

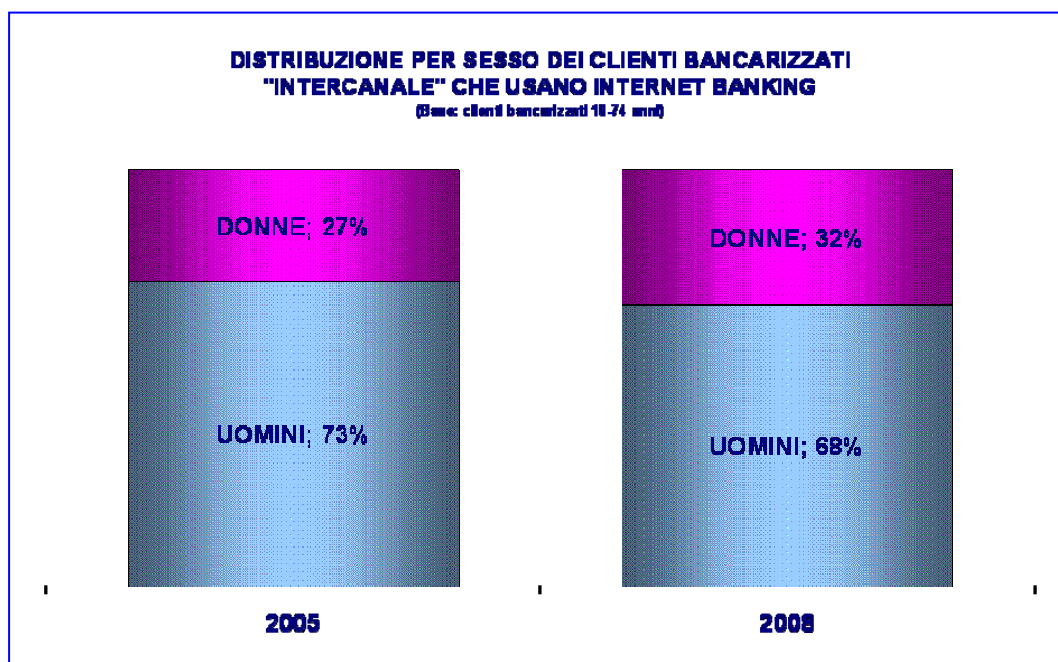
COMUNICATO STAMPA

Home banking: aumentano le donne, raddoppiano i clienti più 'maturi'

Soprattutto giovani, tra gli utilizzatori dell'online non mancano però i clienti più 'adulti': nel 2008 il 16% ha oltre 55 anni, il 33% in più in tre anni (+50% tra i 65 e i 74 anni). In crescita anche le quote rosa, del 20% dal 2005. Pari al 26% nel 2008 il numero dei bancarizzati che utilizza l'online, il 62% in più rispetto al 2005

