;
- i requisiti di sicurezza e normativi, in un settore con stingenti obblighi di compliance;
- il raggiungimento di KPI nei processi di vendita e la generazione di nuove entrate.

FIGURA 1

Le cinque principali priorità di business delle banche italiane per il 2022



Fonte: Survey IDC Italia, 2021

Le moderne tecnologie supportano gli obiettivi strategici e le priorità di business, che impongono flessibilità dei processi, capacità di trasformazione e integrazione agile. In tal senso è interessante la previsione di IDC secondo la quale, entro il 2024, l'adozione del cloud e l'utilizzo dei dati disponibili nell'ecosistema consentiranno alle istituzioni finanziarie di ridurre del 50% il tempo richiesto per la valutazione del merito creditizio e per l'approvazione dell'erogazione del credito, con chiari impatti sulla customer experience e sulle performance di vendita.

Evoluzioni e trend del credito retail in Italia

L'innovazione dei processi del credito ha risentito dei cambiamenti imposti dalla pandemia, durante la quale gli acquisti da remoto sono diventati una necessità. La società appare oggi trasformata, con attitudini *digital-first* anche per accedere alle varie forme di finanziamento. Le aziende creditizie hanno preso coscienza di una nuova *instant culture* e della necessità di offrire servizi con immediatezza. Alcuni segmenti di utenza spronano le organizzazioni ad adeguare i servizi offerti ai nuovi stili di vita. Indagini di IDC in Italia nel 2021 mostrano ad esempio come la quota dei Millennials orientati a servizi finanziari innovativi e totalmente digitale sia quasi doppia rispetto a quella delle fasce di età maggiori.

Tutti i dati delle associazioni di categoria riportano una ripresa del mercato del credito retail. Assofin ha riscontrato nel 2021 una crescita annua del 17,2% dei flussi finanziati legati al credito al consumo, e stima una crescita del 3% su base annua per il biennio 2022-23. Anche ABI riscontra un aumento della domanda di prestiti bancari delle famiglie a seguito dalla pandemia.

La duplice natura del credito retail, che supporta sia la necessità di liquidità per far fronte a spese correnti sia l'acquisto di beni e servizi, ha portato ad andamenti diversi per le due tipologie di finanziamenti. Durante la crisi sanitaria si è ridotta la domanda di beni durevoli, mentre è cresciuto il bisogno di liquidità. L'incertezza ha evidenziato la necessità di strumenti e processi dinamici per rispondere al bisogno di flessibilità e di adattamento alle mutevoli condizioni di mercato. Un impatto gestionale significativo per gli istituti è legato ad esempio alla necessità di gestire in maniera accurata e flessibile i pagamenti dei crediti erogati, aspetto che risulta rilevante nei momenti di crisi e di tenuta sociale.

L'evoluzione del contesto socioeconomico e la consapevolezza che i *digital native* sono entrati a pieno titolo fra i clienti delle istituzioni creditizie hanno dato un ulteriore impulso all'offerta di prodotti in multicanalità. Le soluzioni tecnologiche, e la regolamentazione a supporto della firma digitale e dell'autenticazione tramite SPID, hanno reso possibile la trasformazione del credito grazie alla quale i clienti possono richiedere e sottoscrivere i finanziamenti in maniera digitale. Tuttavia, la modernizzazione del credito non si limita alla fase di interazione con la clientela: è più profonda e strutturale e sta modificando sia le pratiche di business che quelle tecnologiche.

