

Banche: obiettivo canali accessibili

L'AgID ha dettato le nuove linee guida per l'accessibilità ai servizi digitali, che riguardano anche i settori bancario e assicurativo. Il rischio è di una sanzione pesante. Ma al di là della compliance, il tema è di forte rilevanza ESG sul fronte della inclusione

Da obbligo di legge a strategia di inclusione della clientela. Prima la Legge Stanca, poi la Direttiva Europea recepita e, infine, l'AgID, con le sue Linee guida sull'accessibilità, impone a banche e altri settori di garantire l'accessibilità ai servizi digitali, come già accade nella Pubblica Amministrazione. Pena, una sanzione che può arrivare al 5% del fatturato: e non si tratta solo di un duro colpo economico ma anche reputazionale. Eppure, in ottica ESG l'accessibilità è una strategia per aumentare l'inclusione dei clienti e compiere un balzo verso i principi della voce Social, come emerso dalla tavola rotonda organizzata da DataExpert "Accessibility

del documento digitale – tra compliance e opportunità", con la collaborazione di AziendaBanca.

«Ancor prima dell'adozione della nuova normativa sulla accessibilità (AgID, determinazione 353/2022, circolare 3 del 20 dicembre 2022, NdR), nel 2004 in Italia erano già stati regolamentati dei requisiti di accessibilità per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e delle persone con disabilità agli strumenti informatici – racconta Andrea Lisi, Presidente di ANORC. Ma ora l'accessibilità, che già ha riguardato il mondo della Pubblica Amministrazione, tocca una serie di soggetti e settori privati, rite-

nuti essenziali, che devono garantire l'accesso ai loro servizi, anche ai soggetti più fragili».

L'obbligo e la sanzione

La normativa estende l'obbligo di accessibilità ad aziende, banche e assicurazioni con un fatturato medio superiore ai 500 milioni di euro, negli ultimi 3 anni, a livello di Gruppo. «I servizi al pubblico che passano da siti web e mobile devono rispettare una serie di criteri – spiega Lisi. E chi non si adegua può incorrere in una sanzione fino al 5% del fatturato: per capirne l'impatto, sono valori più alti di quelli previsti dal GDPR».

La tavola rotonda organizzata da DataExpert, "Accessibility del documento digitale – tra compliance e opportunità", con la collaborazione di AziendaBanca



L'accessibilità da contratto

L'obbligo di garantire l'accessibilità vale anche per tutti i provider tecnologici, e non solo, che dovranno adeguare le loro piattaforme e le soluzioni per rispettare le medesime linee guida. Tanto che già dal 5 novembre 2022, tutti i contratti con i fornitori devono essere allineati con questi principi. Altrimenti c'è il rischio di incorrere nella nullità del contratto.

La spinta parte dal management

Molte banche italiane hanno già messo a terra dei progetti per garantire l'accesso ai servizi bancari anche ai clienti con disabilità. Banca Popolare di Sondrio, ad esempio, invia estratti conto in Braille dagli anni '90 e nel 2000 hanno preso piede alcune iniziative digital, tra cui SCRIGNO-facile, dedicato ai clienti con disabilità.

«Da sempre valutiamo con attenzione le necessità del cliente – afferma Francesco D'Arrico, System Administrator di Banca Popolare di Sondrio. Vantiamo un'anima internazionale, grazie alla controllata svizzera Banca Popolare di Sondrio (SUISSE), ma ciò che ci contraddistingue da sempre è il forte radicamento ai nostri territori di riferimento che ci rende particolarmente vicini alle esigenze della

clientela, composta da famiglie e imprese. La spinta a rendere i servizi bancari accessibili proviene dal management e, con il recepimento delle nuove normative, abbiamo già delineato un progetto per migliorarne la fruibilità anche da parte dei clienti diversamente abili».

Team interno e consulenza per l'accessibilità

Usabilità e accessibilità sono due concetti strettamente legati nel progetto di Banca Popolare di Sondrio. «Con la pandemia ci siamo resi conto che i servizi digitali non devono essere solo disponibili, ma anche accessibili – commenta Danilo Fanchi, UX Designer di Banca Popolare di Sondrio. Ci siamo mossi quindi creando un team interno e affidandoci a un consulente per trovare la soluzione adeguata per realizzare il progetto. Ora gestiamo l'usabilità e l'accessibilità dei servizi "by design" in modo più veloce ed efficiente. Già in fase di valutazione, inoltre, abbiamo attuato dei piani di remediation per garantire l'accessibilità alla clientela».

Le verifiche semi-automatiche

Il piano operativo della banca parte dall'identificare le priorità di intervento in tema di accessibilità e dotarsi di un sistema capace di valutare in modo semi-automatico gli adeguamenti, per definire le linee guida di progettazione e sviluppo. «Bonifici ed estratto conto sono le funzionalità più ricercate dai clienti e, quindi, siamo partiti da queste voci per ridefinire la nostra comunicazione e creare una brand identity comune – continua Fanchi. I sistemi di valutazione semi-automatica, inoltre, ci permettono di capire quali progressi abbiamo fatto, grazie alla definizione di KPI specifici».

Arrivare primi al traguardo

La normativa alza l'asticella anche per le banche digitali: avere siti responsive non

è più sufficiente. La sfida è riuscire ad arrivare velocemente al traguardo e conquistarsi la fiducia dei clienti grazie a un migliore user experience nell'accessibilità. «Chi arriverà per primo a offrire realmente servizi accessibili a tutti conquisterà un enorme vantaggio nella customer experience – afferma Giuseppe Conte, Responsabile Customer Experience e PMO della roadmap per l'accessibilità di Banca Widiba – perché l'accessibilità non è solo un tema legato all'universo ESG, ma può avere impatti anche sulla brand reputation della banca».