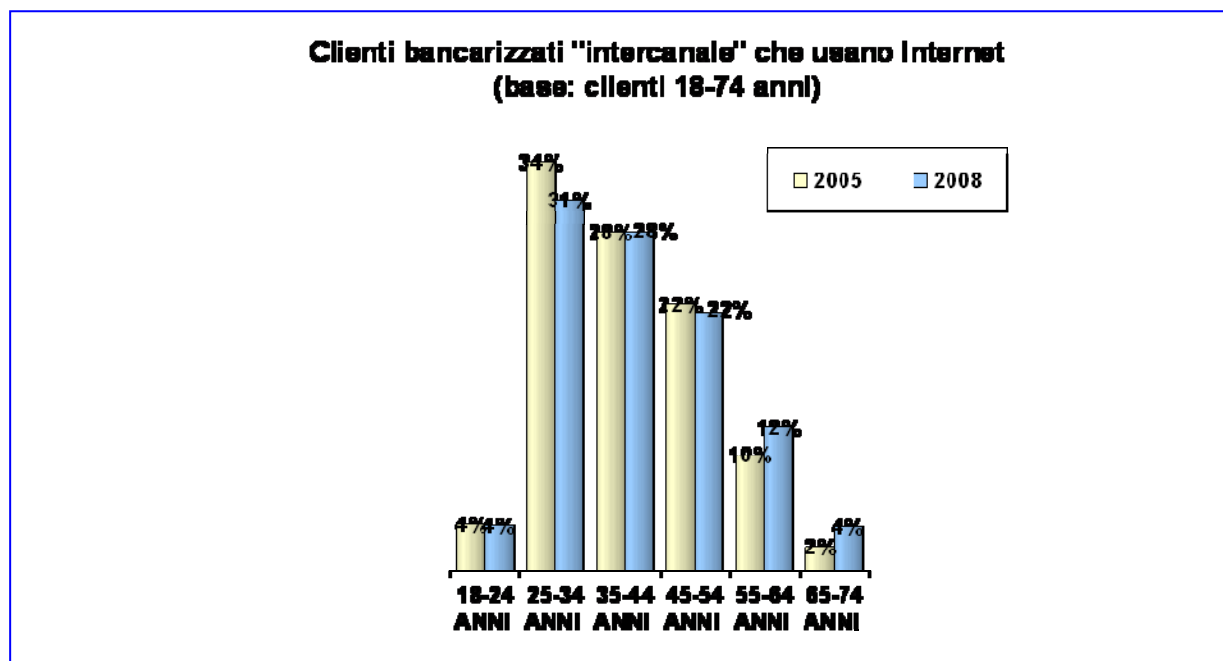
Una rete a colori, sempre più rosa: dalla fotografia scattata dall'ultima indagine dell'ABI, realizzata in collaborazione con GfK Eurisko, emerge che, a dispetto di una clientela soprattutto maschile, tra gli utilizzatori dell'online sono in aumento le donne: +20% circa in tre anni. In crescita anche i clienti 'maturi': il 16% di chi utilizza l'home banking per gestire le operazioni di conto ha oltre 55 anni, un terzo in più rispetto al 2005. Internet insomma si apre a nuove fasce di clientela, e piace sempre di più. Secondo l'indagine condotta dall'Ufficio Marketing e Customer Satisfaction dell'ABI, i clienti bancarizzati che hanno utilizzato il servizio di Internet banking con la propria banca di riferimento sono cresciuti in tre anni del 62%, dal 16% del 2005 al 26% circa del 2008.

In particolare, il 54% degli home bankers risiede nel nord del paese e il 25% nel sud e isole; un quarto vive in centri con più di 100.000 abitanti. Sono in genere clienti di cultura elevata: circa la metà di essi ha infatti un'istruzione media superiore e il 20% è laureato. L'home banking piace soprattutto agli uomini (nei due terzi dei casi), in aumento però la clientela femminile, passata dal 27% del 2005 al 32% del 2008.



Fonte: elaborazioni Ufficio Marketing e Customer Satisfaction su dati dell'indagine campionaria ABI-GfK Eurisko; 2005-2008

Stando all'indagine, sebbene i clienti online delle banche si mantengano prevalentemente giovani (il 35% dei clienti ha meno di 35 anni), gli over 55 che navigano in rete rappresentano la fascia di clientela per età con il più alto tasso di crescita in tre anni: del 20% per la clientela tra i 55 e i 64 anni, del doppio (+50%) per quella tra i 65 e i 74 anni (ma si passa dal 2 al 4%).



Fonte: elaborazioni Ufficio Marketing e Customer Satisfaction su dati dell'indagine campionaria ABI-GfK Eurisko; 2008

Dati interessanti emergono anche dal punto di vista delle potenzialità fornite dalla rete: i clienti che navigano in rete e 'surfano' tra i siti delle banche raccolgono informazioni e confrontano i prezzi di prodotti e servizi in misura doppia rispetto al cliente che utilizza solo i canali tradizionali. Alta inoltre la percentuale dei clienti 'tecnologici', quasi il 49% (il 38% per la clientela 'tradizionale'), che tramite il passaparola condividono informazioni e notizie sulle offerte di prodotti e servizi finanziari della propria banca con parenti, amici e colleghi.

Roma, Palazzo Altieri, 28 agosto 2009