



FEDERAZIONE | AUTONOMA | BANCARI | ITALIANI

Riservato alle strutture
Dipartimento Comunicazione & Immagine
Responsabile - Lodovico Antonini

TUTTOFABI

A cura di
Giuditta Romiti g.romiti@fabi.it Verdiana Risuleo v.risuleo@fabi.it

| | entra | entra | entra | entra |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Seguici su: |  |  |  |  |
| REGISTRATI NELL'AREA RISERVATA AGLI ISCRITTI E AVRAI A DISPOSIZIONE UNA SORTA DI SINDACALISTA ELETTRONICO PERSONALE Registrati | | | | |

Rassegna del 26/08/2019

FABI

| | | | | |
|----------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------|
| 26/08/19 | Italia Oggi Sette | 6 Banche digitali, crescita controllata - I servizi online crescono, ma il riferimento resta la banca | <i>Longo Antonio</i> | 1 |
| 26/08/19 | Italia Oggi Sette | 7 Fabi: la rete nasconde rischi | ... | 3 |
| 24/08/19 | Liberta' | 23 Ospedaletto rimane senza banca. «Gravi disagi» | <i>Pa</i> | 5 |
| 24/08/19 | Prealpina | 7 Banche, sforbiciata sui prestiti | ... | 6 |

Sale il numero di utenti, ma gli istituti tradizionali restano un punto di riferimento. E si temono i rischi del web

Banche digitali, crescita controllata

Sono sempre più numerosi gli italiani che accedono ai servizi bancari attraverso canali online. In un caso su cinque le operazioni vengono eseguite tramite smartphone o tablet. Al contempo, si riduce il numero degli sportelli bancari (-5% in un anno), in particolare delle filiali (-7%) mentre aumentano quelle con postazioni self-service attraverso cui i clienti possono usufruire di servizi in completa autonomia. Nel 2018, 11 milioni di italiani

hanno utilizzato almeno un servizio fintech o insurtech, ossia il 25% della popolazione fra i 18 e i 74 anni. E quanto emerge dall'indagine condotta dall'Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano.

Il digitale, quindi, sta profondamente trasformando i canali retail delle banche. Tuttavia, in tema di gestione del risparmio, il sistema bancario tradizionale resta in vetta alle preferenze della clientela. Senza

trascurare che i clienti italiani si fidano ancora poco, rispetto a quelli degli altri Paesi europei, dei nuovi sistemi di gestione dei propri soldi. A delineare tali trend è la guida che FABI, la Federazione autonoma bancari Italia, ha elaborato per evidenziare i potenziali rischi del digital banking.

Longo da pag. 6

Secondo l'Osservatorio Fintech & Insurtech del PoliMi sono 11 milioni gli utenti digitali

I servizi online crescono, ma il riferimento resta la banca

Pagine a cura
DI ANTONIO LONGO

Sono sempre più numerosi gli italiani che accedono ai servizi bancari attraverso canali online, in un caso su cinque le operazioni vengono eseguite tramite smartphone o tablet. Al contempo, si riduce il numero degli sportelli bancari (-5% in un anno), in particolare delle filiali (-7%) mentre aumentano quelle con postazioni self-service attraverso cui i clienti possono usufruire di servizi in completa autonomia (11% del totale). E quanto emerge dall'indagine condotta dall'Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano su 46 istituti di credito, rappresentativi del sistema bancario italiano con 63,7 milioni di clienti serviti, e sui principali provider tecnologici e startup del mercato. Il digitale sta profondamente trasformando i canali retail delle banche.

Sempre più digitale anche nelle banche «tradizionali». Nel 2018, 11 milioni di italiani hanno utilizzato almeno un servizio fintech o insurtech, ossia il 25% della popolazione fra i 18 e i 74 anni. Numeri del report alla mano, l'anno scorso è cresciuto l'uso dello smartphone per accedere ai servizi bancari, con il 20% dei clienti italiani che si collega da mobile. Tale quota si fermava al 17% nel 2017. Rallenta, invece, la crescita dell'utilizzo del Pc, +0,5% contro il 6% dell'anno precedente, che per la prima volta arretra come incidenza sul totale dei clienti bancari, passando dal 51% al 48%. Per quanto con-

