

Associazione  
per lo Sviluppo  
degli Studi di  
Banca e Borsa



Università Cattolica  
del Sacro Cuore

NANDO PAGNONCELLI

## **“ASPETTI REPUTAZIONALI DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI”**

Intervento tenuto nell'ambito del Seminario su:  
**“Scenari per l'industria bancaria e finanziaria:  
minacce e opportunità”**  
Castello dell'Oscano - Perugia, 18 marzo 2011

QUADERNO N. 260

Associazione  
per lo Sviluppo  
degli Studi di  
Banca e Borsa



Università Cattolica  
del Sacro Cuore

NANDO PAGNONCELLI

## **“ASPETTI REPUTAZIONALI DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI”**

Intervento tenuto nell'ambito del Seminario su:  
**“Scenari per l'industria bancaria e finanziaria:  
minacce e opportunità”**  
Castello dell'Oscano - Perugia, 18 marzo 2011

Sede: Presso Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano, Largo A. Gemelli, n. 1  
Segreteria: Presso Banca Popolare Commercio e Industria - Milano, Via Moscova, 33 - Tel. 62755.1  
Cassiere: Presso Banca Popolare di Milano - Milano, Piazza Meda n. 2/4 - c/c n. 40625

Per ogni informazione circa le pubblicazioni ci si può rivolgere alla Segreteria  
dell'Associazione - tel. 02/62.755.252 - E-mail: [assbb@bpci.it](mailto:assbb@bpci.it)  
sito web: [www.assbb.it](http://www.assbb.it)



## **Prof. Nando Pagnoncelli**

Presidente Ipsos Italia S.p.A.

### **Introduzione**

In occasione del convegno “Sadibatrentacinque” organizzato dall’Associazione per lo Sviluppo degli Studi di Banca e Borsa in collaborazione con l’Università Cattolica del Sacro Cuore, Ipsos ha realizzato un’indagine volta ad approfondire il tema della reputazione del sistema bancario presso i cittadini-clienti e comprendere quali sono gli elementi, i punti di forza su cui si basa.

L’indagine ha consentito di esplorare anche la capacità del sistema bancario di “raccontare” il proprio valore per l’intero sistema economico. L’indagine si è concentrata su tre grandi filoni:

- La **dinamica reputazionale** nel settore bancario e del credito.
- Come tale dinamica si differenzi in base alla “**tipologia**” di **utenza**, secondo due grandi assi:
  - Maggiore propensione allo strumento diretto (bancomat ..) o agli strumenti e-banking.
  - Livello di sofisticazione delle esigenze del cliente.
- **Aggiornamento delle principali variabili** già rilevate in passato, in particolare nel 2010.

L’attenzione dell’indagine si è focalizzata sui seguenti aspetti:

- Elementi di scenario.
- La relazione tra cittadini e banca.
- Valutazione del sistema bancario italiano (confronto del periodo pre-crisi e post-crisi).

- Valutazione della propria Banca principale:
  - Fiducia.
  - Valutazione del servizio offerto.
  - Visione per il futuro.
- I driver della reputazione.
- Le tipologie di utenti.

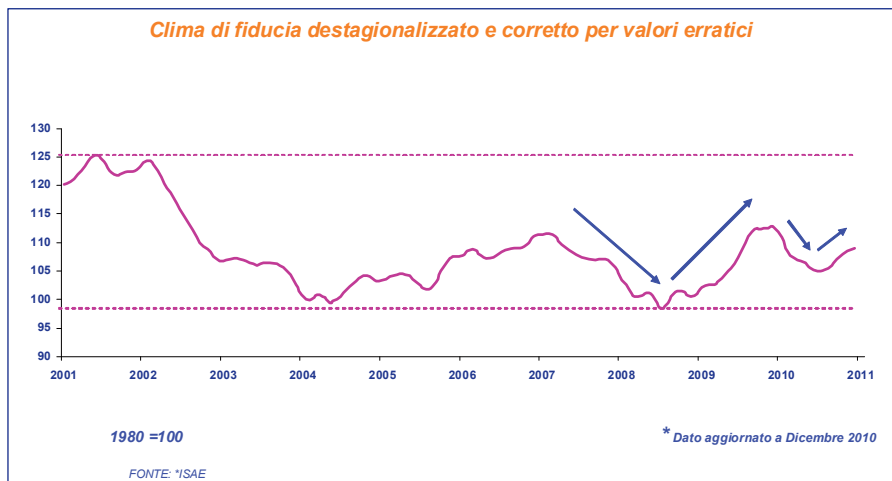
L'indagine è stata condotta presso la popolazione italiana maggiorenne (18 anni e più) residente in Italia; è stato selezionato un campione di 1000 individui, stratificato e casuale, in base a quote per sesso, età, area geografica ed ampiezza centro. Le interviste sono state condotte telefonicamente con l'ausilio del computer (metodologia CATI, computer assisted telephone interview).

In affiancamento ai dati relativi all'indagine ad hoc realizzata presso la popolazione nazionale, vengono riportati nel presente documento degli estratti dall'indagine **Global@dvisor** di Ipsos, relativi alla reputazione del sistema bancario in diversi Paesi del mondo confrontato con l'Italia. L'indagine viene realizzata in 23 Paesi, inclusa l'Italia; in ciascun Paese vengono realizzate 1000 interviste avvalendosi della metodologia on line (CAWI, computer assisted web interview). In ogni Paese il campione è rappresentativo della popolazione maggiorenne (18 anni e più) e selezionato in base a quote di sesso, età, area geografica, titolo di istruzione.

Completano il presente documento delle elaborazioni di dati derivanti dalla Banca dati Ipsos riguardo alla fiducia nelle istituzioni, nella banca e nella borsa, oltre ad evidenze tratte da altre indagini internazionali, nonché dalle indagini condotte per ACRI.

## 1. Il quadro generale del Paese: opinioni del pubblico e impatto della crisi

Il clima di fiducia nel Paese mostra deboli segnali di risalita da luglio 2010, non tali da riportare la fiducia ai livelli del periodo settembre 2009-gennaio 2010, quando gli italiani si attendevano una ripresa robusta e prossima.



Si amplificano nel 2011 le preoccupazioni degli italiani rispetto alla situazione politica, che mette in ombra i temi legati alla criminalità e all'immigrazione, temi spesso tra loro correlati. È pur vero che sono i “fatti” politici quelli maggiormente approfonditi dai nostri telegiornali, rispetto una tendenza europea a dare maggior visibilità ai temi economici.

**AGENDA TEMATICA DELLE NOTIZIE NEI TELEGIORNALI PUBBLICI EUROPEI**  
 (Edizione di prima serata, 2010), in %

	UE	ITALIA	GERMANIA	GRAN BRETAGNA	FRANCIA	SPAGNA
		RAI 1	ARD	BBC ONE	FRANCE 2	TVE
Economia	16,1%	8,8%	16,9%	17,0%	18,7%	19,2%
Politica	13,9%	18,2%	15,4%	15,0%	11,8%	9,1%
Esteri e Politica estera	12,6%	6,2%	20,1%	9,4%	14,0%	13,1%
Questioni sociali e Giustizia	7,7%	7,3%	7,1%	6,7%	7,8%	9,5%
Sport	7,0%	5,1%	6,8%	10,0%	8,8%	4,2%
Ambiente	6,1%	7,4%	5,8%	4,2%	7,1%	6,1%
Guerra e terrorismo	5,9%	3,9%	4,1%	8,5%	6,7%	6,5%
Criminalità	5,9%	11,9%	1,5%	7,6%	4,2%	4,5%
Cultura e spettacolo	5,9%	7,1%	3,3%	2,4%	6,6%	10,1%
Meteo	5,7%	3,3%	10,2%	7,5%	3,7%	3,7%
Costume e società	5,3%	12,8%	1,9%	2,7%	3,0%	5,9%
Scienza e Salute	4,0%	3,3%	3,6%	4,8%	4,2%	4,0%
Cronaca - Incidenti	3,9%	4,7%	3,3%	4,2%	3,4%	4,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Osservatorio Europeo sulla Sicurezza, rilevazione dell'Osservatorio di Pavia

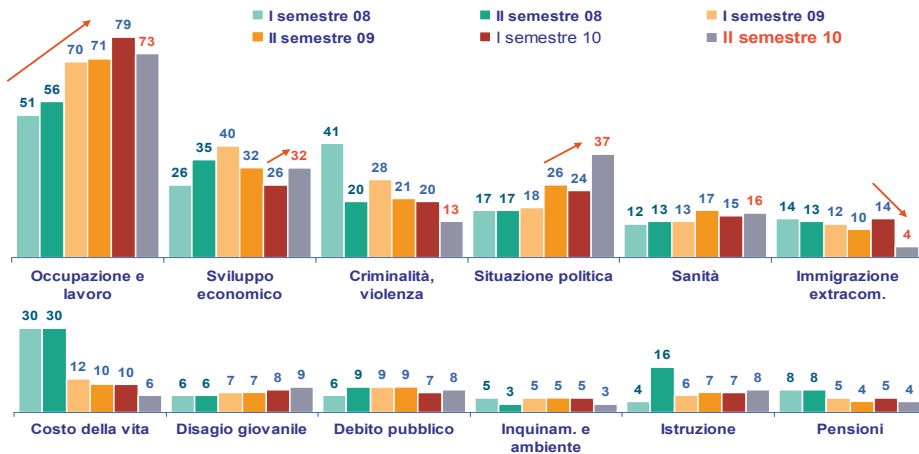
Rimane comunque l'occupazione il problema recepito come più urgente – che ha toccato da vicino un quarto della popolazione – insieme ad una diffusa preoccupazione che tutti questi problemi possano ostacolare lo sviluppo economico del Paese; si avverte però una lieve “inversione di tendenza” tra le preoccupazioni sul lavoro (in calo) e quelle sullo sviluppo (in crescita), che potrebbero sottendere minori preoccupazioni circa la perdita del posto di lavoro.