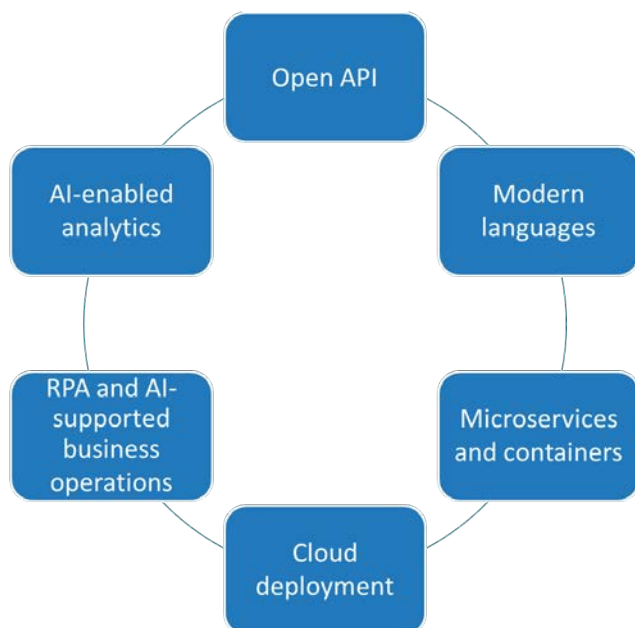
La trasformazione digitale e la modernizzazione del credito al consumo

La modernizzazione dei sistemi di gestione credito al consumo è un passaggio imprescindibile per le istituzioni creditizie e non sorprende che sia considerato un ambito di intervento prioritario. Secondo le indagini IDC il 50% delle banche europee - pur avendo già investito sulla trasformazione digitale del credito in passato - ha pianificato investimenti trasformativi o incrementali entro il 2022, e un ulteriore 16% ha dichiarato di voler pianificare investimenti totalmente ex-novo in quest'area.

Le istituzioni finanziarie intensificheranno gli interventi negli ambiti di valutazione del merito creditizio e concessione del finanziamento, gestione delle frodi, automazione, customer experience, data analytics. Questi strumenti sono tra le priorità rilevate da IDC: il 37% delle banche europee indica gestione e protezione dei dati come principali aree di investimento entro il 2022, e il 29% adotterà soluzioni analytics per migliorare le decisioni. Queste dinamiche portano alla democratizzazione dei dati, un concetto che non esprime solo la diffusione della cultura del dato nelle aziende, ma anche la maggiore disponibilità e potenzialità di accesso ai dati da parte di una platea più ampia di risorse aziendali, che possono valorizzarli nei processi operativi. Un'opportunità per gli attori per integrare e gestire in modo efficiente e tempestivo i dati da valutare e rivalutare in modo dinamico nella gestione del credito, con una visione allargata dei processi, dall'interazione con i clienti alle interdipendenze con back-end ed ecosistema. Conciliare ampiezza e profondità di copertura è cruciale per il rinnovamento dei sistemi. Le nuove tecnologie devono sfociare in soluzioni estese e modulari, basate su architetture moderne.

FIGURA 2

I driver di trasformazione tecnologica delle piattaforme di credito al consumo



Fonte: IDC, 2021

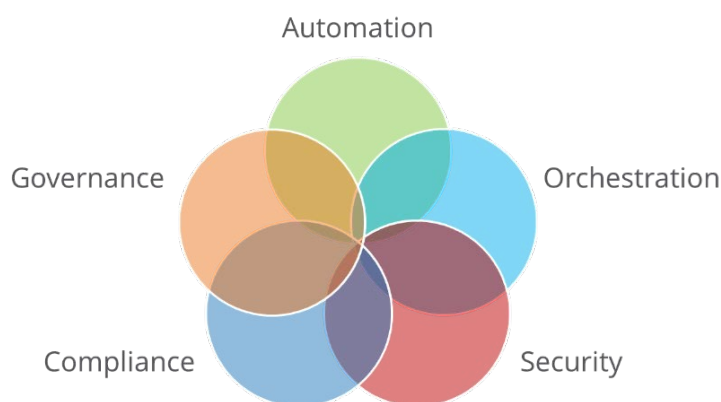
Secondo le indagini IDC, le aziende finanziarie in Europa considerano l'innovazione open e cloud-native uno dei tre requisiti principali per innovare le proprie infrastrutture e architetture digitali. Come mostra la Figura 2, questi e altri principi agiscono da driver tecnologici:

- API per l'integrazione con sistemi e terze parti dell'ecosistema (dall'autenticazione dei clienti alla raccolta di informazioni creditizie, ai punti di interazione multicanale);
- linguaggi di programmazione moderni per lo sviluppo di applicazioni e software;
- modelli di sviluppo DevOps, utilizzando i microservizi e i container, per accelerare il time to market e le logiche di modernizzazione cloud-native;
- il cloud come ambiente operativo, per offrire scalabilità, velocità e capacità di calcolo;
- Robotic Process Automation (RPA) ed intelligenza artificiale (AI) per abilitare l'automazione intelligente delle operation e migliorare l'efficienza;
- l'intelligenza artificiale per migliorare i processi analitici e decisionali con insights e informazioni contestuali, valorizzando i dati interni e dell'ecosistema finanziario.

Tra le aree prioritarie di investimento, il 27% delle banche europee prevede l'espansione di modelli SaaS e PaaS, a conferma della predisposizione verso l'uso di risorse in modalità servizio, scelta che travalica la dicotomia tra il "make" di una soluzione custom, e il "buy" secondo approcci tradizionali. Tuttavia, lo shift da tecnologie consolidate a nuovi strumenti è sfidante, in particolare ove prevalgono stratificazioni, interdipendenze, elevata customizzazione. Questi e altri fattori insistono sul trade-off tra mantenimento evolutivo e trasformazione radicale, tema ancora oggi dibattuto.

FIGURA 3

Le competenze più impattate dalle trasformazioni tecnologiche del credito al consumo



Fonte: IDC, 2021

La trasformazione del credito non si limita all'adozione di nuove tecnologie, ma si riflette sui processi interni, con impatti sulle competenze coinvolte (Figura 3). Sono interessate sia attitudini e skill dei processi specifici del credito, sia competenze trasversali e funzionali alle buone pratiche IT, con implicazioni su sviluppo, formazione interna e sulla ricerca di profili sul mercato.

Modernizzazione dei processi del credito: best practice e approcci

La modernizzazione dei processi del credito deve tener conto tanto dei criteri normativi stabiliti ex-lege, quanto delle strategie d'impresa del singolo istituto di credito per definire le modalità ed i tempi di tale evoluzione. In Italia il portfolio dei servizi di credito al consumo prevede varie tipologie di prodotti che poggiano su specifiche basi regolamentari che comportano differenze anche importanti nei processi e nei criteri di eleggibilità per accedere alle diverse offerte; ad esempio i prerequisiti per accedere alla Cessione del Quinto dello Stipendio (CQS) differiscono da quelli necessari per il Trattamento di Fine Servizio (TFS). Per ogni tipologia di erogazione, quindi, le tecnologie devono gestire tutti gli specifici elementi di valutazione di eleggibilità e di merito creditizio. Esistono tuttavia elementi che accomunano diverse tipologie di credito al consumo e le piattaforme devono quindi governare anche elementi trasversali in logica condivisa. Secondo IDC sono numerose le funzionalità comuni:

- interazione con i clienti: dai processi di autenticazione alle interfacce grafiche utente multicanale, agli strumenti di collaborazione che consentono agli attori della catena commerciale di interagire con la clientela
- raccolta informazioni e gestione dei workflow documentali;
- compliance per la gestione di aspetti di conformità (es. KYC);
- riconciliazione degli incassi, previsioni di cash flow e gestione dei claim;
- alert per la gestione dei clienti inadempienti.

La capacità di orchestrare funzionalità trasversali e non - ottimizzando la gestione delle informazioni relative ai clienti per migliorare customer experience ed efficienza - è un fattore distintivo delle moderne piattaforme di gestione del credito. Le esperienze osservate rivelano particolare valore nella fase di erogazione del credito dove le nuove piattaforme sono in grado di sfruttare il potenziale della data analytics, abilitando aggiustamenti tempestivi nella valutazione del finanziamento e nel monitoraggio operativo. In questo modo gli istituti di credito possono essere più attrezzati di fronte a incertezze e variabili esogene (la pandemia e l'instabilità geopolitica in Europa, ad esempio), mantenendo il processo sotto controllo con linee di azione più strutturate, definite sulla base di informazioni accurate.