cerne le interazioni tra gli istituti finanziari e le pmi, oltre la metà di queste ultime (il 55%) sfrutta uno smartphone e quasi tutte ritengono di poter usare facilmente il canale mobile (96%). L'utilizzo del Pc è più diffuso (92%) anche se ancora l'8% delle Pmi non lo usa. Complessivamente però, il canale preferito dalle Pmi rimane la relazione personale, tramite filiale o consulente, per la richiesta di tutti i prodotti finanziari. A fronte di tali trend, le banche aumentano, quindi, l'offerta di filiali evolute, passate dal 7% all'11%, e degli Atm evoluti o multifunzione, saliti dal 76% all'80%. Sono, invece, ancora relativamente pochi gli istituti «tradizionali» che offrono servizi più innovativi, come per esempio le piattaforme di «robo advisor» (consulenti automatizzati) e i salvadanai digitali. Con specifico riferimento al mercato italiano dei robo advisor, a fine 2018 si contavano più di 20 mila sottoscrittori, con i clienti attivi che investono in media fra i 20 mila e i 30 mila euro. I salvadanai digitali, invece, sono stati utilizzati da oltre 250 mila italiani. «Il digitale sta rivoluzionando l'ecosistema finanziario italiano» osserva **Marco Giorgino**, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, «così come cresce l'utilizzo dei servizi fintech da parte dei clienti, cambiano in modo significativo le strategie distributive degli intermediari, con sempre meno filiali e filiali sempre più innovative».

Banche ancora punto di riferimento. In tema di gestione del risparmio, il sistema bancario resta in vetta alle preferenze della clientela. Gli esiti di un sondaggio condotto

dall'Osservatorio, in collaborazione con Nielsen Italia, rileva che le banche rappresentano la prima scelta per il 65% degli intervistati, subito dietro si collocano i servizi postali al 56% delle preferenze. A seguire, nella classifica delle scelte dei risparmiatori vi sono le società di risparmio gestito (42%), le compagnie assicurative (16%) e le associazioni di categoria (14%). Ma si registra la sempre più agguerrita concorrenza di nuovi operatori, infatti stanno prendendo piede realtà innovative come startup (indicate dal 12% del campione), aziende Internet (10%) e siti eCommerce (10%) mentre si affacciano sul mercato anche attori di altri settori, come catene di supermercati (10%), produttori di smartphone (8%) e operatori di telefonia (8%).

I risparmiatori richiedono servizi sempre più innovativi. La leadership delle banche non esime di certo il sistema creditizio dalla necessità di proporre alla clientela servizi sempre più evoluti e di migliorare quelli esistenti. Infatti, i risparmiatori coinvolti nel sondaggio, interrogati sulle caratteristiche che dovrebbero avere le banche nei prossimi cinque anni, hanno indicato al primo posto i servizi di base gratuiti, seguiti da maggiore trasparen-



za sugli investimenti, dalla velocità di risposta ai problemi, dalla possibilità di incontrare qualcuno di persona nei casi più complessi, dalla disponibilità 24 ore su 24 in tutti i giorni della settimana. «L'assenza di alcuni servizi innovativi nella propria offerta non ha ridotto la fiducia degli utenti in banche e servizi postali, che beneficiano rispettivamente del 16% e del 15% di clienti esclusivi, quelli che non si rivolgerebbe a nessun altro operatore», commenta Filippo Renga, direttore dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, «questa fiducia è molto più evidente nei clienti over 55, rispettivamente 67% e 59%, mentre scende di parecchi punti nei giovani sotto i 25 anni (53% e 52%), il segmento più aperto e con maggiori aspettative di servizi innovativi».

Le startup fintech. Sono 1.210 le startup Fintech & Insurtech censite dall'Osservatorio, nate dopo il 2013 e che hanno ricevuto almeno un milione di dollari di finanziamenti nel periodo 2016-2018, per un totale di 43,7 miliardi di dollari raccolti. Rispetto alla rilevazione del 2016, la crescita è notevole sia dal punto di vista strettamente numerico (+66%) sia per investimenti generati (+70%). Gli Stati Uniti sono l'area geografica che raccoglie più investimenti (13,9 miliardi di dollari), seguiti dalla Cina con 13,4 miliardi di finanziamenti. Gli altri Paesi le cui startup hanno superato il miliardo di dollari di finanziamenti sono Regno Unito, con 5,1 miliardi (+163% rispetto a quanto registrato due anni fa), Australia e India, con 1,2 miliardi ciascuna (rispettivamente +227 e +184%). L'Italia è ancora lontana da queste realtà, ma in crescita: 8 startup hanno superato la soglia del milione di dollari di finanziamenti ricevuti, per 44 milioni di dollari complessivi, al cospetto dei 20 milioni del censimento precedente.

