

DOSSIER BANCHE

DS6901

DS6901

COME CAMBIA IL SETTORE

Il credito cucito su misura grazie all'hi-tech

Accanto alla presenza sul territorio, prende piede un concetto di prossimità non fisica

LO STUDIO

Aumentano del 6% gli italiani che fanno ricorso all'home o al mobile banking

■ Ormai non è più un optional. Anche nel mondo bancario, la digitalizzazione è infatti parte integrante del quotidiano. L'ambito virtuale è diventato un prolungamento e un potenziamento di quello fisico, in un rinnovato contesto di sinergia in cui queste dimensioni si completano a vicenda. I tempi delle lunghe file davanti agli sportelli bancari appartengono ormai al passato, così come quelli dei servizi standardizzati per il correntista.

La trasformazione digitale delle banche ha infatti consentito a queste ultime di sviluppare soluzioni sempre più profilate sulle necessità e sulle richieste dei singoli clienti. Così, si è creato un nuovo rapporto di prossimità caratterizzato non da una vicinanza fisica ma da un contatto più immediato ed efficiente. E questa trasformazione è stata accolta con particolare favore: sono infatti sempre più numerosi i consumatori italiani disposti a utilizzare le funzioni digitali fornite dalle banche. A fronte di un riscontro processo di riduzione delle fi-

liali fisiche sui territori, il 66 per cento dei clienti utilizza almeno un canale digitale (il dato è in crescita di 3 punti rispetto al 2022) e il 57% usufruisce di quello mobile (più due punti). A rilevarlo è una recente ricerca dell'Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano, riferita all'anno 2023. Gli esiti dell'indagine hanno mostrato un utilizzo dei canali digitali comune tra tutte le fasce di utenti bancari, con un tasso di crescita costante. Sono aumentati del 6% gli italiani che ricorrono all'home banking o al mobile banking, mentre le transazioni online sono cresciute del 18 per cento. Da registrare anche un più 7% dei nuovi clienti acquisiti attraverso la sottoscrizione completamente digitale. Il fenomeno, in generale, riguarda anche la gestione finanziaria delle partite Iva e delle piccole e medie imprese.

In questo senso, l'evoluzione digital è diventata anche uno strumento in grado di potenziare la competitività degli istituti. A maggior ragione ora, con l'avvento dell'Intelligenza Artificiale che ha spalancato la strada a nuove categorie di servizi.

ML

