

I Numeri del Credito

a cura della Direzione strategie e mercati finanziari dell'ABI

Marzo 2017

(in parentesi febbraio 2017)

TOTALE IMPIEGHI
variazioni % nei 12 mesi

0,4
(0,3)



TOTALE RACCOLTA
depositi e obbligazioni.
variazioni % nei 12 mesi

0,5
(-0,03)



TASSO MEDIO PRESTITI IN EURO
a famiglie e società
non finanziarie. Valori %

2,82
(2,85)



TASSO MEDIO DEPOSITI IN EURO
di famiglie e società
non finanziarie. Valori %

0,41
(0,41)



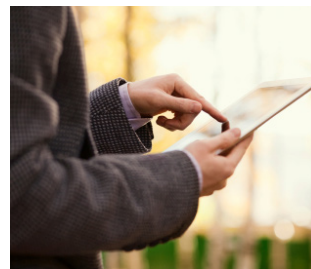
Il nuovo cliente bancario secondo l'indagine ABI-GfK

Cybernauta evoluto a prova di Concorrenza

Oltre metà della clientela che usa l'home banking e naviga in internet è sempre più proattiva, cerca nuove soluzioni tra offerte della propria banca e di altri operatori. La tendenza nei numeri presentata al convegno Dimensione Cliente 2017

E' abituato a navigare assiduamente in internet e usa il web anche per accedere ai servizi bancari, sia da pc che, sempre più spesso, da smartphone. Per il cliente bancario evoluto, che ha ormai familiarizzato con l'internet banking, la nuova frontiera è la sempre più spiccata tendenza a muoversi anche in rete con attitudine proattiva, in cerca di offerte e soluzioni migliori, sia della propria banca sia di operatori concorrenti. Tale attività, definita "shopping around", coinvolge oltre la metà (il 54%) dei clienti evoluti e si traduce, nel 62% dei casi, nell'effettivo acquisto di un prodotto finanziario.

E' la fotografia aggiornata che emerge dall'ultima indagine ABI-GfK sulle nuove tendenze dei clienti bancari che usano i canali on line per entrare in contatto con le banche e navigano con regolarità in internet. La rilevazione è stata presentata in occasione dell'edizione 2017 del convegno Dimensione Cliente, che si è tenuto



al Teatro Eliseo di Roma il 6 e 7 aprile.

L'attività di ricerca e raccolta di informazioni sui prodotti e servizi bancari e finanziari maggiormente adatti alle proprie esigenze non si realizza più solo andando in filiale ma si attua ormai anche grazie alla rete: nel segmento degli 'evoluti' che si attivano per individuare le migliori offerte finanziarie due clienti su tre (il 66%) ricercano le informazioni sul sito internet o sui profili presenti nelle reti

segue in seconda pagina

Risposte concrete dal Fondo per l'occupazione in banca

Oltre 16mila nuove Assunzioni in 3 anni

I dati aggiornati del Fondo per agevolare occupazione stabile, soprattutto giovanile, nel mondo bancario, senza alcun onere per la finanza pubblica: 125 milioni di euro di finanziamenti a tre anni dall'avvio della piena operatività

Dal 2014 ad oggi, attraverso il Fondo per l'occupazione, sono state accolte 16.294 domande di assunzione a tempo indeterminato - anche con apprendistato o stabilizzazioni di rapporti a termine - presentate da 238 banche, con un finanziamento complessivo pari a 125 milioni di euro. Nel mese di marzo 2017 sono state approvate ben 2.336 domande.



Questi i dati del Comitato di gestione di Encicredito, ente bilaterale nazionale nel cui ambito opera il Fondo per l'occupazione, gestito pariteticamente da ABI e Sindacati.

Il Fondo occupazione, organismo unico nel panorama delle relazioni industriali, è stato istituito per favorire nuova occupazione e garantire una ridu-

segue in ultima pagina

Plafond Sisma Centro Italia

Un Elenco per ripartire



Sul sito internet dell'Associazione bancaria italiana (www.abi.it) è possibile consultare l'elenco delle banche aderenti alla Convenzione ABI-Cdp "Plafond sisma Centro Italia", che potranno erogare, in attuazione del Dl n. 189/2016, i finanziamenti agevolati per la ricostruzione dei territori colpiti dagli eventi sismici che da agosto hanno interessato Abruzzo, Lazio, Marche e Umbria.