—© Riproduzione riservata—



Gestione risparmi, millennials i più attivi

I millennials sono i risparmiatori più attivi nell'utilizzare le funzioni digitali che consentono una gestione organizzata del proprio capitale. A rilevarlo è l'analisi realizzata dall'Ufficio Studi Hype, soluzione informatica per una gestione del denaro che funziona attraverso un'app mobile, sulle abitudini di risparmio degli italiani tramite strumenti digitali. Lo studio, condotto su 790 mila utenti, si è basato sull'utilizzo della funzione «obiettivi», creata per aiutare il cliente a pianificare il risparmio, dando vita a dei veri e propri «salvadanai» virtuali. Il meccanismo di funzionamento è piuttosto semplice: la funzione consente di impostare una pianificazione in base alla cifra di cui l'utente ritiene di avere bisogno, nell'apposita sezione dell'app si devono inserire due valori, ossia la somma da risparmiare e la data in cui se ne ha bisogno. Dopo aver impostato i parametri, il sistema esegue un calcolo per il piano di risparmio. In base agli obiettivi di risparmio, in automatico l'app indica la rata dell'importo da conservare quotidianamente. Il piano di risparmio blocca quotidianamente la rata, in modo da arrivare alla cifra desiderata al momento richiesto. Il denaro resta sul conto ma non può essere speso fino alla data stabilita. Italiani popolo (anche) di risparmiatori. Secondo i dati pubblicati dalla Banca d'Italia, nell'ultimo anno dei 4.287 miliardi di ricchezza finanziaria posseduta dalle famiglie italiane, 1.371 miliardi si sono trasformati in risparmi, con una crescita del 32% rispetto all'anno precedente. Una propensione al risparmio che è salita fino all'8,1% del reddito disponibile. Negli attuali scenari, le moderne tecnologie sono in grado di proporre nuove opportunità di gestione del denaro in maniera intelligente, quindi non un accumulo fine a sé stesso ma un risparmio

finalizzato, legato ad obiettivi mirati e funzionali alla gestione del proprio stile di vita. Le app hanno, pertanto, il compito di «gestire» un piano di risparmio, accantonando la cifra che consente, alla data prestabilita, di raggiungere l'obiettivo prefissato.

Le giovani generazioni non hanno le mani bucate. Secondo i dati esitati dallo studio condotto da Hype, si può smentire uno dei tanti luoghi comuni che spesso viene abbinato alle nuove generazioni: i giovani non sanno gestire il proprio denaro. Infatti, il 52% degli utenti che scelgono di strutturare il risparmio attraverso la funzione obiettivi sono under 30 e il 16% di coloro che risparmiano per obiettivi sono minorenni, oltre 18 mila utenti, per un totale risparmiato di oltre 31 milioni di euro. Come sottolinea l'Ufficio Studi Hype, «è la dimostrazione di come i millennials siano estremamente attenti alla gestione del proprio denaro» e di come «grazie ai nuovi strumenti digitali che semplificano le funzioni di spesa e di risparmio siano capaci di organizzare in maniera efficace la quotidianità del proprio cash-flow, affrontando con equilibrio e lungimiranza anche le oscillazioni di breve e medio periodo». L'era della celeberrima «paghetta» settimanale, da sperperare durante il weekend, sembra, insomma, essere sempre più lontana. Gli obiettivi di risparmio. La voce «obiettivo di risparmio generico» si attesta poco sopra l'81% delle preferenze e, pur non consentendo di individuare in dettaglio le strategie di risparmio, delinea la tendenza complessiva. Le altre voci contenute negli obiettivi riguardano gli «accantonamenti» finalizzati all'acquisto di abbigliamento e accessori (8,7%), elettronica e software (2,5%), viaggi e vacanze (2,4%), veicoli e trasporti (1,8%).