## Le preoccupazioni degli Italiani: occupazione, politica e sviluppo

Quali sono i problemi più urgenti oggi in Italia? (principali risposte spontanee – trend)

Valori %



FONTE: Banca dati Ipsos

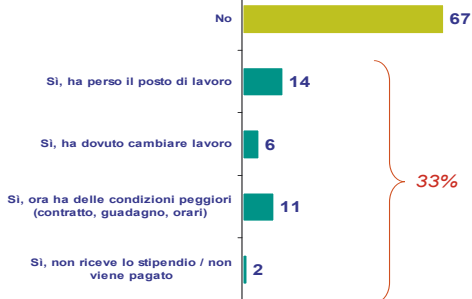
BASE: Campione: 1000 casi popolazione over 18



## Gravità e durata della crisi internazionale

Lei o qualcuno del suo nucleo familiare è stato colpito direttamente dalla crisi negli ultimi 12 mesi riguardo il lavoro?

Valori %



Di chi si tratta?

Nucleo Familiare	Valore %
Dell'intervistato stesso	10
Dei coniuge	5
Di uno dei genitori	3
Di uno dei figli	8
Di un altro parente	9

2010: 18%

25%

2010: 23.5%

Base: Totale intervistati (1000)

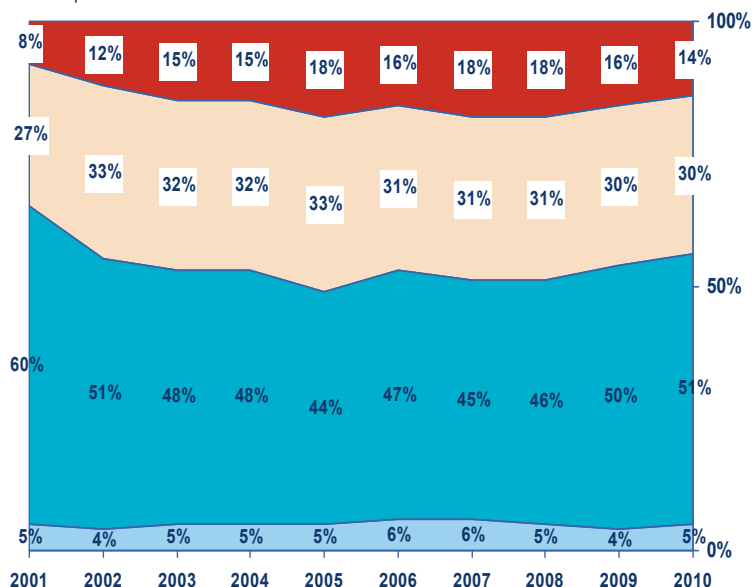


Nell'insieme si delinea un cittadino più preoccupato del futuro del Paese ma che mostra al contempo dei segnali di miglioramento circa la propria situazione personale: il 56% si dichiara soddisfatto rispetto alla propria situazione economica, nonostante una parte di essi non sia comunque riuscito a risparmiare: solo il 36% dichiara di esserci riuscito e solo il 35% ha visto migliorare il proprio tenore di vita o l'ha mantenuto con facilità. La crisi può aver comunque condotto gli italiani a modificare i parametri di valutazione del proprio benessere.



## Soddisfazione riguardo la personale situazione economica

Lei quanto è soddisfatto della Sua attuale situazione economica?



Soddisfatti (Molto+ Abbastanza)	
2010:	56%
2009:	54%
2008:	51%
2007:	51%
2006:	53%
2005:	49%
2004:	53%
2003:	53%
2002:	55%
2001:	65%

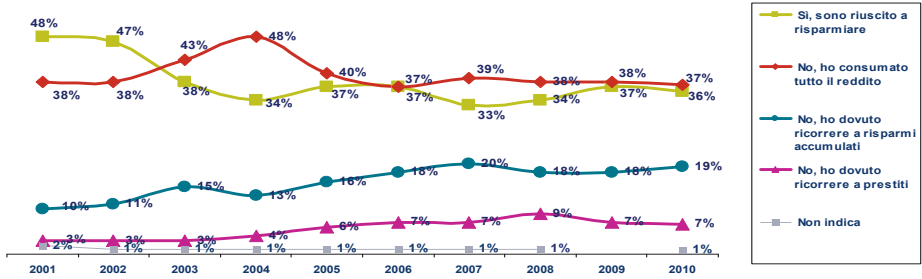
- Per niente soddisfatto
- Poco soddisfatto
- Abbastanza soddisfatto
- Molto soddisfatto

Base: Totale intervistati (1000) FONTE: \* Indagine ACRI (Ottobre 2010)

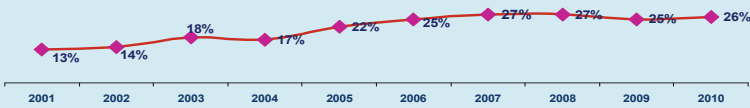
## Risparmio negli ultimi 12 mesi

Negli ultimi 12 mesi Lei/la sua Famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?

Valori %



**Famiglie in saldo negativo**



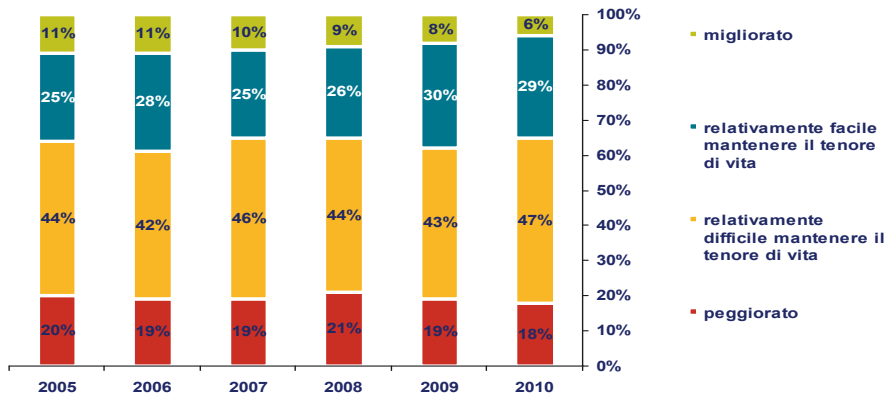
Base: Totale intervistati (1000)

FONTE: \* Indagine ACRI (Ottobre 2010)

## Il tenore di vita negli ultimi 2 – 3 anni

Riguardo al tenore di vita della sua famiglia, negli ultimi 2-3 anni Lei direbbe che ...

Valori %



Base: Totale intervistati (1000)

FONTE: \* Indagine ACRI (Ottobre 2010)

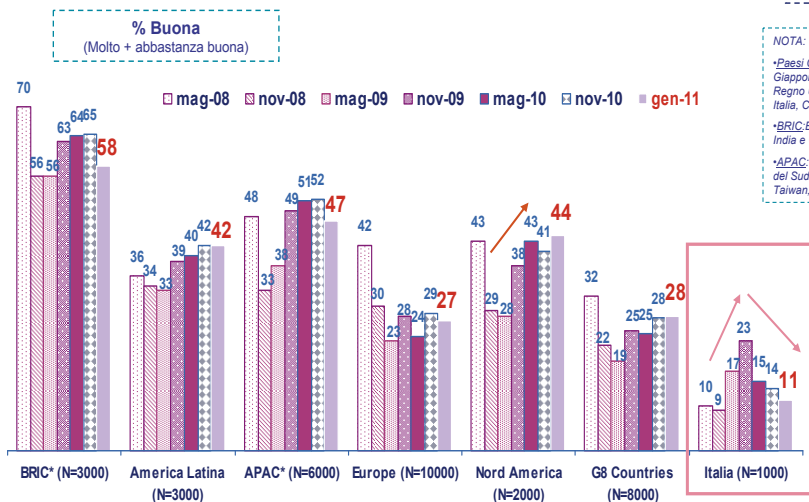
Se la propria condizione economica è ritenuta soddisfacente per il 56% degli Italiani, pensando alla situazione globale del Paese, la percentuale dei soddisfatti scende all'11%, la più bassa nel contesto internazionale, inferiore di 16 punti percentuali della media europea.