La modernizzazione delle piattaforme del credito riguarda la maggior parte delle banche, ciascuna con le proprie specificità in termini di maturità e di product portfolio. Ogni organizzazione inoltre evolve nel tempo, in termini di completezza di offerta e scelte infrastrutturali. Nelle scelte implementative, un'attenzione particolare va posta alla capacità delle nuove piattaforme di integrarsi con le architetture esistenti, siano esse legacy o innovative, per mitigare le sfide legate alle stratificazioni applicative e alle disomogeneità architetturali.

In questo senso diventano ancora più determinanti i driver tecnologici osservati (Figura 2), tra cui spiccano tre fattori chiave: API, linguaggi di sviluppo, microservizi e container. Questi ultimi sono alla base del paradigma cloud-native che sta stravolgendo a ritmi incredibili le architetture applicative di tutti i settori: secondo IDC a livello globale le applicazioni cloud-native in produzione passeranno da un peso del 10% del 2020 al 70% entro il 2024.

E' significativo guardare a come questi principi vengono recepiti dalla nuova generazione di tecnologie del credito. Valorizzando queste capability, un istituto può mitigare i rischi di migrazioni monolitiche, arricchire il portfolio di offerta con nuove soluzioni, abilitare lo sviluppo di nuovi modelli di business anche grazie alle interazioni con l'ecosistema. Inoltre, grazie a microservizi e DevOps, le aziende finanziarie possono accelerare il time-to-market del rilascio di nuove funzionalità, migliorare configurazione e disponibilità delle risorse IT, e introdurre scalabilità dell'infrastruttura in base alle esigenze di business.

La visione di Quid Informatica e la piattaforma tecnologica Qinetic

Quid Informatica è un attore italiano affermato nel panorama delle soluzioni tecnologiche per il settore finanziario. L'azienda ha impresso negli ultimi anni un'accelerazione strategica che punta a rafforzare il proprio ruolo nell'ecosistema attraverso investimenti in asset, capability di sviluppo, innovazione dell'offerta e del modello di go-to-market. Punta di diamante dell'offerta tecnologica è la piattaforma Qinetic per la gestione dei processi del credito retail, una proposizione che valorizza le conoscenze di processo maturate nella storia trentennale di rapporti con il settore e le capacità di sviluppo e ingegnerizzazione presenti nella sua Software Factory.

Qinetic: caratteristiche tecnologico-funzionali

Dal punto di vista dell'approccio alla gestione dei processi retail, Qinetic offre una copertura funzionale dell'intero ciclo di credito al consumo. Un approccio completo, end-to-end dalle fasi di origination al post-vendita, che si interseca con altre dimensioni rilevanti:

- la capacità di indirizzare e gestire le peculiarità del front-end (multi-attore, multi-rete, multi-canale, multi-device);
- la copertura delle logiche back-end: processi amministrativi, contabili, regolamentari, sistemi di pagamento;
- l'integrazione con terze parti e attori dell'ecosistema (dai credit bureau ai trust provider per firma digitale e autenticazione, all'antiriciclaggio) grazie a un layer dedicato.

La piattaforma offre l'integrazione tra i moduli verticali delle singole famiglie di prodotto e un framework di base che governa funzionalità legate ai processi trasversali, ivi incluso il governo del processo del credito con il modulo per la scrittura e gestione delle regole decisionali e di rischio. Il sistema è parametrico e consente di adattarsi facilmente a evoluzioni normative, di mercato e a processi di localizzazione.