—© Riproduzione riservata—

Fabi: la rete nasconde rischi

Crescono le banche online e i relativi servizi. Ma i clienti italiani si «fidano» ancora poco, rispetto a quelli degli altri Paesi europei, dei nuovi sistemi di gestione dei propri soldi. A delineare tali trend è la guida che Fabi, la Federazione autonoma bancaria Italia, ha elaborato per evidenziare i potenziali rischi che il fenomeno digital banking può comportare. «L'uso dell'online spinto all'eccesso corre il rischio di trasformare il settore in un discount del credito, mentre, secondo noi, la banca tradizionale viene ancora percepita dalla clientela come più sicura e affidabile, perché la consulenza offerta allo sportello resta un punto di riferimento per gli utenti. Anche per questo motivo, il prossimo contratto nazionale di lavoro, che stiamo negoziando con l'Abi, dovrà tutelare sia i clienti sia le lavoratrici e i lavoratori bancari», afferma il segretario generale della Fabi, Lando Maria Silconi.

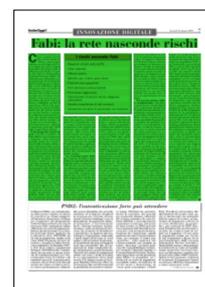
Il decalogo dei rischi sul web. L'analisi condotta da Fabi effettua una mappatura e individua i dieci principali possibili rischi che corrono i clienti delle banche online e degli utilizzatori delle piattaforme internet che consentono di comparare sul web prezzi e tariffe dei prodotti finanziari, ossia depositi, conti correnti, mutui per l'acquisto di abitazioni, credito al consumo e prestiti personali. Innanzitutto, Fabi punta l'indice contro risparmi sulle tariffe più virtuali che concreti, sui costi nascosti, sulle offerte civetta, su benefici per i clienti poco chiari. E ancora, sulla praticità solo apparente, sulle forti limitazioni all'operatività, su promozioni aggressive, sulla concessione di prestiti senza adeguata valutazione, su vendita «mascherata» di altri prodotti. Infine, ma non ultimo, l'assistenza spesso fornita da personale non bancario. Secondo Fabi, il cliente, molte volte non esperto, si imbatte spesso in un quadro che «non è sempre particolarmente trasparente e che appare più orientato agli aspetti commerciali». Sulla scorta delle analisi esitate nel report, «in una prima fase, sia la valutazione del merito di credito

sia l'adeguatezza dei profili di rischio risultano approssimativi, poiché si confida nelle informazioni inserite liberamente dai consumatori nei moduli online».

La «vecchia e cara» banca. A parere di Fabi, è innegabile che il mondo dell'online banking abbia rivoluzionato l'offerta dei servizi bancari, con soluzioni innovative, ampi servizi e condizioni economiche appetibili. Il report sottolinea che, nel 2018, il 54% della popolazione adulta che vive in Europa ha utilizzato l'internet banking per i servizi bancari, con paesi come la Danimarca e la Finlandia che hanno raggiunto l'89% degli abitanti quali utenti della banca online. Mentre l'Italia resta fanalino di coda nel mondo digitale continentale perché l'utilizzo della rete per fruire dei servizi bancari online è ancora abbastanza limitato. Infatti, la popolazione italiana che utilizza l'internet banking non ha superato il 34%, anche se tale quota è crescita rispetto al 16% registrato nel 2009. Alle spalle del Belpaese si collocano realtà territoriali come quelle di Portogallo, Grecia e Romania. Secondo Fabi, la percezione di maggiore sicurezza e attenzione, l'affidabilità e la fiducia nella consulenza offerta agli sportelli fanno sì che la banca tradizionale resti un punto di riferimento per gli utenti di servizi bancari. Infatti, come evidenzia il report, se da un lato convenienza e praticità sono i primi driver per la scelta di una banca online, tassi di interessi più o meno bassi per i mutui e altrettanto appetibili per i depositi a termine, dall'altra parte si tratta di condizioni economiche che inizialmente sono meritevoli di interesse e attrattive per la clientela ma che, nel medio-lungo termine, non presentano più quegli elementi di convenienza e risparmio sufficienti per giustificare la scelta di un operatore finanziario online. Il rapporto elaborato da Fabi rileva alcune criticità: per esempio, se l'interesse del cliente è rivolto al risparmio con un tasso diverso da quello di mercato, spesso il «costo» di apertura è un deposito e/o un saldo minimo, senza possibilità di prelievo delle somme

entro un termine prefissato. O ancora, in alcuni casi il conto corrente online presenta delle limitazioni nel numero delle transazioni in un periodo definito, con penali esose in caso di superamento di tale limite.

