



**LE NUOVE
ESIGENZE
DEI CLIENTI**

Per far crescere il grado di soddisfazione, gli utenti chiedono gestione semplice e intuitiva del conto corrente e delle operazioni

ANALISI **NOMISMA-CRIF**: IL MOBILE BANKING DA SMARTPHONE È LA MODALITÀ DI ACCESSO PRIVILEGIATA DAL 68% DEGLI ITALIANI. GLI OVER 55 PREFERISCONO IL PC

di **Franca Ferri**

FILIALE ADDIO, LA BANCA ONLINE CONVINCHE TUTTI

SEMPRE MENO sportello fisico, sempre più banca digitalizzata: il trend, iniziato prima della pandemia, ha ormai fatto breccia nelle abitudini degli italiani, come conferma l'Osservatorio Hybrid Lifestyle di **Nomisma** in collaborazione con **CRIF**, la Centrale Rischi di Intermediazione Finanziaria. In Italia ci sono circa 47,7 milioni di correntisti (fonte: Banca d'Italia), e più della metà ha rapporti con un unico istituto di credito (66%). Rispetto al 2019, nel 2021 il 45% dei correntisti ha diminuito o cessato il rapporto fisico con la filiale a favore di mobile e home banking: scomponendo per età, si trova che ad essere più propensi a utilizzare lo strumento digitale sono state le fasce più giovani: 18-29 (50%) e 30-44 (47%). Il mobile banking da smartphone è la modalità di accesso privilegiata dal 68% degli italiani rispetto agli altri canali di contatto con l'istituto di credito; un fenomeno che interessa maggiormente gli uomini (70% vs 66% donne) e i più giovani (74% tra i 18 e i 29 anni, 73% tra i 30 e i 44 anni). Il 56% degli italiani preferisce l'uso dell'home banking (da pc) rispetto agli altri canali: si tratta in particolare della fascia d'età 55-65 anni, che hanno saputo trasformare una necessità in una opportunità di maggiore comodità e semplicità d'uso.

Negli ultimi due anni, è cambiata in meglio anche l'esperienza d'uso dei servizi bancari digitalizzati. Per il 64% è migliorata la fruizione, una percentuale di soddisfazione che sale al 68% tra coloro che hanno rapporti con più di un istituto. Complice la pandemia, per un utente su tre l'esperienza digitale è diventata un elemento fondante della relazione con la banca: viene ritenuto un fattore positivo in grado di rafforzare il livello di fiducia con il proprio istituto di credito, soprattutto tra coloro che

hanno rapporti con più banche. Le nuove esigenze dei clienti, sempre più esigenti e smart, e la trasformazione digitale rappresentano quindi una sfida per le banche - fa notare l'indagine **Nomisma/CRIF** - ma è anche un grande opportunità per far crescere la loyalty e quindi una relazione di lungo periodo.

Cosa chiedono i clienti ai propri istituti di credito in termini di digitalizzazione, per essere più soddisfatti? Innanzitutto una gestione semplice e intuitiva del conto corrente e delle operazioni. A richiederlo sono principalmente le donne (70% vs 62% uomini) e la fascia d'età dei meno giovani (55-65 anni 78% vs 18-29 anni 59%) che hanno approcciato la trasformazione digitale come "non nativi". Una gestione del conto intuitiva deriva da una interfaccia web altrettanto semplice, richiesta dal 40% degli italiani, ma anche sicura (38%).

È importante anche avere una visione complessiva del patrimonio, per poterne tenere agilmente sempre sotto controllo (34% scelta a risposta multipla), elemento riconosciuto particolarmente di valore dalla fascia d'età 30-44 (41%). Nella stessa area di interesse rientrano quei servizi in grado di facilitare la gestione dell'economia familiare, come l'analisi delle spese, con la categorizzazione per tipologia merceologica, grafici di trend (27%) - 36% per i più giovani tra i 18 e i 29 anni - e la possibilità di collegare i conti correnti posseduti presso altri istituti, per visualizzare il patrimonio totale (26%). Esigenze lato domanda che trovano sempre più un riscontro nell'offerta di alcuni istituti di credito che danno un servizio di aggregazione di conti con un livello di sicurezza elevato, nel pieno rispetto degli standard previsti dalla direttiva europea PSD2 in ambito open banking.

47,7

MILIONI

Sono gli italiani che hanno un conto corrente: il 66% ha rapporti con un unico istituto di credito. Rispetto al 2019, nel 2021 il 45% dei correntisti ha diminuito o cessato il rapporto fisico con la filiale a favore di mobile e home banking: scomponendo per età, si trova che ad essere più propensi a utilizzare lo strumento digitale sono state le fasce più giovani: 18-29 (50%) e 30-44 (47%).