Attualmente sono presenti nell'elenco: Intesa Sanpaolo, Unicredit, Credit Agricole Cariparma, Banca Popolare di Bari, Cassa di Risparmio di Ravenna, Banca dei Sibillini Credito Cooperativo di Casavecchia, Bcc di Roma, Bcc del Velino, Bcc di Spello

segue in ultima pagina

Il 'Buon Viaggio' fra arte, scienza e creatività



Dal 3 al 9 aprile la IV edizione del Festival della cultura creativa, la manifestazione organizzata dalle banche per stimolare la creatività dei più giovani. Oltre 75 eventi culturali in 50 città italiane

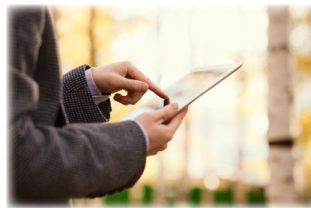
pagina 3

dalla prima pagina

... Cybernauta evoluto a prova di Concorrenza

'social' della propria banca. Una percentuale più ridotta (il 30%) raccoglie dati, opinioni, recensioni e analisi comparative su prodotti e servizi anche presso altre fonti ovvero siti web di banche concorrenti o di altri soggetti. L'agenzia resta comunque per il 60% dei casi un punto di riferimento anche per i clienti 'evoluti'. Allo stesso tempo i clienti evoluti che hanno ormai familiarizzato con le modalità di contatto 'fai da te', sono i primi interes-

sati a comprendere le caratteristiche del servizio di consulenza automatizzata (cosiddetto "robo-advisory"). Circa un quarto di coloro che hanno investimenti lo sottoscriverebbe. Dimensione Cliente è il principale evento in Italia sulla relazione tra banca e cliente retail. Analisi dell'esperienza con la banca, multicanalità, big data, approcci commerciali e comunicazione: questi gli ambiti principali di approfondimento,



analizzati nelle numerose sessioni che hanno animato la due-giorni di eventi. Obiettivo del convegno ABI dedicato al mercato retail è stata l'analisi dei nuovi comportamenti e atteggiamenti della domanda e le soluzioni innovative realizzate nel mondo dei servizi finanziari per soddisfare e fidelizzare il cliente bancario.

Francesco Di Marco

Uno cliente su tre visita i profili social delle banche

Quasi ogni giorno in Banca via Smartphone

Più del 50 per cento del campione analizzato usa lo smartphone con una frequenza analoga a quella da Pc

Uno su due utilizza lo smartphone per interagire via internet con la propria banca e la relazione è praticamente quasi quotidiana per quattro utenti su dieci: queste le più aggiornate tendenze sulle modalità di comportamento del segmento dei clienti bancari evoluti.

A scattare la fotografia l'ultima edizione dell'indagine realizzata da ABI e GfK attraverso interviste online a un campione di clienti bancari che si relazionano anche via web con la propria banca e accedono regolarmente alla Rete. Dalla rilevazione ABI-GfK presentata nel corso dell'edizione 2017 di Dimensione Cliente - l'incontro annuale dell'ABI dedicato al mercato retail che si è concluso il 7 aprile - emerge che gli utenti evoluti interagiscono via internet da Pc con la banca in media 6,6 volte



al mese. Più del 50% del campione usa anche lo smartphone, con una frequenza analoga a quella da Pc e con punte quasi giornaliere per il 38% dei clienti.

È diffuso il ricorso a nuove forme di relazione: circa un terzo dei clienti evoluti (il 32%) visita periodicamente le pagine e i profili dei canali 'social' delle banche, con l'obiettivo primario di ottenere informazioni o per risolvere direttamente problematiche di varia natura.

Non sorprende che tale modalità di comunicazione sia maggiormente diffusa tra i giovani clienti (il 49% tra quanti hanno da 18 a 34 anni). Al contempo, si riscontra una frequenza simile, pari al 46%, anche fra i titolari di prodotti di investimento, che hanno in media un'età più elevata.

FDM

Digitali senza età

Una caratteristica sempre meno identificabile con le sole componenti più giovani dell'utenza



Sempre più digitale, il cliente bancario ha ormai acquisito piena familiarità nella gestione di modalità evolute di contatto e relazione con la propria banca.

Nel 2016, la quota di utenti che ricorre all'internet o al mobile banking ha raggiunto il 56% del totale della clientela. Oltre 16 milioni di italiani entrano oggi in banca grazie al Web, operando sia da un Pc sia in mobilità.

Queste sono solo alcune tendenze che emergono dall'indagine, effettuata su un campione di clienti bancari, presentata al convegno 'Dimensione Cliente 2017', undicesima edizione dell'evento ABI dedicato alla relazione tra banca e cliente retail in programma il 6 e 7 aprile a Roma.