Tra servizi online e filiale «tradizionale». Gli italiani preferiscono i canali digitali per le operazioni informative di saldo, lista movimenti, conto deposito e movimenti di carte di credito e debito (79%). La filiale, invece, è preferita per alcune specifiche funzionalità: la gestione dei prodotti assicurativi e la simulazione del mutuo. La filiale rimane, in ogni caso, il canale prescelto per alcune operazioni tra cui, soprattutto, la sottoscrizione di nuovi prodotti/servizi di investimento (59%) e le attività legate alla compravendita titoli (53%). A rivelarlo è l'indagine condotta da Abi Lab - Doxa, contenuta nel rapporto annuale sul Digital Banking, realizzato dal Consorzio Abi Lab, e che analizza e descrive la percezione e i comportamenti degli utilizzatori di internet e mobile banking per comprenderne i principali bisogni e le attese. L'analisi si è basata su un campione di cittadini italiani, che utilizzano internet e il mobile banking, caratterizzato da una significativa quota di individui nella fascia di età compresa tra 18 e 34 anni (i millennials rappresentano il 29% del campione). La trasformazione digitale, in atto negli ultimi anni, ha posto maggiore enfasi sulla centralità del ruolo del cliente all'interno dell'offerta delle banche. Lo studio propone il profilo del cliente tipo: la quasi totalità dei rispondenti possiede uno smartphone (95%) e un Pc portatile o un notebook (86%), circa il 66% possiede un tablet, il 57% un Pc fisso e il 56% una smart Tv. Quasi l'80% degli utenti accede giornalmente ad internet tramite smartphone e/o Pc e il tempo medio giornaliero passato online è pari a 2 ore e 18 minuti. Secondo la ricerca, l'88% degli utenti intervistati effettua operazioni informative, come saldo di conto corrente, lista movimenti, conto deposito, servizi di geolocalizzazione, e/o dispositive, come bonifici e giroconti, ricariche del cellulare, pagamento bollette,



pagamento F24, ricarica della carta di credito prepagata, tramite Pc; lo smartphone è utilizzato dal 76%, il tablet ha un peso nettamente inferiore, pari al 30%. A livello di funzionalità, l'utilizzo di internet banking, mediamente, rimane predominante rispetto al mobile banking. Lo smartphone, in particolare, si ritaglia uno spazio per specifiche operazioni, come la prenotazione dell'appuntamento in filiale e la ricarica del cellulare, in cui si registra una leggera preferenza rispetto al Pc. Il 47% degli utenti ha realizzato bonifici e giroconti tramite smartphone. Gli utenti sono mediamente soddisfatti delle caratteristiche tipiche dei canali digitali: per il mobile, è particolarmente apprezzata la possibilità di usare ovunque il canale e la semplicità di utilizzo nell'effettuare le operazioni; per l'internet banking, invece, la percezione del cliente si focalizza sulla possibilità di effettuare un maggiore numero di operazioni. Infine, secondo lo studio, il 37% del campione ha aumentato l'utilizzo di internet banking da quando è attivo sul mobile, a conferma che i due canali si autoalimentano a vicenda.