Questo sentore di un Paese in cattiva salute è certamente legato alle ridotte aspettative rispetto ad una rapida uscita dalla crisi che appare oggi agli occhi degli italiani ancora più grave, e più lenta rispetto al passato. Si aggiunga a ciò l'esperienza che accomuna un quarto degli italiani, che hanno vissuto all'interno del proprio nucleo familiare la perdita del lavoro di uno dei componenti.

## Valutazione della condizione economica del proprio Paese: Confronto tra aree geografiche

Riferendosi alla situazione economica del Paese in cui vive, come la descriverebbe?

Valori %



NOTA:

\*Paesi G8: USA, Giappone, Germania, Regno Unito, Francia, Italia, Canada e Russia

\*BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

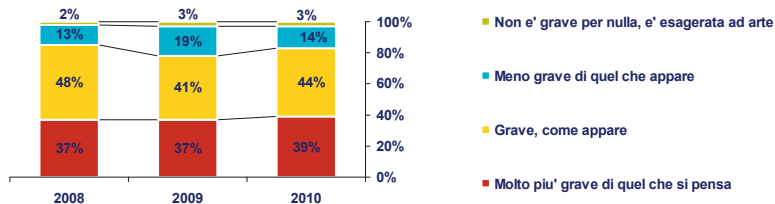
\*APAC: Giappone, Corea del Sud, Hong Kong, Taiwan, Cina ed India

Nota: i dati sono stati ripercenzualizzati in assenza di non sa

Base: totale intervistati in ogni paese (N=1000) FONTE: \*Sondaggio Ipsos Global @divisor (Gennaio 2011)

Valori %

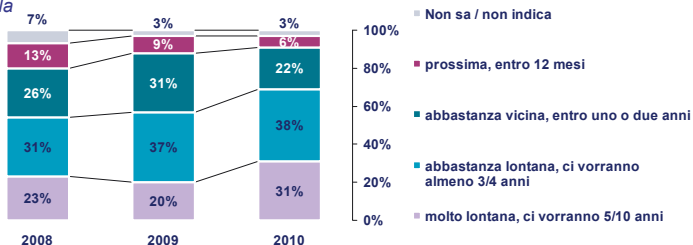
In questi giorni si è parlato molto della crisi finanziaria. Secondo lei tale crisi è ...



Se pensa alla soluzione della crisi, lei la vede ...

Aspettativa:  
Oltre 4 anni  
di crisi

Nota: I dati sono stati ripercentualizzati in assenza di non sa



Base: Totale intervistati (1000) FONTE: \* Indagine ACRI (Ottobre 2010)

## 2. Il settore bancario: aspetti reputazionali

In questo scenario di crisi il settore bancario riesce a migliorare la propria considerazione, ancora contenuta ma in miglioramento di 6 punti percentuali rispetto al 2009. Permangono però alcuni segnali negativi: una fiducia ancora bassa nel settore che si lega ad un peggioramento, nel corso del 2010, della percezione dello stato di salute del settore bancario: all'inizio del 2010 era il 36% della popolazione a percepire il settore bancario come un settore in uscita dalla crisi e quindi in "buona salute", mentre a fine 2010, questa percentuale si è abbassata al 28%.



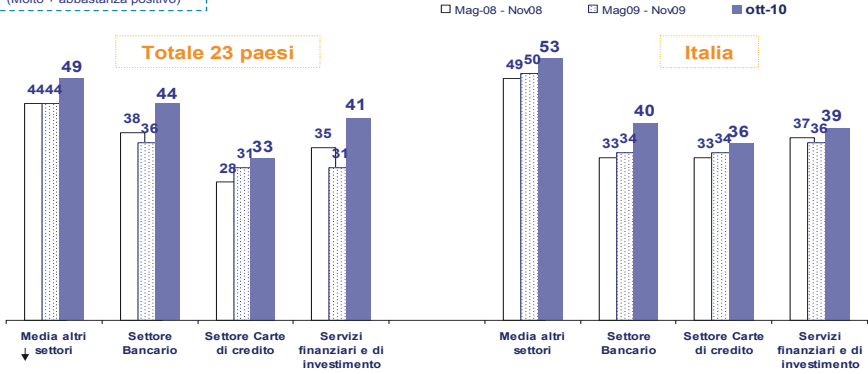
## Opinione generale favorevole rispetto ai settori economici

### Totale 23 paesi < - > Italia

La prego di indicare la Sua **opinione generale** sulle seguenti industrie e settori...

Valori %

% Positivo  
(Molto + abbastanza positivo)



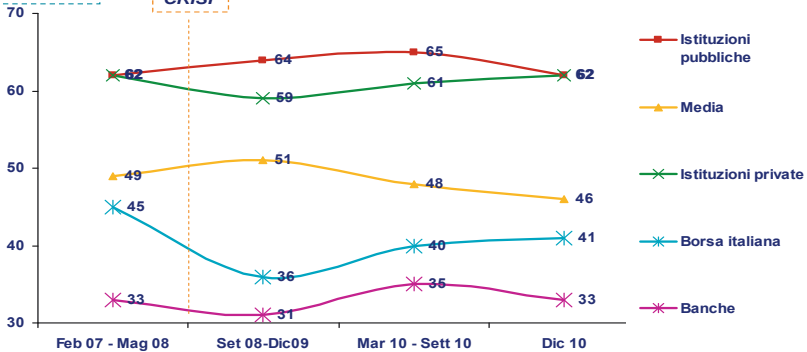
(media 08-10 di tutti gli altri settori dell'industria, commercio e servizi; telecomunicazioni, trasporto etc..)

Base: totale intervistati in ogni paese (N=1000) FONTE: \*Sondaggio Ipsos Global @divisor (Ottobre 2010)



## Indice di fiducia nelle istituzioni economiche/politiche: Trend delle singole istituzioni pre e post crisi

% hanno fiducia  
Voto 6-8

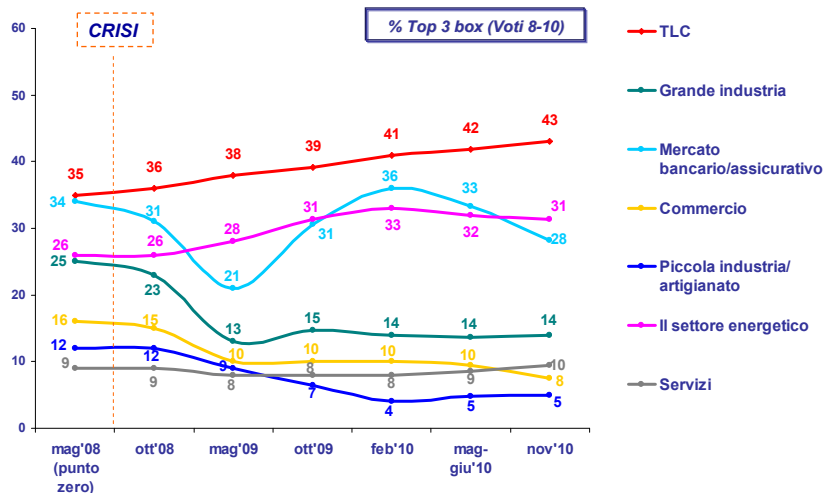


Valori ripercalcolati in assenza di mancate risposte

FONTE: Banca dati Ipsos BASE: Campione: 1000 casi popolazione over 18

Secondo lei quanto godono di buona salute i seguenti settori?

[Scala 1-10, dove 1= per niente, 10= moltissimo] Risposta sollecitata, singola



BASE: Campione 1000 casi popolazione over 18 FONTE: Banca dati Ipsos

Sulla reputazione, più positiva, del sistema bancario, influisce probabilmente il riconoscimento da parte della popolazione, di un maggior impegno rispetto al passato nel sostegno di famiglie e imprese, soprattutto di più piccole dimensioni; ciò può essere anche legato alla minore enfasi mediatica della stretta creditizia. Nonostante ciò, le valutazioni negative rispetto al supporto fornito ai clienti nei momenti di difficoltà, espresse da più del 50% della popolazione, dimostrano che lo sforzo fin qui fatto non è considerato ancora sufficiente.

