

---

COMUNICATO STAMPA

---

## **ABI: mobile e internet banking ancora più a misura del cliente**

Conoscere a fondo come il cliente si muove sui canali digitali è centrale nelle strategie e nei programmi di investimento del mondo bancario. In questa ottica l'indagine ABI Lab-Doxa - svolta con interviste online a marzo 2022 - analizza e descrive la percezione e i comportamenti degli utilizzatori di mobile e internet banking per comprenderne i principali bisogni e le attese. Nell'ambito della rilevazione quest'anno è presente un focus specifico sul comportamento dei clienti early millennials (18-30 anni), millennials (31- 44 anni), generazione X (45 – 54 anni) e boomers (55- 74 anni).

### **Operatività e servizi più utilizzati**

Secondo la ricerca il computer e lo smartphone ormai si equivalgono in termini di utilizzo per le operazioni digitali, infatti, la scelta del dispositivo è dettata principalmente dal contesto in cui si rende opportuna l'operazione: per le operazioni veloci, semplici e routinarie l'uso ricade più verso lo smartphone, se l'operazione si lega ad un "momento dedicato", e viene considerata più complessa e impegnativa, si tende a utilizzare maggiormente il computer.

Dall'analisi emerge che per le operazioni informative come saldo e movimenti (conto corrente, carte, conto deposito, conto titoli e situazioni investimenti) prevale l'utilizzo del canale mobile banking tramite smartphone (usato da oltre il 65% degli utilizzatori del servizio, la percentuale sale oltre il 78% per la fascia generazionale dei millennials), mentre per le operazioni dispositive come bonifici, pagamento bollette e bonifici istantanei l'indagine sottolinea un equilibrio tra i due canali (per tali servizi, tra le generazioni più giovani - come gli early millennials e millennials - cresce la predisposizione all'uso dei dispositivi mobili).

La quota dei clienti attivi su mobile e internet banking che ha aperto il rapporto con la banca esclusivamente in modalità digitale è in crescita rispetto al periodo pre-pandemico (40%). Tale quota è costante tra tutti i "gruppi" generazionali tranne che per i boomers, che presentano percentuali più basse. In generale, conto corrente e carte si confermano i prodotti più sottoscritti online al primo contatto.

Mediamente 2 intervistati su 10 dichiarano di aver lasciato un punteggio, un commento, o di aver condiviso la propria esperienza d'uso delle applicazioni di mobile banking nelle diverse piattaforme in cui si possono scaricare le app (app store).

Infine, lo studio ABI Lab-Doxa sottolinea che per 1 intervistato su 2 non sembra esserci una percezione differenziale della sicurezza in base al dispositivo utilizzato: smartphone e computer sono considerati ugualmente sicuri. Tuttavia, ci sono delle differenze generazionali: il computer genera più sicurezza tra i boomers, lo smartphone tra gli early millennials. Nel ventaglio dei possibili strumenti di controllo e sicurezza, i giovani si sentono più sicuri ad utilizzare sistemi biometrici; i boomers, invece, prediligono strumenti tradizionali (codici di accesso e password).

La conoscenza delle soluzioni per la sicurezza online, sulle quali le banche hanno messo in campo importanti azioni negli ultimi due anni, è in crescita (66%). In tale contesto, le app bancarie continuano a essere riconosciute come le più sicure.

Secondo la ricerca la soddisfazione per i servizi di digital banking si conferma elevata, senza particolari differenze tra generazioni. Si riduce rispetto al passato la quota di quanti dichiarano di aver segnalato delle problematiche nell'utilizzo di questi servizi (22%). Di questi, il 40% indica come canale di segnalazione della problematica il call center.

Roma, 20 agosto 2022