Il cliente bancario, quindi, è sempre più digitale e questa caratteristica è sempre meno identificabile con le sole componenti più giovani dell'u-

tenza: nella fascia d'età di chi ha tra 65 e 74 anni e dispone di una connessione internet domestica più di un cliente su due accede ai servizi bancari anche dalla Rete.

Per l'utenza risultano dunque particolarmente utili tutte le attività di informazione, supporto e assistenza in grado di guidare persone di ogni età, matura e non, nel processo di familiarizzazione con le innovazioni digitali della banca.

Si moltiplicano così le iniziative di tutoraggio da parte degli intermediari. Gli intervistati indicano, come modalità preferite a tale scopo, sia l'assistenza di personale dedicato in agenzia sia mediante canali remoti, ad esempio il telefono o la chat.

A ciò si affiancano le comunicazioni scritte, via posta tradizionale oppure elettronica, con i chiarimenti sui diversi aspetti tecnologici del servizio. L'indagine ABI-GfK fotografa dunque uno scenario in decisa evoluzione nel rapporto tra banca e clientela, con i canali digitali che conquistano posizioni ed esplorano nuove frontiere.

A distanza di pochi anni dal suo avvio, la nuova modalità di relazione e interazione sui 'social network' sta infatti conoscendo uno sviluppo straordinario e riscuote ormai consensi e attenzione da una significativa porzione di clientela: il 17 per cento degli utenti dichiara di avere visitato le pagine o i profili 'social' delle banche per leggerne i contenuti, cercare informazioni o trovare risposte ai propri interrogativi, dialogando direttamente via Web.

FDM

Festival della cultura creativa: l'appuntamento con i giovani sul territorio

Quando il Buon Viaggio è il Percorso



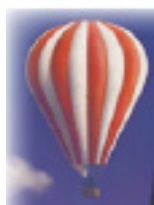
Quarta edizione della manifestazione per ragazzi organizzata dalle banche con il coordinamento dell'ABI, per stimolare la creatività dei più giovani. Oltre 75 eventi culturali in 50 città dal Nord al Sud d'Italia

Dal 3 al 9 aprile si è svolto il Festival della cultura creativa, quarta edizione dell'iniziativa promossa dall'ABI e dalle banche che operano in Italia con l'intento di avvicinare i giovani di età tra i 6 e i 13 anni alla cultura e di stimolarne la creatività e il pensiero critico. Il tema scelto per l'edizione 2017 è 'Il buon viaggio - muoversi e crescere tra i sentieri dell'arte, della scienza e della creatività', filo conduttore di tutte le iniziative organizzate sul territorio (laboratori, mostre, teatro, musica, ecc.). L'obiettivo è stato invitare bambini e ragazzi a riflettere sul concetto di viaggio: più che la meta al centro della riflessione c'è il percorso fatto da ognuno per procedere verso la direzione scelta. Un percorso fisico, mentale, concreto, fantastico, solitario, in compagnia, che può avvenire spostandosi o restando fermi, attraverso le parole dei libri o le immagini dei film e delle opere d'arte.

Banche catalizzatrici di cultura e creatività

'Il Festival della cultura creativa - ha detto il Direttore generale dell'ABI Giovanni Sabatini - rappresenta l'occasione per riaffermare l'impegno culturale che le banche svolgono da sempre, affiancando le istituzioni come catalizzatori di cultura e creatività sul territorio. La manifestazione, che l'anno scorso ha coinvolto oltre 20 mila bambini e ragazzi, punta a valorizzare il talento delle giovani generazioni, aiutandole ad affinare sia le capacità espressive sia le potenzialità creative e innovative, strumenti indispensabili per costruire un futuro fatto di crescita e armonia.'

Oltre 75 eventi culturali in 50 città italiane hanno sviluppato il tema ispiratore, che ciascuna banca ha declinato con strumenti e punti di vista differenti, alla luce delle proprie specificità e di quelle del territorio di appartenenza. I laboratori e le altre attività proposte vedono la partecipazione di rappresentanti delle banche e la collaborazione di scuole, musei, biblioteche e operatori culturali. L'importanza sociale e culturale della manifestazione è testimoniata anche dalla Main Media Partnership della Rai e la Media Partnership del Tgr. La mani-



festazione ha il patrocinio dell'Unesco e del Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo.

In occasione del Festival è stato presentato il libro di Beatrice Masini, con i disegni di Gianni De Conno, illustratore tra i più affermati nel panorama italiano e apprezzati all'estero.

Conoscere divertendosi

La manifestazione di quest'anno è stata anche l'occasione per realizzare una ricerca scientifica, curata dal prof. Guido Guerzoni della Bocconi, sul contributo che iniziative come queste possono dare alla crescita culturale e creativa dei ragazzi. Lo studio evidenzia che manifestazioni come il Festival della cultura creativa offrono ai bambini e ragazzi la possibilità di sperimentare nuove modalità di apprendimento efficaci e divertenti.