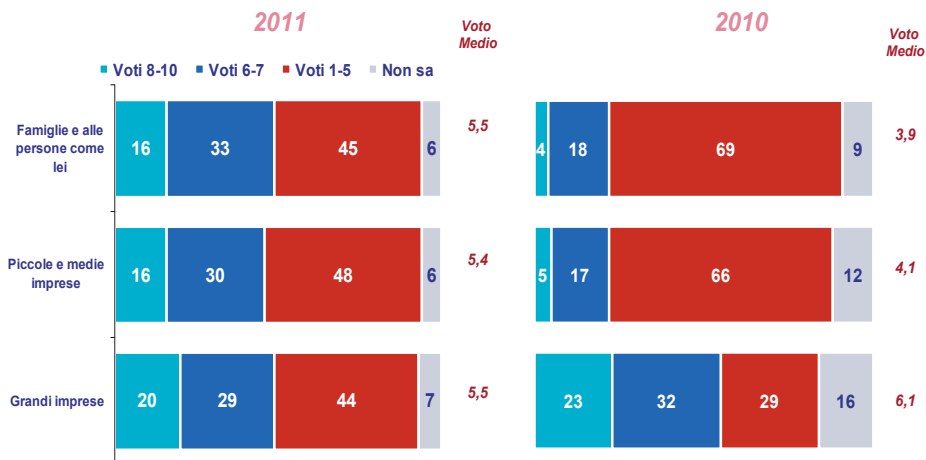
## Valutazione del **sostegno** del SISTEMA BANCARIO ITALIANO a famiglie e imprese durante la crisi

Secondo lei, in questo momento di crisi, il sistema bancario quanto ha offerto sostegno finanziario ai seguenti soggetti? Nel rispondere pensi ai finanziamenti, ai mutui... ?

Valori %

(1 → per nulla d'accordo 10 → completamente d'accordo)

**Il Sistema bancario italiano ha offerto molto sostegno alle:**



BASE: Coloro che hanno un conto corrente, home banking, telephone banking o sono intenzionati ad aprire un conto corrente (876)

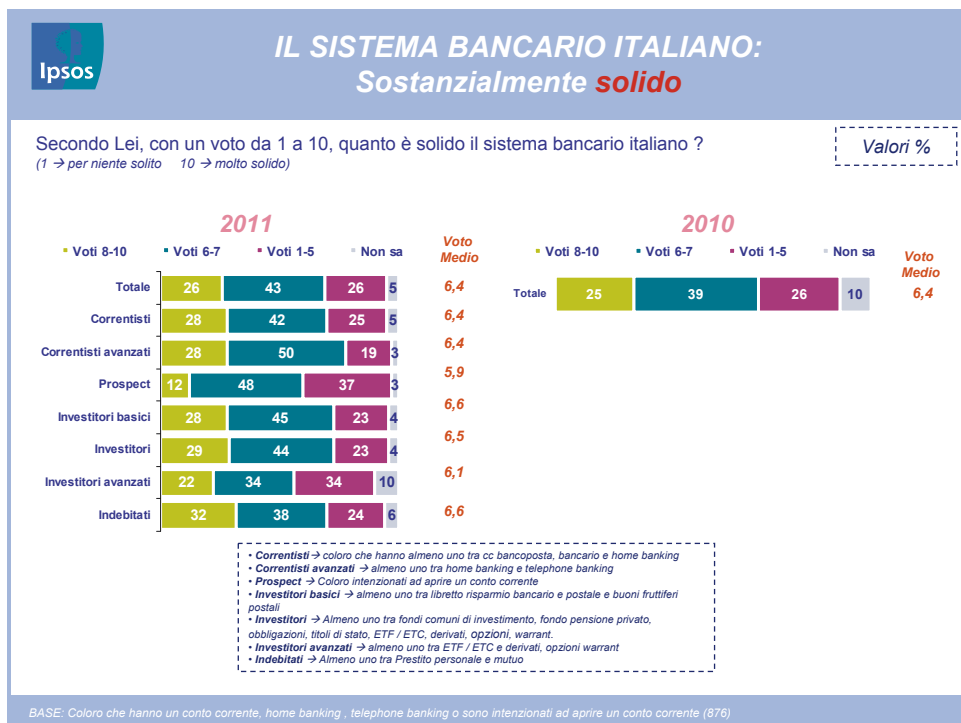
Il sistema bancario italiano viene considerato sostanzialmente solido. Le valutazioni circa la sua solidità variano però all'interno della popolazione a seconda dei prodotti bancari posseduti.

La popolazione è stata divisa nei seguenti sette gruppi:

- **Correntisti** → coloro che hanno almeno uno tra c/c bancoposta, bancario e home banking.
- **Correntisti avanzati** → almeno uno tra home banking e telephone banking.
- **Prospect** → Coloro intenzionati ad aprire un conto corrente.

- **Investitori basici** → almeno uno tra libretto risparmio bancario e postale e buoni fruttiferi postali.
- **Investitori** → Almeno uno tra fondi comuni di investimento, fondo pensione privato, obbligazioni, titoli di stato, ETF / ETC, derivati, opzioni, warrant.
- **Investitori avanzati** → almeno uno tra ETF / ETC e derivati, opzioni warrant.
- **Indebitati** → Almeno uno tra prestito personale e mutuo.

La minor fiducia è stata espressa dagli investitori avanzati e dai prospect – gli intenzionati ad aprire un conto corrente – quindi nei due target che, a diverso modo, risultano essere strategici per il settore bancario. Il dato è comunque costante rispetto al 2010.





### 3. Il rapporto con la propria banca tra competenza del personale e servizi innovativi

Quattro italiani su cinque posseggono un conto corrente.

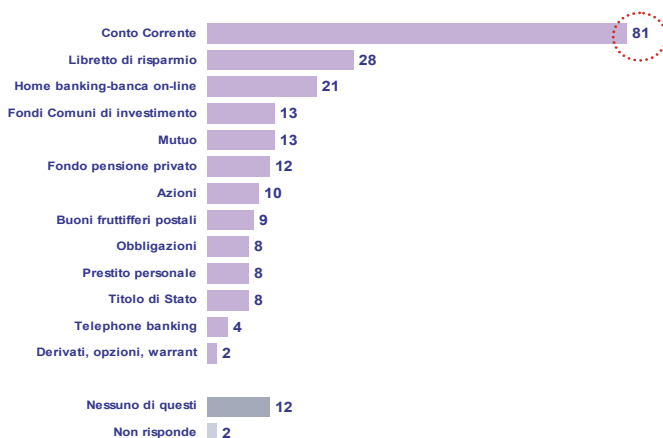
Il panorama della clientela delle banche in Italia è costituito prevalentemente da clienti tradizionali (49%), che necessitano ancora del contatto diretto con il personale della banca e che dimostrano ancora una certa reticenza nell'utilizzo dei servizi telematici, ad esclusione del bancomat, verso il quale dimostrano un utilizzo abituale. Il 33% è invece aperto alle nuove tecnologie, se pur utilizzandole con una frequenza ridotta; prevalentemente rappresentano la parte della popolazione più benestante e istruita. Sono invece solo il 4% della clientela coloro che si possono descrivere come innovativi, con un utilizzo prevalente dei servizi bancari telematici. Infine, rimane un importante 14% della clientela che si definisce chiuso all'utilizzo di qualsiasi strumento bancario che non implichi il coinvolgimento del personale di agenzia, con una certa prevalenza della popolazione più anziana.



#### Prodotti posseduti

Quale dei seguenti prodotti possiede, da solo o in comune con familiari?

