

COMUNICATO STAMPA

Banche: il 40% dei clienti va in banca dal web

Cresce l'esigenza di multicanalità da parte della clientela. Le banche mantengono la prossimità al territorio in un quadro di ricerca di maggiore efficienza.

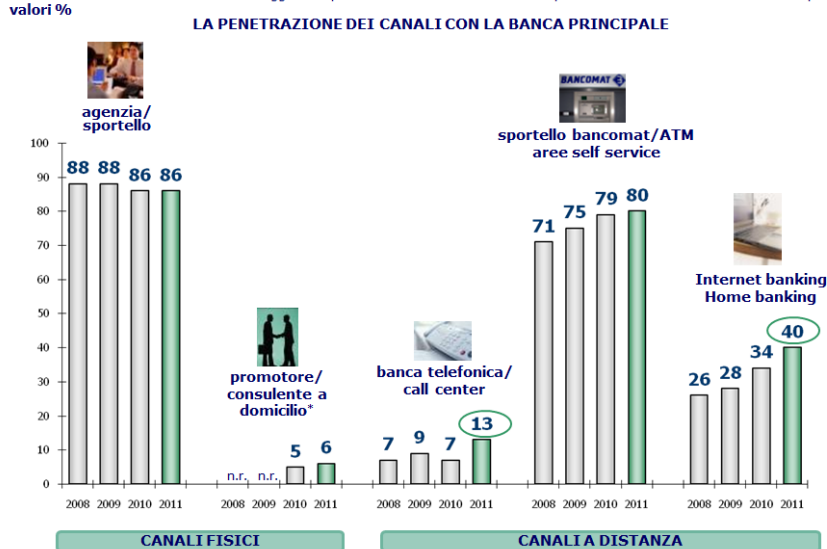
Al convegno Abi Dimensione Cliente presentata l'Agenda digitale del settore bancario.

Clients più interattivi e coinvolti nei processi di relazione con le banche. Sempre maggiore è il ricorso agli strumenti che consentono una gestione a distanza delle proprie esigenze bancarie e finanziarie, con un sensibile incremento dell'uso della banca sia online sia telefonica: a fine 2011, dei circa 30 milioni di clienti, il 40% dichiarava di utilizzare Internet Banking e il 13% un servizio di banca telefonica.

È quanto emerge dall'indagine Abi sull'Internet banking, realizzata in collaborazione con GfK Eurisko, e presentata a Roma nel corso del convegno Abi Dimensione Cliente, i cui lavori si concludono oggi. Secondo lo studio, sono 12 milioni i clienti che usano Internet con intensità, a conferma del notevole trend di crescita negli anni (dal 12% del 2005, al 34% del 2010, al 40% del 2011). Di questi il 10% usa solo Internet; il 60% dei giovani non si avvale degli sportelli per le proprie operazioni correnti. Significativa anche la velocità della crescita d'uso della banca telefonica presso il pubblico (dal 7% del 2010 al 13% del 2011). Infine, per accompagnare la forte diffusione che gli smartphone stanno avendo sul mercato, si rafforzano gli investimenti delle banche anche in questa direzione per creare un nuovo veicolo di relazione con la clientela che si aggiunge all'insieme di canali già disponibili.

Trend di uso dei canali distributivi

*Parliamo ora dei canali attraverso cui lei, nel corso dell'ultimo anno, è entrato in contatto con la sua banca principale. Per ciascuno dei canali che le leggerò mi potrebbe indicare se lo ha utilizzato per entrare in contatto con la sua banca principale"



* I dati del 2008/2009 non sono comparabili perché l'item era stato modificato (ovvero si faceva riferimento al "promotore/consulente")

○ Variazioni statisticamente significative rispetto al 2010

Il cliente multicanale

I tre quarti dei clienti accedono alla banca avvalendosi di più canali: l'abitudine alla commistione di canali fisici e a distanza rappresenta ormai un fenomeno che si va consolidando. Coerentemente con l'aspirazione a una sempre maggior utilità e vantaggio nella relazione con la propria banca, la maggioranza dei clienti ha imparato ad utilizzare i canali a seconda delle diverse necessità. Dal 2005 si verifica una graduale riduzione della frequenza di visita allo sportello per le operazioni di routine: secondo le dichiarazioni dei clienti, oggi si stima una media di 1,4 visite al mese all'agenzia (erano 1,9 nel 2005).

L'aumento dei contatti a distanza con la banca on line e la minore frequentazione dello sportello, uniti ad atteggiamenti quali la maggiore propensione allo *shopping around* (circa un quarto dei clienti raccoglie informazioni, al di fuori della propria banca, sui prodotti finanziari), sono segnali di un approccio sempre più proattivo da parte della clientela nei confronti delle offerte bancarie.

La digitalizzazione dei servizi finanziari

Un sempre più moderno utilizzo della banca sarà reso possibile anche dalla crescente diffusione dei comportamenti digitali fra i cittadini. Per accelerare tale processo di modernizzazione, l'Abi ha messo a punto l'Agenda Digitale del settore bancario che prevede, fra l'altro, iniziative di "educazione digitale" e azioni volte a favorire l'uso delle nuove tecnologie, in cui il settore crede fortemente. Negli ultimi 5 anni le banche hanno investito oltre 20 miliardi di euro per la dematerializzazione dei processi, l'introduzione di nuove tecnologie in filiale e la creazione di nuovi canali di relazione con la clientela. L'Agenda Digitale del settore bancario costituisce un piano di iniziative di tipo cooperativo volte a rimuovere i vincoli normativi, comportamentali e tecnologici che costituiscono un freno alla digitalizzazione dei servizi finanziari e rappresenta il contributo dell'industria bancaria al programma di digitalizzazione del Paese.

Roma, 12 aprile 2012

A cura dell'Ufficio Rapporti con la Stampa ABI. Per ulteriori informazioni

Ildegarda Ferraro – Responsabile Ufficio Rapporti con la Stampa ABI

Tel. 066767596 - 066767411

salastampa@abi.it – i.ferraro@abi.it

Sara Aguzzoni – Ufficio Rapporti con la Stampa ABI

Tel. 066767496

s.aguzzoni@abi.it