In particolare, i giovani partecipanti apprezzano soprattutto la possibilità di poter conoscere cose nuove (45,3%) e di confrontarsi con gli altri (27%). Per gli adulti - educatori, docenti e genitori - un evento come il



Festival, oltre ovviamente a contribuire all'educazione dei bambini, permette loro di rapportarsi con le proprie emozioni attraverso diverse forme di cultura e di comprendere punti di vista diversi dai propri.

Ambiente e territorio

Tra gli obiettivi dell'indagine, sondare le opinioni rispetto all'impatto, in termini sociali ed economici, generato dal Festival nel territorio. Circa la metà del campione (47%) ha affermato che l'iniziativa ha contribuito a consolidare il legame con il proprio territorio e la propria città e ad accrescere l'impegno per valorizzare le proprie tradizioni locali, anche attraverso una più ricca offerta culturale. Genitori e insegnanti, inoltre, hanno dichiarato di essere orgogliosi di quanto la loro comunità sa proporre a livello nazionale ed internazionale e vorrebbero che il lavoro di squadra attivato durante il Festival si ripettesse anche in altre occasioni.

Gli intervistati hanno infine affermato che il Festival ha contribuito a dedicare più tempo a seguire altre attività culturali promosse nel territorio (25,6%), visitare musei e gallerie (21,8%) e ad approfondire la conoscenza dei temi presentati (18%).

Andrea Pippan

In Breve ...



Credito alle imprese

In riferimento a quanto presentato il 6 aprile dal Centro Studi Confindustria, il Vice direttore generale dell'ABI Gianfranco Torriero ha rilevato che i dati ufficiali di fonte Banca d'Italia segnalano, invece, che i finanziamenti complessivi alle imprese sono cresciuti a fine 2016 dello 0,23% su base annua. La tendenza si è rafforzata a inizio 2017 quando il tasso di crescita ha sfiorato l'1%.

Se si considera il credito erogato alle imprese, corretto per la dinamica dell'economia, emerge dai dati ufficiali, Bce ed Eurostat, che il supporto delle banche è stato più elevato in Italia rispetto a quanto registrato nella media dei Paesi dell'area dell'euro, e specificamente della Spagna e della Germania.

Solo la Francia presenta un valore maggiore di quello italiano.

L'ABI rileva inoltre, sulla base di dati ufficiali Mediobanca, come nel corso degli ultimi anni, le imprese italiane abbiano ridotto in misura significativa gli investimenti, generando un aumento del surplus di cassa di quasi il 10%. Sono inoltre in forte incremento, secondo i dati ufficiali della Banca d'Italia, i depositi delle imprese presso le banche: a fine 2016 aumentavano di quasi il 7% su base annua.

Credito al commercio

Con riferimento allo studio presentato da Confcommercio, sempre il Vice direttore generale dell'ABI ha richiamato l'attenzione sul fatto che i dati ufficiali di fonte Banca d'Italia e Istat segnalano che i finanziamenti al settore del commercio a gennaio 2017 registravano un incremento positivo su base annua, del +0,7% e la quota delle domande di finanziamento accolte, sempre per il settore del commercio, è circa l'85%.



Il Dg ABI su riduzione Npl



Linee guida Bce e Crediti Deteriorati

Commentando quanto sostenuto dall'agenzia Fitch in merito alla guidance della Banca centrale europea sulla riduzione dei 'No performing loans' (Npl) delle banche, Giovanni Sabatini, Direttore generale dell'Associazione bancaria italiana, ha ricordato che 'Le linee guida della Bce chiedono alle banche, in particolare quelle con elevati livelli di crediti deteriorati, di definire una strategia credibile con obiettivi quantitativi e qualitativi per la progressiva riduzione dell'ammontare di crediti deteriorati. Le linee guida fanno dunque chiarezza su due elementi importanti.

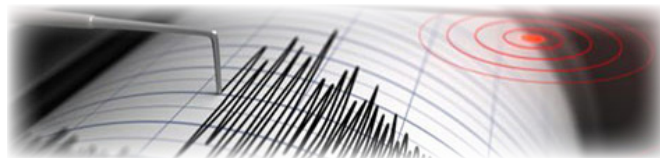
Primo, non esiste solo la cessione forzata a prezzi di liquidazione quale strumento per ridurre i crediti deteriorati, ma anche la gestione interna, la cartolarizzazione e o un mix delle varie opzioni.