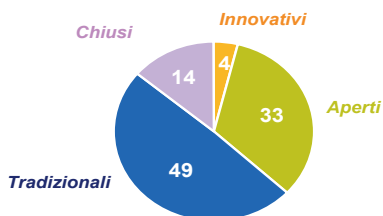
Valori %



BASE: Totale Intervistati (1000)

## Tipologia di clientela rispetto la fruizione di servizi automatizzati

Valori %



Durante l'analisi sono stati rilevati 4 tipologie di Cluster in base all'utilizzo dei servizi bancari:

**Innovativi** → Coloro che utilizzano prevalentemente i servizi di Home banking o Telephone banking

• **Aperti** → Utilizzano Home e Telephone banking unitamente ai canali più tradizionali

• **Tradizionali** → Usano solo il Bancomat come strumento alternativo alla relazione diretta

• **Chiusi** → Non usano il Bancomat, prelievo in filiale

	TOTALE	Uomo	Donna	18-24	25-34	35-54	55 +	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud+Isole
Innovativi	4	5	3	5	7	3	3	4	6	2	3
Aperti	33	40	25	34	37	41	21	40	27	36	26
Tradizionali	49	44	55	41	45	48	55	44	58	48	50
Chiusi	14	11	17	20	11	8	21	12	9	14	21

BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

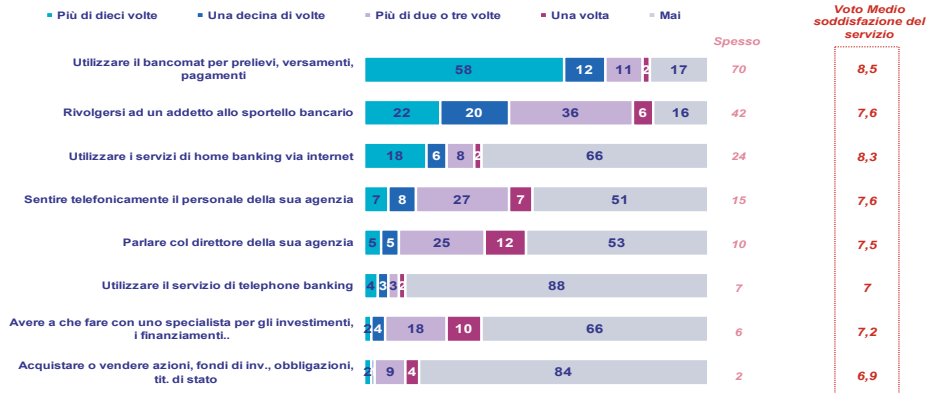
Come si evidenzia anche dal grafico riportato sotto, il bancomat è entrato nelle abitudini e stili di vita dei cittadini, supportato da una diffusione capillare, di certo maggiore rispetto alle carte di credito, capace di veicolare la percezione di una maggior sicurezza e semplicità d'uso.

È da rimarcare che, il 24% dei correntisti utilizza spesso i servizi web based, anche se tra coloro che rientrano tra gli "aperti" alle nuove tecnologie, è molto più frequente è il contatto diretto con il personale dell'agenzia.

## Modalità di fruizione della propria banca negli ultimi 12 mesi

Considerando l'ultimo anno, quante volte le è capitato di ...

Valori %



BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

## Modalità di fruizione della propria banca negli ultimi 12 mesi

Considerando l'ultimo anno, quante volte le è capitato di ...

Valori %

	% Spesso (almeno una decina di volte l'anno)	Tipologie di User			
		Totale	Innovativi	Aperti	Tradizionali
Utilizzare il bancomat per prelievi, versamenti, pagamenti	70	54	88	80	-
Rivolgersi ad un addetto allo sportello bancario	41	26	44	41	40
Utilizzare i servizi di home banking via internet	24	91	62	-	-
Sentire telefonicamente il personale della sua agenzia	15	9	23	13	7
Parlare direttamente col direttore della sua agenzia	9	3	13	8	8
Utilizzare il servizio di telephone banking	6	19	17	-	-
Avere a che fare con uno specialista per gli investimenti, i finanziamenti..	6	10	12	4	1
Acquistare o vendere azioni, fondi di investimento, obbligazioni, titoli di stato	3	3	8	1	2

BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

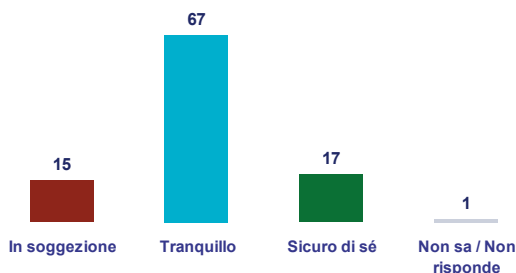
**Domina ormai una certa tranquillità nella relazione con la propria banca**, legata anche al fatto di una abituale relazione con il personale di banca. Ad esso ci si indirizza quando si necessita di informazioni sui prodotti finanziari o servizi, sia per il riconoscimento di una loro competenza, sia per l'auto percepirsi, se non principianti della finanza, sicuramente in media nazionale, privi di una adeguata consapevolezza degli strumenti esistenti, dei vantaggi e svantaggi ad essi legati.

La **soggezione** verso la banca è maggiormente diffusa tra i più giovani e tra coloro che sono meno avvezzi all'utilizzo degli strumenti telematici.

**Ipsos** *Relazione con la banca: Tranquillità o soggezione?*

In generale quando ha a che fare con una banca, lei si sente soprattutto ...

Valori %



	Età					Tipologia di User			
	Totale	18-24	25-34	35-54	55 +	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
In soggezione	15	20	18	13	15	6	12	15	19
Tranquillo	67	63	65	66	68	74	67	68	65
Sicuro di sé	17	13	17	21	15	17	21	16	14
Non sa/Non risponde	1	4	-	-	2	3	-	1	2

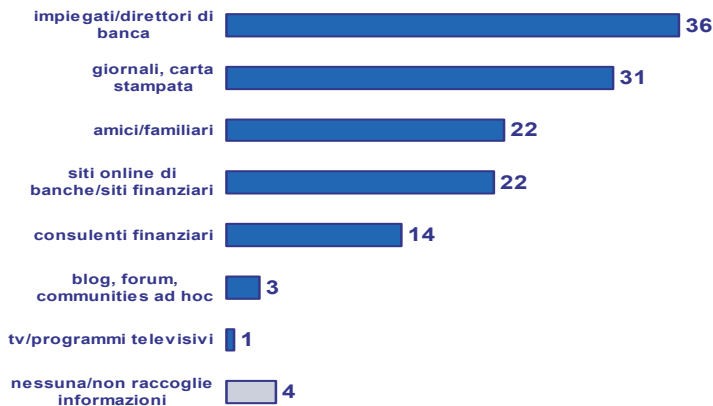
BASE: Coloro che hanno un conto corrente, home banking, telephone banking o sono intenzionati ad aprire un conto corrente (876)

La tranquillità della relazione è data anche dal fatto che il personale oggi rappresenta ancora la primaria fonte informativa, nonostante molti, pur percependosi poco esperti, amano fare "da soli". Fondamentale risulta quindi essere la qualità ed affidabilità delle informazioni.

## Le fonti utilizzate per raccogliere informazioni sui prodotti finanziari

Valori %

DEM9 Quale fonte utilizza per raccogliere informazioni sui prodotti finanziari? (non leggere, random, multipla)



BASE: Totale campione (1000)

## L'autonomia nelle decisioni finanziarie e il livello di esperienza auto-riferito

Valori %

D5. Parliamo sempre delle forme di credito (mutui, credito al consumo, prestiti personali, carte revolving, ecc.) che vengono erogate dagli istituti finanziari. Lei, rispetto a questo argomento, come si definirebbe? (risposta singola)

D31. Per quanto riguarda le decisioni da prendere sui finanziamenti a cui ricorrere/a cui ricorrerebbe, Lei...?

	Auto-percezione di sé riguardo alle forme di credito				A rischio: 49%
	Un esperto	Uno che se la cava	Nella media	Principianti	
Decide in piena autonomia/da solo	1	4	7	9	
Chiede consiglio a qualcuno che ritiene più esperto, ma poi è Lei a decidere	1	7	13	33	
Si affida generalmente a qualcuno che ritiene più esperto	0	2	4	16	
Non indica	0	0	0	3	
<b>TOTALE (100%)</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>24</b>	<b>61</b>	

BASE: Conoscitori di almeno una forma di credito (996)

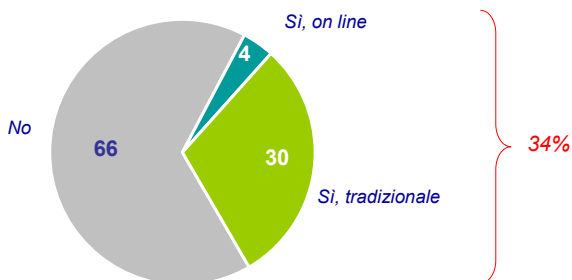
Coloro che oggi non possiedono un conto corrente, non l’hanno perché non ne avvertono la necessità, dichiarando di non essere intenzionati ad aprirlo a breve. Quando si considera probabile l’apertura, ci si indirizza, almeno inizialmente, al canale tradizionale. È da notare che, se la decisione non arriva prima dei 35 anni, difficilmente arriverà in seguito.



## Intenzione di aprire un CC da parte dei non possessori: 35 anni l’età discriminante

Nei prossimi anni Lei pensa che aprirà un conto corrente ...