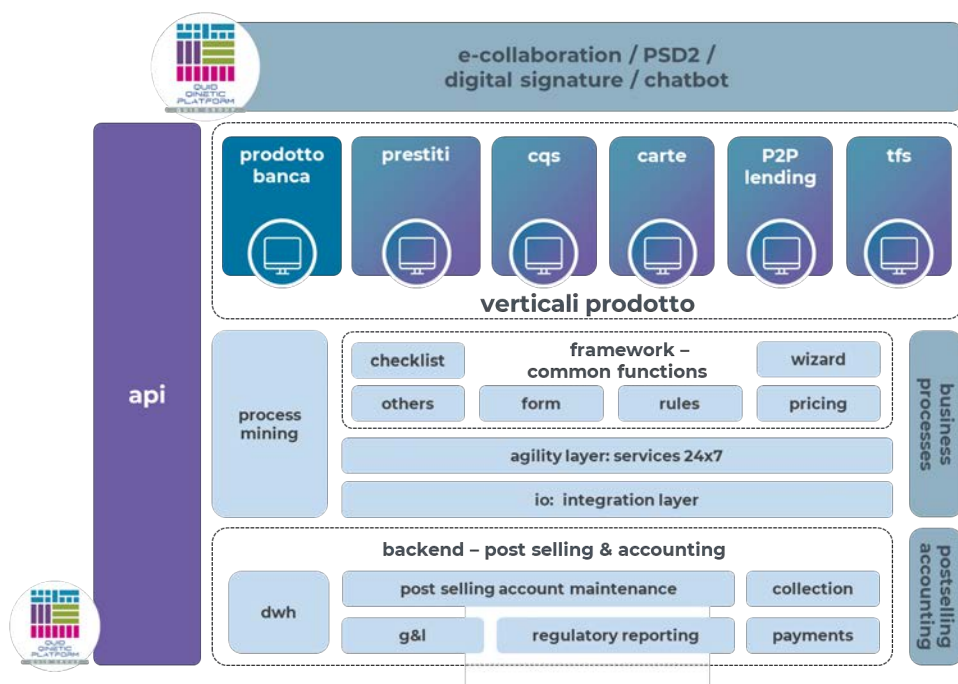
La piattaforma ha un'architettura cloud-native, basata su microservizi e container (Kubernetes), moderni principi architetturali che abilitano elasticità e configurabilità della soluzione. Dal punto di vista degli ambienti di deployment, la soluzione è fruibile sia on-premise che in cloud (IBM, Microsoft, AWS, Google), passando per infrastrutture private. In tal modo si supporta la clientela nelle sue diverse fasi di sviluppo tecnologico.

In particolare, la disponibilità nel catalogo IBM Cloud rientra in un accordo di partnership che consente a Qinetic di valorizzare il framework di compliance, sicurezza e gestione offerto da IBM Cloud for Financial Services, disegnato in aderenza alle normative nazionali ed europee di settore.

I principi open banking sono interiorizzati grazie a una pluralità di API che garantiscono l'integrabilità attiva con gli attori dell'ecosistema rilevanti per la gestione dei processi del credito (dai principali credit bureau ai provider per autenticazione digitale SPID, allo standard Gianos per l'antiriciclaggio), oltre che la predisposizione per evoluzioni future in chiave API economy.

La Figura seguente mostra la struttura e i nuclei tecnologico-funzionali della piattaforma Qinetic.

FIGURA 4
La piattaforma QinetiC



Fonte: Quid, 2022

Il carattere modulare dell'architettura rende QinetiC una soluzione candidabile per diversi contesti organizzativi, dalle start-up alle realtà consolidate. Le nuove realtà possono iniziare ad attivare le componenti core per offrire i prodotti base, mentre gli istituti consolidati possono adottare approcci incrementali per processi di modernizzazione e migrazione complessi.

Elemento distintivo della soluzione è la capacità di coniugare standardizzazione e personalizzazione. In QinetiC sono preconfigurati alcuni processi tipo per i principali prodotti, disegnati sulla base delle esperienze e ispirati alle best-practice di mercato, ma è possibile adeguare i processi standard della piattaforma alle specifiche esigenze di business mediante parametrizzazione del sistema. Ad esempio, per il riconoscimento del cliente, oltre alle modalità già previste (tradizionale in agenzia, SPID, carta d'identità elettronica, riconoscimento facciale) è possibile personalizzare i processi, modificare la collocazione temporale lungo il workflow e integrare sistemi di autenticazione o di firma digitale previsti in altre legislazioni. Nel caso dei processi trasversali, il sistema offre un modulo per la gestione contabile, piuttosto che l'integrazione con i sistemi di contabilità generale già presenti, grazie alle caratteristiche di:

