

L'intelligenza artificiale nelle banche vale già 31 miliardi di dollari

2026-05-19 10:00:34 di Gabriele Di Matteo

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/05/19/intelligenza-artificiale-banche-vale-31-miliardi-dollari/>

L'Italia vanta la banca più antica al mondo, Monte dei Paschi di Siena, fondata nel 1472: 20 anni prima della scoperta dell'America, destinata a diventare il primo mercato finanziario al mondo. Innestare agenti di **intelligenza artificiale** in un mercato così stratificato, a tratti vetusto, può quindi nascondere gli stessi rischi dell'apertura di un sarcofago senza l'intervento di specialisti adeguati. Eppure, quell'esoscheletro rappresentato dall'IA e la sua promessa di accelerare di dieci volte ogni tipo di business non possono restare fuori dagli istituti di credito. Anche per questo gli investimenti corrono veloci nell'incrocio tra banche e tecnologia. Lo dimostrano i numeri proposti al **Banking Day** organizzato da Accenture nei teatri di Sky Italia. "Gli investimenti per integrare l'IA con formule olistiche nel settore delle banche ammontano a 31 miliardi di dollari a livello globale e sono destinati a crescere", ha detto **Teodoro Lio**, amministratore delegato Accenture Italia. "Eppure, le banche hanno difficoltà a integrare su larga scala questa nuova modalità agentic. Se l'80% dei leader considera l'IA fondamentale per la crescita, solo il 30% si sente pronto a integrarla su larga scala".

L'Europa, vaso di coccio tra i vasi di ferro

Ma quale ruolo spetta all'Europa in ambito IA, visto che i giganti del settore operano negli Stati Uniti e in Cina? "Se vogliamo essere al tavolo e non nel menu, noi europei dobbiamo creare subito fondi destinati all'IA. In questa urgente scommessa, il settore finanziario, insieme ai governi, può darci una grossa spinta", ha avvertito **Lorenzo Bini Smaghi**, economista e presidente di Société Générale, che ha appena mandato in libreria il nuovo volume *Da soli. Gli europei alla prova di Trump nelle sfide dell'economia globale*, Rizzoli Editore. Schiacciata tra vasi di ferro come Stati Uniti e Cina, l'Europa rischia di essere vaso di coccio, perdendo una grande occasione e rischiando di concentrarsi solo su temi regolatori. "Bene la nascita del modello francese Mistral, che va sostenuto in maniera corale, ma una rondine non fa primavera e se ogni stato membro fa scelte disomogenee rispetto alle piattaforme da adottare. Lo scenario è preoccupante", ha concluso Bini Smaghi. Altro motivo di allarme: nell'agenda europea la voce IA compare solo sotto il capitolo regolamentare: non c'è traccia di un piano di sviluppo.

Un'alleanza tra generazioni

Oggi occorre una spinta per superare dogmi legati al passato delle banche. Dario Amodei, fondatore di Anthropic, sostiene che l'IA è ancora nella fase adolescenziale. "È un adolescente che cresce a tappe record", ha detto Lio. "Nei primi due anni e mezzo dal lancio, ChatGPT ha raggiunto il 10% della popolazione mondiale. Internet aveva avuto bisogno di 13 anni per raggiungere la stessa platea. Già oggi le aziende più avanzate portano a casa dei benefici importanti. Certo, non è facile: per usarla a livello aziendale bisogna reinventarsi, cioè mettere in campo la tecnologia in tutti i processi e migliorare le competenze professionali". Quali specialisti occorrono? "Noi puntiamo sui giovani, che sono AI-native e hanno la capacità di usare al meglio le piattaforme presenti sul mercato anche in ambito business. La formula consiste nel **combinare l'esperienza dei manager senior con la creatività dei giovani** nell'impiego della tecnologia", ha concluso Lio.

Il fattore umano

Sul ruolo essenziale degli umani in questo processo di reinvenzione ha insistito **Paola Pietrafesa**, ceo di Allianz Bank: “Non vedrete mai nei nostri uffici un consulente chatbot dare consigli ai clienti. Qui privilegiamo gli esseri umani pronti a stringervi la mano e a indicarvi le migliori strategie per proteggere i vostri risparmi. Con le turbolenze dovute alle guerre, un chatbot può suggerire di vendere al più presto. Mentre un consulente umano, che ha una visione più ampia della scena economica, potrebbe consigliare di attendere, stare alla finestra per non bruciare i guadagni finora accumulati”. Lo sforzo che compiono le banche per integrare agenti IA è impegnativo. A fronte di quali benefici reali? “L’avvento dell’IA nel settore bancario porterà, nell’arco di tre anni, fino a otto miliardi di valore addizionale, pari al 20% dell’utile netto integrato”, ha stimato **Paolo Ceschi**, responsabile financial services di Accenture Italia. “La nostra formula privilegia in ruolo umano: human in the lead, non human in the loop”.

Le mille facce dell’IA

Edoardo Ginevra, a nome di Bpm, ha raccontato l’esperienza della banca in questa trasformazione: “Abbiamo attivato 40 use case e siamo a metà di questo percorso. Nel merito del lavoro, l’ingresso dell’IA cambia tutto: dall’approccio verso il cliente alla gestione dei costi che, per ora, consideriamo il compito più importante, perché questa voce investe tutti i processi dell’intero funzionamento di una banca”. **Roberto Parazzini** di Deutsche Bank ha aggiunto che per chi ha “sedi in tutto il mondo, l’IA è diventata una leva indispensabile per governare questa complessità. Le regole in vigore a Milano sono diverse da quelle di Singapore o Bangkok, quindi l’IA ci aiuta a omogenizzare questi processi”. I clienti di Zurich Bank, ha riferito il dg **Silvio Ruggiu**, chiedono sempre più di gestire il conto da casa, dai luoghi di vacanza, dall’estero. “In questo senso, l’integrazione dell’IA nelle app offre un aiuto fondamentale”. Il tema riguarda anche una banca giovane, diffusa e totalmente digitale come Revolut. “Abbiamo puntato sulla massima personalizzazione della banca”, ha raccontato il general manager **Nicola Vicino**. “Un recente esempio è quello di un cliente che ha creato una carta virtuale per gestire il suo budget-aperitivi mensile ,fissato a 200 euro. Ogni volta che deve pagare il conto delle happy hour usa quella carta gialla per tenere sotto controllo la spesa”.