Valori %



	TOTALE	Uomo	Donna	18-24	25-34	35-54	55 +	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud+Isole
No	66	54	72	37	38	70	88	78	77	77	54
On line	4	7	2	11	6	3	-	6	4	-	4
Tradizionale	30	39	26	52	56	27	12	16	19	23	42

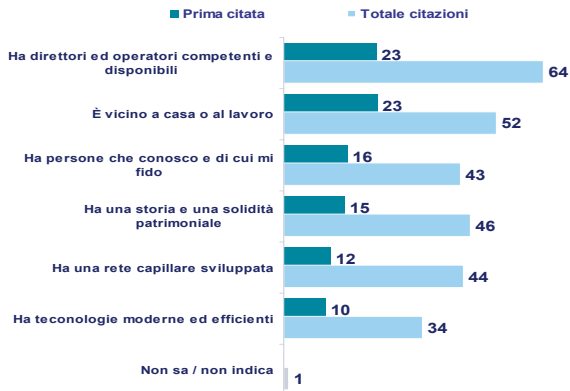
BASE: Coloro che non hanno un conto corrente, home banking, telephone banking (187)

Come si è già detto parlando delle fonti informative, **competenza** del personale e **prossimità** sono gli elementi che condizionano la scelta della propria banca. La diversa **tipologia di fruizione influenza le caratteristiche che i soggetti razionalmente valutano nella scelta della propria banca**: tecnologia per gli innovativi, solidità patrimoniale per gli “Aperti”, prossimità fisica e competenze per i “Tradizionali”, conoscenza diretta e prossimità per coloro che sono “Chiusi” all’innovazione.

## Aspetti dichiarati importanti nel valutare una banca: Competenza e Prossimità

Nel valutare una banca, quali aspetti sono più importanti per Lei?

Valori %

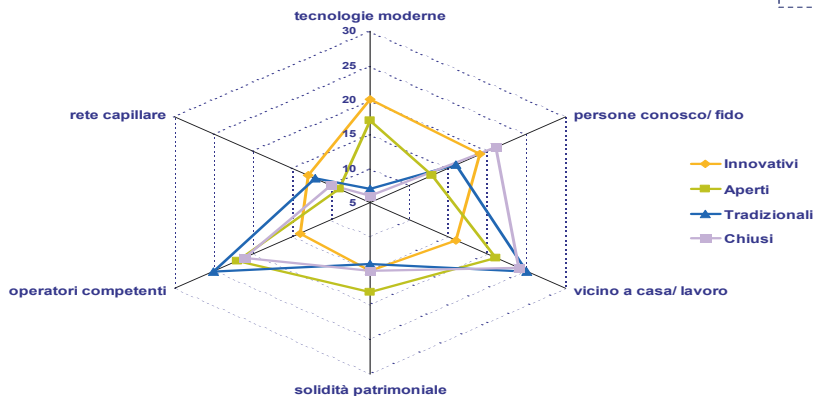


BASE: Coloro che hanno un conto corrente, home banking, telephone banking o sono intenzionati ad aprire un conto corrente (876)

## Aspetti dichiarati importanti per valutare una banca: Differenze tra i cluster

Nel valutare una banca, quali aspetti sono più importanti per Lei?

Valori %



BASE: Coloro che hanno un conto corrente, home banking, telephone banking o sono intenzionati ad aprire un conto corrente (876)

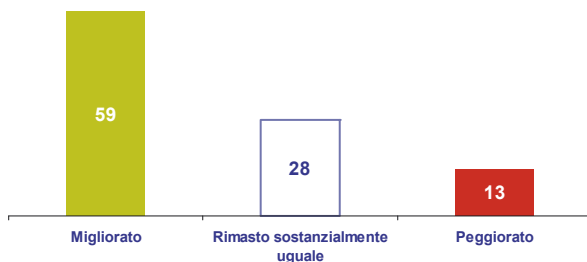
Nell'analisi dei servizi offerti dalla propria banca, il 60% degli intervistati ne condivide un generale miglioramento, che viene però declinato diversamente a seconda della tipologia di user e delle specifiche sensibilità: è principalmente un miglioramento riscontrato nei servizi automatizzati fra gli “**innovativi**” e gli “**aperti**”; è fondamentalmente un miglioramento della competenza, cortesia e professionalità del personale bancario per i “**tradizionali**” e i “**chiusi**”.



## Trend dei **servizi** della propria banca

Rispetto a 10 anni fa, secondo lei il servizio offerto dalla sua banca è migliorato o peggiorato?

Valori %



	Professione					Tipologia di User				
	TOTALE	Direttiva	Autonomo	Esecutiva	Pensionato	Non lavora	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
Migliorato	59	63	54	68	49	54	67	72	54	43
Rimasto Uguale	28	33	27	22	31	35	17	19	30	44
Peggiorato	13	4	19	10	20	11	16	9	16	13

BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)



## In che cosa il servizio è MIGLIORATO

Cosa è migliorato soprattutto?

Valori %

Servizio Migliorato 59%		Totale	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
<b>AUTOMAZIONE</b>	<b>68</b>	<b>78</b>	<b>82</b>	58	48	
<i>I servizi automatizzati (pos, bancomat)</i>	36	21	38	39	24	
<i>I servizi on line e telefonici</i>	35	69	61	12	16	
<i>Velocità nelle procedure, la burocrazia</i>	21	28	16	25	20	
<b>PERSONALE - ORGANIZZAZIONE</b>	<b>59</b>	<b>52</b>	<b>47</b>	<b>66</b>	<b>72</b>	
<i>La disponibilità e cortesia del personale della banca</i>	35	23	28	43	32	
<i>La professionalità del personale di banca</i>	30	29	22	33	46	
<i>La capacità di consigliare, offrire consulenza</i>	15	5	14	15	23	
<b>OFFERTA</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>37</b>	<b>27</b>	
<i>Gli orari di apertura</i>	16	15	12	22	9	
<i>I costi dei servizi</i>	11	18	12	11	8	
<i>I servizi di investimento</i>	6	-	6	6	9	
<i>I servizi di finanziamento, mutui</i>	6	-	6	5	10	
Tutto	3	4	2	4	-	
Non sa	1	4	1	1	2	

BASE: Coloro che dichiarano che il servizio della propria banca è migliorato (418)

## In che cosa il servizio è PEGGIORATO

Cosa è peggiorato soprattutto?

Valori %

Servizio Peggiorato 13%		Totale	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
<b>OFFERTA</b>	<b>62</b>	51	62	69		
<i>I costi dei servizi</i>	47	nd	43	49	45	
<i>I servizi di finanziamento, mutui</i>	13	nd	17	13	7	
<i>I servizi di investimento</i>	13	nd	13	11	19	
<i>Gli orari di apertura</i>	7	nd	8	8	6	
<b>PERSONALE - ORGANIZZAZIONE</b>	<b>47</b>	47	47	44		
<i>La disponibilità e cortesia del personale della banca</i>	27	nd	26	26	38	
<i>La professionalità del personale di banca</i>	24	nd	26	23	25	
<i>La capacità di consigliare, offrire consulenza</i>	13	nd	13	11	19	
<b>AUTOMAZIONE</b>	<b>34</b>	58	33	18		
<i>Velocità nelle procedure, la burocrazia</i>	28	nd	40	28	18	
<i>I servizi automatizzati (pos, bancomat)</i>	7	nd	13	7	-	
<i>I servizi on line e telefonici</i>	5	nd	23	-	-	
Altro	6	nd	-	6	13	
Non sa	2	nd	-	2	5	

Nota: Il cluster Innovativi in questa domanda ha basi esigue

BASE: Coloro che dichiarano che il servizio della propria banca è peggiorato (110)

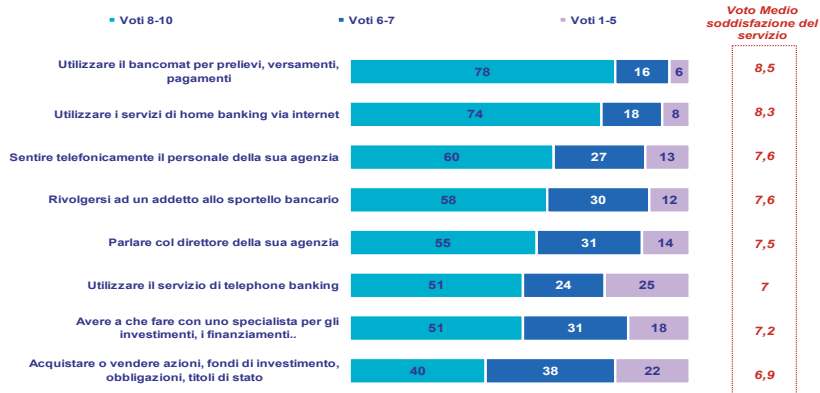
# La valutazione dei servizi fruiti con la propria banca è in generale buona, come buona appare la relazione con la banca e il suo personale.



## Soddisfazione circa la fruizione della propria banca

E tutto sommato quanto è rimasto soddisfatto ...