- Integrabilità: il back-end, con i suoi microsistemi, è aperto ad integrazioni con altri strumenti operativi presenti presso il cliente (come ad esempio i tool di BPM - Business Process Management - anche se QinetiC è dotato di funzionalità native complete);
- Disponibilità: la soluzione si presta a operare in contesti 24/7 ovvero essere disponibile per altri processi e soluzioni se richiesto, superando le logiche batch (ad esempio per la contabilizzazione delle liquidazioni) che non sono più attuali in un mondo ormai *real-time*.

In linea con i principi adottati per il disegno dell'architettura, il modello di delivery previsto per QinetiC valorizza approcci Agile e DevOps per condurre i clienti lungo le complesse fasi progettuali. In una logica di *continuous delivery*, Quid procede lungo le roadmap dei progetti in modo progressivo ed efficiente, governando i rilasci e minimizzando gli impatti su risorse, competenze, operatività dei clienti.

Sfide

Il settore in Italia ed Europa continuerà a offrire opportunità per i player tecnologici in grado di intercettare le frontiere dell'innovazione e i bisogni di banche e istituti di credito, e soddisfare le aspettative dei consumatori. Quid e gli attori dell'innovazione devono anzitutto interpretare il ruolo da giocare di fronte alle disruption, quali:

- confini di settore sempre più fluidi: nuovi protagonisti di altri settori entrano in scena, incorporando elementi finanziari nei modelli di business digitali - *embedded finance*;
- clienti alla ricerca di velocità e semplicità: si pensi al "buy now, pay later" che abilita finanziamenti istantanei al momento del pagamento. IDC stima che entro il 2023 il 65% dei consumatori mondiali avrà un'esperienza di *instant finance*.

Per Quid, rafforzare e affermare la propria forza sul mercato significa misurarsi con alcune sfide:

- l'ecosistema finanziario è articolato: all'assenza di vincoli di fintech e start-up si contrappongono le stratificazioni consolidate, in cui la forza di piattaforme come QinetiC si misura con soluzioni ed architetture legacy, interdipendenze, complessità dei processi;
- la crescita di risorse, competenze e processi interni sarà un ulteriore fattore di trasformazione per passare a un modello di platform player, adeguando organizzazione e capacità di delivery rispetto ad ambizioni e sfide;
- sarà inoltre necessario proseguire con le iniziative già in corso nell'ecosistema, allargando gli accordi con terze parti a livello nazionale - e in prospettiva internazionale - per nuovi assetti di alleanze e partnership;
- il coinvolgimento dei vari CxOs nella trasformazione digitale dei processi del credito è determinante. In questo senso sarà opportuno proseguire nel dialogo con tutti gli interlocutori rilevanti in termini decisionali e di influenza, orchestrando la cosiddetta "C-Suite".

Conclusioni

I processi del credito retail sono continuamente sollecitati da esigenze di trasformazione e dalle sfide lanciate dalla società in mutamento. I clienti sono più esigenti, cercano soluzioni per i propri bisogni di vita e di consumo, vogliono accedere a soluzioni in modalità multicanale, si aspettano nuovi standard di servizio e risposte rapide.

Cadono i tradizionali confini di settore, e anche gli ambienti IT escono dalla visione classica per estendersi al cloud, come ambiente infrastrutturale che accoglie le migrazioni dai sistemi legacy, ma anche come paradigma alla base dello sviluppo e dell'evoluzione applicativa.