—© Riproduzione riservata—

I rischi secondo Fabi

- Risparmi virtuali sulle tariffe
- Costi nascosti
- Offerte civetta
- Benefici per i clienti poco chiari
- Praticità solo apparente
- Forti limitazioni all'operatività
- Promozioni aggressive
- Concessione di prestiti senza adeguata valutazione
- Vendita mascherata di altri prodotti
- Assistenza da parte di personale non bancario

Ospedaletto rimane senza banca. «Gravi disagi»

**Solo uno sportello automatico
«Ma serve un'apertura almeno
qualche giorno a settimana»**

OSPEDALETTO

● Ospedaletto rimarrà senza banca a causa della "chiusura selvaggia" degli sportelli. E il Comune sta lavorando per salvare il servizio: tramite convenzione con una tabaccheria dovrebbe rimanere almeno un bancomat. «Intanto stiamo cercando soluzioni alternative», dice il sindaco Eugenio Ferioli. Come spiega Ettore Necchi del sindacato **Fabi** (Federazione autonoma bancari) di Lodi «le banche ordinarie chiudono per fare utili, le banche di credito cooperativo per investire altrove, restano quindi pacsi "fantasma" di 2000-3000 abitanti senza il servizio». Tra di loro, appunto, Ospedaletto, con grave disagio di chi non si può spostare in auto facilmente, come gli anziani. Il sindaco Ferioli commenta: «La San Paolo ha comunicato che dal 21 settembre chiude lo sportello, resteremo senza banche. L'intervento sul direttore locale e capo area di Lodi non ha dato frutto, dicono che sono soluzioni prese dall'alto. Assurdo, la nostra filiale produceva utili, è solo un discorso da cartina, la portano a Casale». C'è una soluzione parziale: «Hanno promesso di installare almeno un bancomat, cercando una convenzione con un tabaccaio con prelievi limitati a 150 euro» spiega Ferioli che, però, si dice non soddisfatto. «Noi intanto abbiamo già contattato Poste italiane di Lodi per avere il bancomat postale così che qualche anziano possa aprire conto corrente lì e avere comunque un servizio in zona. A settembre, inoltre, vorrei fare un incontro con Centropadana per vedere se si può avere un'apertura qui almeno qualche giorno a settimana».



Banche, sforbiciata sui prestiti

Rapporto **Fabi**: in un anno i finanziamenti alle imprese sono calati del 6,3%

MILANO - Le banche aumentano le richieste di garanzie alle imprese per i prestiti ed il primo effetto è quello di una sforbiciata da 45 miliardi di euro. In un anno, secondo uno studio della **Federazione autonoma bancari italiani (Fabi)**, la riduzione dei prestiti è stata del 6,37% attestandosi a 658 miliardi a giugno scorso rispetto ai 703 miliardi dello stesso periodo del 2018.

Sulle minori erogazioni, secondo informazioni raccolte **dalla Fabi** nella rete bancaria, pesa sempre di più il netto calo delle domande di prestito da parte della clientela. Una contrazione legata soprattutto alla progressiva crescita delle garanzie. L'11% delle imprese italiane (dall'8,5% del 2018) dichiara di non essere interessata alla richiesta di credito perché prevale un sentimento di scoraggiamento. Da una recente statistica della Bce emerge come, dopo la Grecia, l'Italia, Francia e Irlanda hanno la percentuale più alta di imprese che non nasconde di avere difficoltà nella richiesta di finanziamenti alle banche.

Sul calo del credito hanno inciso diversi fattori come ad esempio le cartolarizzazioni di prestiti in corso e lo smaltimento delle sofferenze. In dodici mesi sono state registrate operazioni di cartolarizzazioni per 16,3 miliardi, ammontare che ha portato la cifra complessiva da 122 a 138 miliardi di euro pari a una crescita del 13,36%. E' proseguita anche la tendenza della cessione delle sofferenze con il totale dei crediti deteriorati sceso, nel corso dell'ultimo anno, del 33,52%: lo stock era a 59 miliardi a giugno 2019 contro i 90 miliardi di giugno 2018.

È il segretario generale **della Fabi, Lando Maria Sileoni**, a ricordare come talvolta, per un prestito si arriva a chiedere garanzie «fino a cinque volte superiori l'importo iniziale. Non vengono quasi mai finanziate le idee degli imprenditori, così come invece avviene negli Stati Uniti e dei paesi anglosassoni».

Il ritorno costante agli utili, la crescita dei coefficienti patrimoniali e la vendita dei crediti deteriorati hanno consentito di ripulire i bilanci delle banche, riposizionando il settore tra i migliori in Europa. Ora il settore deve «impegnarsi - conclude **Sileoni** - per sostenere le economie dei territori rendendo più facile, snello ed efficace l'accesso al credito, oggi rallentato da un eccesso di garanzie richieste alla clientela».