Valori %



BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)



## Soddisfazione circa la fruizione della propria banca

E tutto sommato quanto è rimasto soddisfatto ...

Voto Medio

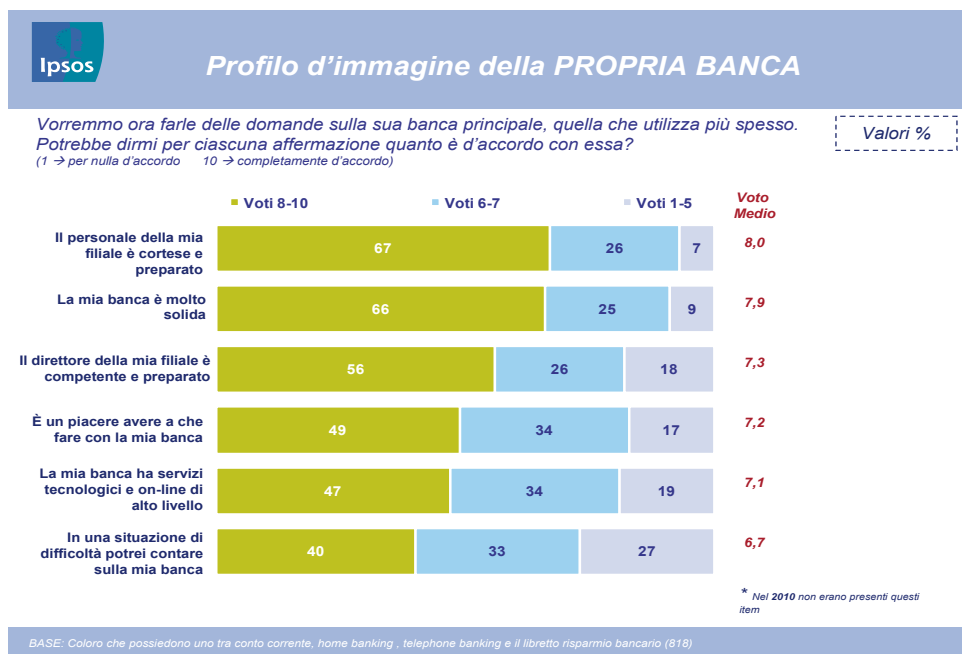
	Genere			Età				Tipologia di Cluster			
	Totale	Uomo	Donna	18-24	25-34	35-54	55+	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
Utilizzare il <b>bancomat</b> per prelievi, versamenti, pagamenti	8,5	8,3	8,8	8,4	8,5	8,6	8,5	8,7	8,7	8,4	--
Utilizzare i servizi di <b>home banking</b> via internet	8,3	8,2	8,4	8,2	8,6	8,3	7,9	8,9	8,2	--	--
Sentire <b>telefonicamente il personale</b> della sua agenzia	7,7	7,5	7,9	7,6	7,4	7,8	7,6	7,9	7,8	7,6	7,6
Rivolgersi ad un addetto allo <b>sportello</b> bancario	7,6	7,4	7,7	7,6	7,6	7,6	7,6	7,7	7,6	7,6	7,7
Parlare col <b>direttore</b> della sua agenzia	7,5	7,3	7,7	7,8	7,5	7,7	7,2	7,0	7,6	7,6	6,9
Utilizzare il servizio di <b>telephone banking</b>	7,0	7,1	6,8	7,5	6,8	7,3	6,3	6,0	7,1	--	--
Avere a che fare con uno <b>specialista</b> per gli investimenti, i finanziamenti..	7,2	7,0	7,5	7,5	7,1	7,4	7,1	6,2	7,2	7,6	6,3
Acquistare o vendere <b>azioni, fondi di investimento, obbligazioni, titoli di stato</b>	6,9	6,9	6,8	7,4	6,3	7,0	6,9	6,5	7,1	6,7	6,6

BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

La buona considerazione della propria banca passa attraverso il personale di banca, giudicato cortese e preparato, e attraverso la competenza del Direttore di agenzia; indirettamente il giudizio positivo è molto influenzato dal **percepito di solidità della propria banca**.

Rimane invece da migliorare, il ruolo di “sostegno” in caso di difficoltà offerto dalla banca, che aveva già evidenziato la propria debolezza a livello di sistema bancario globale.

Più di un cliente su quattro non si sentirebbe supportato nella situazione di difficoltà, e uno su tre non ne sarebbe molto sicuro.



Vorremmo ora farle delle domande sulla sua banca principale, quella che utilizza più spesso.  
Potrebbe dirmi per ciascuna affermazione quanto è d'accordo con essa?

Voto medio

(1 → per nulla d'accordo 10 → completamente d'accordo)

	Genere			Età				Tipologia di Cluster			
	Totale	Uomo	Donna	18-24	25-34	35-54	55 +	Innovativi	Aperti	Tradizionali	Chiusi
Il personale della mia filiale è cortese e preparato	8,0	7,8	8,1	7,8	7,9	7,9	8,2	7,9	7,8	8,1	8,1
La mia banca è molto solida	7,9	7,9	7,9	7,7	7,8	8,0	7,9	7,6	8,0	7,8	8,0
Il direttore della mia filiale è competente e disponibile	7,3	7,1	7,4	7,4	7,3	7,3	7,2	6,7	7,1	7,3	7,6
È un piacere avere a che fare con la mia banca	7,2	7,0	7,4	7,1	6,9	7,2	7,4	6,9	7,0	7,3	7,5
La mia banca ha servizi tecnologici e on-line di alto livello	7,1	7,2	6,9	6,8	7,0	7,2	6,9	7,1	7,7	6,7	6,7
In una situazione di difficoltà potrei contare sulla mia banca	6,7	6,5	6,8	6,7	6,6	6,6	6,8	6,4	6,5	6,8	6,8
Ho un giudizio estremamente positivo della mia banca	7,4	7,3	7,5	7,3	7,3	7,3	7,5	7,1	7,4	7,3	7,5
Negli ultimi mesi ho raccolto delle informazioni al fine di cambiare banca	3,1	3,2	3,0	3,1	3,2	3,3	2,8	4,0	3,4	3,0	2,6

BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

In uno scenario in cui, la positiva relazione con la propria banca aiuta a veicolare un'immagine positiva del settore bancario, stante anche il permanere di uno stato economico di crisi, la propensione a **cambiare banca** è alquanto limitata, e i più propensi sono i soggetti maggiormente tecnologici, per i quali il legame col brand appare minore e che danno poco peso alla relazione col personale di banca.

Vorremmo ora farle delle domande sulla sua banca principale, quella che utilizza più spesso.  
Potrebbe dirmi per ciascuna affermazione quanto è d'accordo con essa?  
(1 → per nulla d'accordo 10 → completamente d'accordo)

Valori %

■ Voti 8-10      ■ Voti 6-7      ■ Voti 1-5

**Negli ultimi mesi ho raccolto  
delle informazioni al fine di  
cambiare banca**



**2010**



BASE: Coloro che possiedono uno tra conto corrente, home banking, telephone banking e il libretto risparmio bancario (818)

## Conclusioni

In uno scenario di crisi che non accenna a scomparire, le banche in Italia continuano a godere genericamente di una fiducia contenuta, anche se il sistema bancario nel suo complesso denota una percezione migliore che in passato, ed ancor più che in passato si avverte una propensione all'affidamento alla propria banca.

Il sistema, più che l'anno scorso, sembra essere più incline al sostegno ad imprese e famiglie; probabilmente questo elemento è anche legato al ridimensionamento del dibattito in tema sui media.

La solidità del sistema non è messa in discussione nel complesso, anche se il settore sembra dover fronteggiare una situazione difficile: se all'inizio del 2010 sembrava aver superato le proprie criticità, ora sembra godere di una salute cagionevole, sia pur in un corpo di robusta costituzione.

La fruizione dei servizi bancari polarizza sempre più i clienti: a fronte di un 4% che ormai svolge le operazioni prevalentemente in via telematica (“innovativi”), abbiamo un restante 33% di “aperti” alle nuove tecnologiche, pur continuando a fruire parallelamente dei servizi offerti nel modo tradizionale; il 49% del campione ha come suo principale strumento tecnologico il bancomat (“tradizionali”), mentre rimane un importante 14% “chiuso” ad ogni forma non diretta, e che svolge ancora ogni tipo di operazione allo sportello.

È più che positiva la valutazione dei servizi che i clienti fruiscono dalla propria banca, ed in generale buona è la valutazione delle caratteristiche specifiche della propria banca. La soggezione verso la banca è avvertita solo in una parte del campione: in generale tra i più giovani e tra coloro che sono più anziani e prediligono il contatto diretto.