Le moderne tecnologie di gestione dei processi del credito permettono agli istituti di attrezzarsi con una visione a carattere sistemico, in grado di convogliare dati e informazioni *multi-source* per una gestione avanzata, accurata e tempestiva del rischio, ed una risposta rapida alle richieste di finanziamento e di gestione del rapporto. Le soluzioni proposte dovranno bilanciare il loro carattere innovativo con l'esigenza di rispondere ai requisiti normativi, e supportare approcci modulari per consentire agli attori di mercato di far evolvere la propria offerta di servizi, in maniera efficiente e graduale e con un continuo allineamento alle strategie tecnologiche e digitali, che dovranno viaggiare di pari passo alle direzioni strategiche.

MESSAGGIO DELLO SPONSOR

Quid sta percorrendo una strategia industriale di successo, basata sulle applicazioni realizzate per la gestione dei crediti con un forte accento tecnologico. Grazie alla conoscenza del mercato e delle sue evoluzioni, Quid è in grado di anticipare le esigenze dei propri clienti e si distingue sul mercato per gli importanti investimenti sulla piattaforma Qinetic. Nello sviluppo del software Quid segue linee guida che sono riferite alle funzioni prodotte ed alla gestione progettuale. Il primo aspetto è caratterizzato dall'adozione integrale dell'approccio full remote via mobile device e dalla completa gestione di reti di vendita esterne. Nella seconda i progetti sono rapidi e flessibili poiché l'architettura applicativa consente sviluppi mirati ai soli moduli d'interesse e permette di integrare tutte le applicazioni sia custom che di terze parti. I clienti che utilizzano Qinetic possono testimoniare il contenimento di tempi e risorse necessari per installazione, integrazione e personalizzazione e i benefici che si estendono ai costi di esercizio, grazie anche all'installazione in cloud. <https://www.quid.eu/mercati/qinetic-platform/>

About the Analysts

[Maria Adele Di Comite](#), Research Director, IDC Financial Insights



E' responsabile del programma IDC Financial Insights Worldwide Corporate Banking Digital Transformation Strategies. Ha un'esperienza consolidata nel mondo dei financial services, dell'evoluzione regolamentare e della cybersecurity. Aiuta i protagonisti ICT e le istituzioni finanziarie ad identificare le opportunità, a indirizzare i rischi, e a valutare le innovazioni tecnologiche e i nuovi modelli di business del mutevole scenario competitivo e dell'ecosistema finanziario.

[Fabio Rizzotto](#), Vice President, Head of Research and Consulting, IDC Italy



Gestisce la divisione Research and Consulting in IDC Italia. Coordina progetti e servizi di supporto alle strategie di protagonisti ICT e aziende. Contribuisce all'ideazione di eventi, interviene come speaker e moderatore a Conferenze IDC e a iniziative di operatori del settore ICT e di aziende end-user. Scrive per i principali canali e media di comunicazione

Chi è IDC

Fondata nel 1964, International Data Corporation (IDC) è la prima società mondiale specializzata in market intelligence, servizi di advisory e organizzazione di eventi nell'ambito digitale e ICT. Oltre 1.100 analisti a copertura di 110 Paesi del mondo mettono a disposizione a livello globale, regionale e locale la loro esperienza e capacità per assistere il mercato della domanda e dell'offerta nella definizione delle proprie strategie tecnologiche e di business a supporto della competitività e crescita aziendale. IDC fa parte di International Data Group (IDG), gruppo leader a livello mondiale nel settore dei media, dei dati e dei servizi di marketing in ambito tecnologico.

IDC Italy

Viale Monza, 14
20127 Milano, Italia
+39.02.28457.1
Twitter: @IDCItaly
LinkedIn: IDC Italy
Web: idcitalia.com

Global Headquarters

140 Kendrick Street,
Building B
Needham,
MA 02494
+1.508.872.8200
www.idc.com

Copyright and Restrictions

Any IDC information or reference to IDC that is to be used in advertising, press releases, or promotional materials requires prior written approval from IDC. For permission requests contact the Custom Solutions information line at 508-988-7610 or permissions@idc.com. Translation and/or localization of this document require an additional license from IDC. For more information on IDC visit www.idc.com. For more information on IDC Custom Solutions, visit http://www.idc.com/prodserv/custom_solutions/index.jsp.

Copyright 2022 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.