In secondo luogo che la strategia, se credibile e supportata da una adeguata governance e adeguate procedure, richiede del tempo per essere attuata'.

'Le linee guida - ha concluso Giovanni Sabatini - contribuiscono a fare chiarezza e non aggiungono ulteriore pressione sulle banche che sono pienamente consapevoli della necessità di affrontare con strategie differenziate il problema nella logica di recupero della redditività'.

dalla prima pagina

... Un elenco per ripartire



e Bettona, Bcc di Picena, Bcc di Castiglione Messer Raimondo e Pianella.

Stanno completando l'iter di sottoscrizione Banca Carige, Banca dei Monti dei Paschi di Siena, Bnl, Credito valtellinese, Ubi Banca. L'elenco verrà periodicamente aggiornato man mano che aderiranno nuove banche.

Si entra dunque nella fase operativa nella quale i cittadini e le imprese che hanno subito danni dal terremoto potranno ottenere i contributi per la ricostruzione previsti dalla legge e, quindi, accedere ai relativi finanziamenti agevolati presso le banche dell'elenco pubblicato dall'Associazione bancaria. L'elenco delle banche operative

è pienamente coerente con quanto previsto dal Vademecum sulla procedura di assegnazione ed erogazione dei contributi per la ricostruzione, definito da parte del Commissario per la ricostruzione, in collaborazione con la Cassa depositi e prestiti, l'Associazione bancaria e le banche del territorio. Tale documento fornisce certezza ai diversi attori coinvolti nel procedimento e, in particolare, per le banche che procederanno all'erogazione dei finanziamenti ai cittadini e imprese assegnatari dei contributi pubblici che, si ricorda, non prevedono alcun onere di rimborso per questi ultimi.

Rosangela Iannicelli

Sistema Italia e Sfide mondiali



Imprese e banche italiane nelle nuove sfide mondiali'. È questo il tema della tavola rotonda che ha visto i rappresentanti delle istituzioni e del mondo industriale e finanziario italiano confrontarsi il 21 aprile a Washington di fronte a una platea di investitori, analisti finanziari e istituzioni internazionali.

Nel corso dell'incontro, organizzato da ABI e Confindustria, con la collaborazione dell'Ambasciata italiana negli Stati Uniti, sono stati affrontati temi che vanno dallo scenario economico globale alle peculiarità e potenzialità del "Sistema Italia", con particolare riferimento allo scenario regolamentare, al percorso di riforme intrapreso, ai segnali di ripresa da incentivare, all'andamento dei conti pubblici, dell'import-export e degli altri indicatori economici. L'evento ha con-

sentito di raccontare a una platea internazionale, lo stato di salute del Paese, approfondendo - grazie agli interventi di esponenti di spicco del Governo, delle autorità di vigilanza, del mondo bancario e imprenditoriale italiano - le priorità e i principali temi d'attualità per quanto riguarda l'agenda della politica e dell'economia nazionale.

Dalla struttura produttiva del Paese alle riforme ancora da fare; dal modello italiano di banca commerciale che finanzia le piccole e medie imprese al processo di consolidamento del settore bancario tuttora in corso, passando per livello di capitalizzazione, redditività e crediti deteriorati, ma anche nuove opportunità di business, nuove tecnologie e nuovi prodotti e servizi.

Gaia Sabino

dalla prima pagina

... Oltre 16 mila nuove assunzioni



zione di costi alle imprese che procedono ad assunzioni stabili.

Attraverso la dotazione economica del Fondo, interamente raccolta con il contributo delle lavoratrici e dei lavoratori della categoria, incluse le figure apicali del mondo bancario, ciascuna impresa del settore riceve un contributo per ogni assunzione di giovani disoccupati, cassaintegrati, disabili, donne e persone residenti nel Mezzogiorno; cioè le fasce di persone socialmente più svantaggiate nel mondo del lavoro in Italia.

Il Fondo, istituito con il Ccnl del 2012, rappresenta una risposta concreta e innovativa per sostenere l'occupazione.

Con le stesse finalità è stato quindi previsto di implementarne l'utilizzo, individuando nuovi ambiti di intervento sui quali le Parti si stanno confrontando.

Gianluca Smiriglia

ABI News

Anno XIX
n. 4 - aprile 2017

Direttore responsabile:
Maurizio Incetolli

Registrazione: Tribunale
civile di Roma n. 274/99
del 16 giugno 1999

Redazione/videoimpaginazione:
ABI/Ufficio rapporti
con la stampa
Piazza del Gesù, 49 - 00186
Roma - abinews@abi.it
Tel .06.6767.584
02.72101.209

Fonti di questo numero:
Comunicati stampa ABI