La tipologia di fruizione influenza anche le caratteristiche che i soggetti razionalmente valutano nella scelta: tecnologia per gli “innovativi”, solidità patrimoniale per gli “aperti” prossimità fisica e competenze per i “tradizionali”, conoscenza diretta e prossimità per coloro che sono “chiusi” allo sportello. È da notare però come la solidità giochi un ruolo fondamentale

nella fidelizzazione, in quanto è fortemente correlata alla positiva valutazione dell'istituto.

Gli intervistati ritengono che i servizi offerti dalla propria banca siano migliorati negli ultimi anni (60% migliorati contro il 13% di peggiorati, per gli altri è rimasto identico): ciò ha riguardato l'automazione (specie per "innovativi" ed "aperti") ma anche il personale (specie per "tradizionali" e "chiusi"). Miglioramenti inferiori si hanno con riferimento all'orario di apertura degli sportelli e ai costi del servizio erogato.

Il personale ha un ruolo fondamentale per tutti i clienti, anche quelli più evoluti, che nel momento in cui hanno delle esigenze specifiche valutano in modo estremamente positivo competenza e disponibilità delle persone. Per i "tradizionali" e per i "chiusi" – che insieme rappresentano ancora quasi due terzi dei bancarizzati – il ruolo del personale da importante diviene discriminante: sono le persone cui i clienti si affidano, spesso consci della loro scarsa dimestichezza con la materia.

Riguardo al futuro, se da una parte ci si attende una maggiore spinta verso l'automazione, dall'altra i più vorrebbero miglioramenti nell'area costi e la velocizzazione delle procedure.

La propensione a cambiare banca è alquanto limitata: i più propensi sono i soggetti maggiormente tecnologici.

**ADERENTI ALLA ASSOCIAZIONE  
PER LO SVILUPPO DEGLI STUDI DI BANCA E DI BORSA**

Alba Leasing S.p.A.  
Allianz Bank Financial Advisors, S.p.A.  
Anima SGR S.p.A.  
Asset Banca S.p.A.  
Associazione Nazionale per le Banche Popolari  
Banca Agricola Commerciale della Repubblica di San Marino  
Banca Agricola Popolare di Ragusa  
Banca Aletti & C. S.p.A.  
Banca di Bologna  
Banca della Campania S.p.A.  
Banca Carige S.p.A.  
Banca Carime S.p.A.  
Banca Cassa di Risparmio di Asti S.p.A.  
Banca CR Firenze S.p.A.  
Banca Fideuram S.p.A.  
Banca del Fucino  
Banca di Imola S.p.A.  
Banca per il Leasing - Italease S.p.A.  
Banca di Legnano S.p.A.  
Banca delle Marche S.p.A.  
Banca Mediolanum S.p.A.  
Banca del Monte di Parma S.p.A.  
Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.  
Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.  
Banca della Nuova Terra S.p.A.  
Banca di Piacenza  
Banca del Piemonte S.p.A.  
Banca Popolare dell'Alto Adige  
Banca Popolare di Ancona S.p.A.  
Banca Popolare di Bari  
Banca Popolare di Bergamo S.p.A.  
Banca Popolare di Cividale  
Banca Popolare Commercio e Industria S.p.A.  
Banca Popolare dell'Emilia Romagna  
Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio  
Banca Popolare di Lodi S.p.A.  
Banca Popolare di Marostica  
Banca Popolare del Mezzogiorno S.p.A.  
Banca Popolare di Milano  
Banca Popolare di Novara S.p.A.  
Banca Popolare di Puglia e Basilicata  
Banca Popolare Pugliese  
Banca Popolare di Ravenna S.p.A.  
Banca Popolare di Sondrio  
Banca Popolare di Spoleto S.p.A.  
Banca Popolare Valconca  
Banca Popolare di Verona - S. Geminiano e S. Prospero S.p.A.  
Banca Popolare di Vicenza  
Banca Regionale Europea S.p.A.  
Banca di San Marino  
Banca di Sassari S.p.A.  
Banca Sella S.p.A.  
Banca del Sud S.p.A.  
Banco di Brescia S.p.A.  
Banco di Desio e della Brianza  
Banco Popolare Scpa  
Banco di San Giorgio S.p.A.  
Banco di Sardegna S.p.A.  
Barclays Bank Plc  
Carichieti S.p.A.  
Carifermo S.p.A.  
Cariromagna S.p.A.  
Cassa Lombarda S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno S.p.A.  
Cassa di Risparmio in Bologna S.p.A.



Cassa di Risparmio di Cento S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Ferrara S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Foligno S.p.A.  
Cassa di Risparmio Friuli Venezia Giulia S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Ravenna S.p.A.  
Cassa di Risparmio della Repubblica di S. Marino  
Cassa di Risparmio di San Miniato S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Savona S.p.A.  
Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A.  
Cassa di Risparmio del Veneto S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Venezia S.p.A.  
Cassa di Risparmio di Volterra S.p.A.  
Cedacri S.p.A.  
Centrobanca S.p.A.  
Cerved Group S.p.A.  
Credito Artigiano S.p.A.  
Credito Bergamasco S.p.A.  
Credito Emiliano S.p.A.  
Credito del Lazio S.p.A.  
Credito di Romagna S.p.A.  
Credito Siciliano S.p.A.  
Credito Valtellinese  
CSE - Consorzio Servizi Bancari  
Deutsche Bank S.p.A.  
Eticredito Banca Etica Adriatica  
Euro Commercial Bank S.p.A.  
Federazione Lombarda Banche di Credito Cooperativo  
Federcasse  
Intesa SanPaolo S.p.A.  
Istituto Centrale Banche Popolari Italiane  
Mediocredito Trentino Alto Adige S.p.A.  
Pravex Bank PJSCCB  
SEC Servizi Scpa  
SIA-SSB S.p.A.  
UBI Banca Scpa  
UBI Banca Private Investment S.p.A.  
UBI Pramerica SGR S.p.A.  
UGF Banca S.p.A.  
Unicredit Banca S.p.A.  
Unicredit Credit Management Bank S.p.A.  
Unicredit Banca di Roma S.p.A.  
Unicredito Italiano S.p.A.  
Unione Fiduciaria S.p.A.  
Veneto Banca Holding Scpa

#### *Amici dell'Associazione*

Arca SGR S.p.A.  
Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno  
Casse del Centro S.p.A.  
Centro Factoring S.p.A.  
Finsibi S.p.A.  
Fondazione Cassa di Risparmio di Biella S.p.A.

## ELENCO DEGLI ULTIMI QUADERNI PUBBLICATI

PER L'ELENCO COMPLETO DELLE PUBBLICAZIONI ASSBB CONSULTARE IL SITO  
[www.assbb.it](http://www.assbb.it)

**I testi precedenti sono disponibili a richiesta.**

- N. 250** “BANCA, IMPRESA E MERCATI: LA SFIDA DELLO SVILUPPO”  
C. Faissola - M. Perini - G. Vegas - aprile 2009
- N. 251** “QUALE BANCA DOPO LA CRISI”  
M. Lossani - A. Baglioni - E. Beccalli - P. Bongini - E. Panetta - A. Sironi - marzo 2009
- N. 252** “NUOVE REGOLE PER UN’ATTIVITÀ BANCARIA ETICA.”  
“COMPORTAMENTI DEL BUON BANCHIERE”  
T. Bianchi - marzo 2010
- N. 253** “LE BANCHE NELL’ATTUALE MERCATO E L’OPINIONE DEI CLIENTI”  
N. Pagnoncelli - aprile 2010
- N. 254** “LA GESTIONE DEL CREDITO NELL’ATTUALE FASE ECONOMICA”  
F. Bellotti - D. Gronchi - F. Kerbaker - marzo 2010
- N. 255** “LA CONGIUNTURA, LA DINAMICA DEL CREDITO E LA STRUTTURA FINANZIARIA DELLE IMPRESE”  
M. Lossani - F. De Novellis - F. Panetta - G. De Felice - giugno 2010
- N. 256** “REGOLE E MERCATO”  
V. Conti - I. Visco - C. Faissola - giugno 2010
- N. 257** “LA GESTIONE DEL CREDITO NELL’ATTUALE FASE ECONOMICA”  
G. Vaciago - E. La Monica - V. Massiah - L. Moscatelli - C. Salvatori - luglio 2010
- N. 258** “LEZIONI SULLA FORMAZIONE DEL SISTEMA BANCARIO ITALIANO”  
G. Conti - A. Cova - S. La Francesca - dicembre 2010
- N. 259** “ANSIA PER I DEBITI SOVRANI: UNA QUESTIONE MORALE PER LE BANCHE”  
T. Bianchi - marzo 2011



Capriolo Venturini - Caleppio di Settala (Mi)  
Aprile 2011