Accessibilità e customer experience

Rendere accessibili le oltre 150 funzionalità presenti nell'internet banking della banca è un lavoro complesso e oneroso. Ma la fase di test sull'accessibilità ha preso il via e si valuta la customer experience offerta. «Vogliamo esplorare anche nuovi modi per rendere accessibili i nostri servizi – prosegue Conte –, facendo leva sui nuovi device connessi».

Si parte dai siti web e dalle app

C'è una strategia anche dietro gli interventi di adeguamento previsti da Banco BPM. Il gruppo ha infatti già costituito un team interfunzionale, dove coesistono figure del business, dello sviluppo, della compliance, di HR e della comunicazione. Il loro compito è stato definire in modo concreto le aree su cui intervenire. «Siamo partiti da un'analisi della accessibilità delle parti pubbliche dei nostri siti – chiarisce Stefano Cioffi, Responsabile Servizi Digitali e Open Banking di Banco BPM – e, mese dopo mese, siamo arrivati alla valutazione delle sezioni private, web e app, da integrare nel piano di sviluppo».

Anche formazione per diffondere una nuova cultura

Il team ha anche seguito delle giornate di formazione per focalizzarsi meglio



ESPERIENZE - DataExpert

sull'accessibilità e conoscerne alcuni principi (frasi brevi, nessun alt stringato che confonda il cliente, etc.) e i progetti coinvolgono anche in prima persona clienti con disabilità. «Possono offrirci un feedback concreto sulla user experience – osserva Cioffi. L'accessibilità rientra d'altronde all'interno di un progetto onnicomprensivo sulla eliminazione delle barriere culturali, fisiche e tecnologiche».



Documenti accessibili...

Il lavoro più importante riguarda l'accessibilità dei documenti: bisogna estrapolare le giuste informazioni da riportare all'interno di PDF accessibili (PDF/UA), seguendo SLA stringenti, in particolare sui dati da rendere fruibili all'interno degli estratto conto. Un'attività che si sviluppa fianco a fianco con il rinnovo dei principali touch point: ovvero sito e app. «Al progetto partecipano l'area governance, IT e la divisione D&I e l'anno prossimo – annuncia Tiziana Scarantino, Coordinatore attività di Intesa Sanpaolo – saranno resi accessibili anche tutti i siti interni del Gruppo».

... e potenzialità dell'AI

Da circa 20 anni Intesa Sanpaolo crea PDF leggibili per i non udenti e ora è in corso un assessment per capire se è già allineata alla normativa. «Dalle prime verifiche ci siamo resi conto che i PDF/UA sono molto pensanti e occupano anche molto spazio in archivio – evidenzia Scarantino –, ma un file accessibile potrebbe anche prestarsi all'uso dell'AI, per condurre nuove analisi evolute sui dati che abbiamo già sulla clientela, come ad esempio le transazioni, e accelerare la strategia di digitalizzazione della banca».

Superare le barriere digitali

Le banche hanno quindi bisogno di trovare i documenti da rendere accessibili, identificare i contenuti e organizzarli. E i vendor rispondono a queste necessità

accompagnando in fase di test gli istituti di credito, andando a valutare l'accessibilità dei documenti e delle piattaforme. «Anche nel digitale esistono delle barriere per chi ha delle disabilità visive, uditive o cognitive ed è quindi un tema sociale in primis, oltre che di compliance – afferma Luigi Ferrara, Responsabile Area documentale di DataExpert. Grazie alla partnership con Crawford Technologies possiamo rendere accessibili grandi quantità di documenti, in particolare quelli di tipo transazionale, che possono essere adeguati in poco tempo e resi sempre accessibili».

«L'accessibility è una frontiera dell'innovazione – racconta Alberto Redigolo, Sales & Marketing Director di DataExpert – e in ottica ESG è un'opportunità: offrire piattaforme digitali accessibili, infatti, permetterà a banche e assicurazioni di compiere un balzo verso i principi di inclusione sociale».

La tecnologia e una nuova comunicazione

I PDF accessibili, infatti, sfruttano l'intelligenza artificiale per aumentare l'accessibilità al documento e presentano tag che possono essere interpretati da comuni screen reader. I documenti diventano così audio, o video, facilmente fruibili. «Le comunicazioni tra banca e cliente devono essere sempre disponibili e offrono anche una adeguata user experience – precisa Scott Baker,

Vicepresidente Esecutivo di Crawford Technologies. Alla base, c'è l'uso della tecnologia e dell'automazione ma, in ottica strategica, vanno anche ottimizzati i contenuti delle comunicazioni alla clientela, così da valorizzare la relazione».

Verso l'accessibilità by design

L'accessibilità si struttura come un percorso di crescita, di presidio organizzativo e di governance da parte della banca, e anche nei confronti dell'outsourcer, come abbiamo detto. «Ma ci aspettiamo che l'accessibilità, come la privacy, entrerà nei servizi bancari by design – dichiara Roberto Cao, Senior lead IT Regulatory and Governance di Accenture Fast – e richiederà alle banche di creare delle funzioni di presidio che gestiscano anche questo aspetto».

Muoversi con flessibilità

Le banche hanno infine bisogno di raggiungere l'accessibilità strutturando dei percorsi flessibili. «Parliamo con la funzione compliance, con il marketing e l'IT per mappare l'accessibilità di siti web e applicativi – conclude Alessio Lupo, Head of Consulting di Accessiway –, sistemando l'esistente e diffondendo in aziende le logiche di sviluppo software per piattaforme sempre più inclusive, accessibili by design e capaci di massimizzare i risultati».

G.C.