



SALONE DEI PAGAMENTI
SESSIONE «QUANDO IL PAGAMENTO CREA VALORE»
28 NOVEMBRE 2024

Il piacere di pagare (?!)_

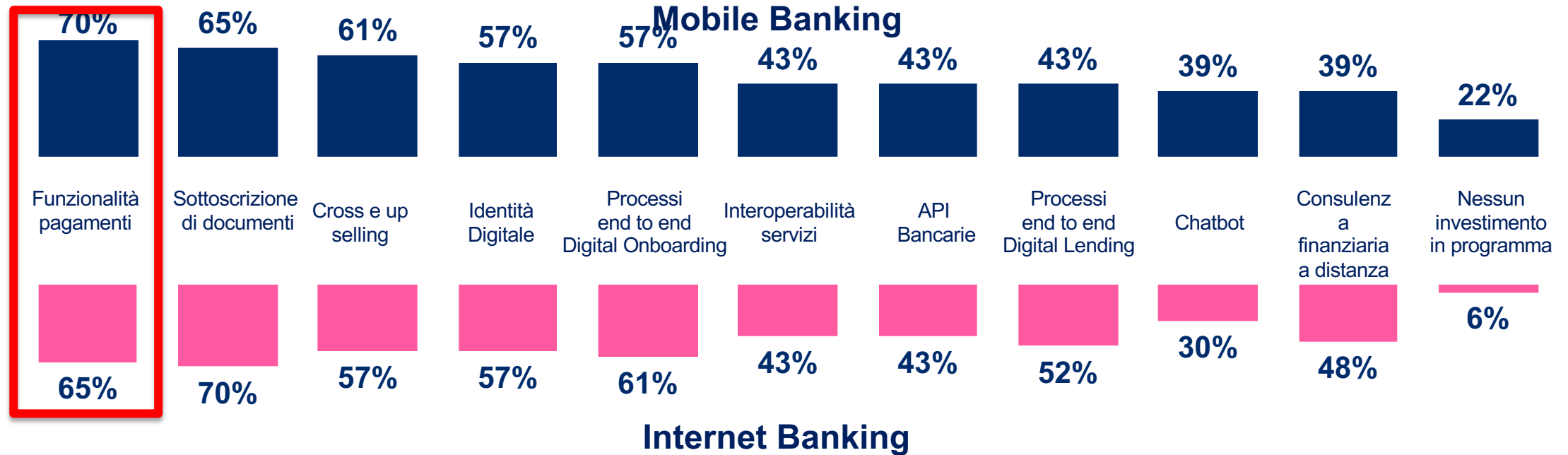
Giulio Murri, Co-Responsabile Ricerca e Coordinatore Digital Transformation ABI Lab

L'agenda del Digital Banking

Le aree sulle quali lavorare per erogare servizi digitali entro la fine del 2024*

Campione: 23 Banche / Gruppi rispondenti

D: Quali sono le aree sulle quali lavorerete per i servizi di Digital Banking da qui alla fine del 2024?



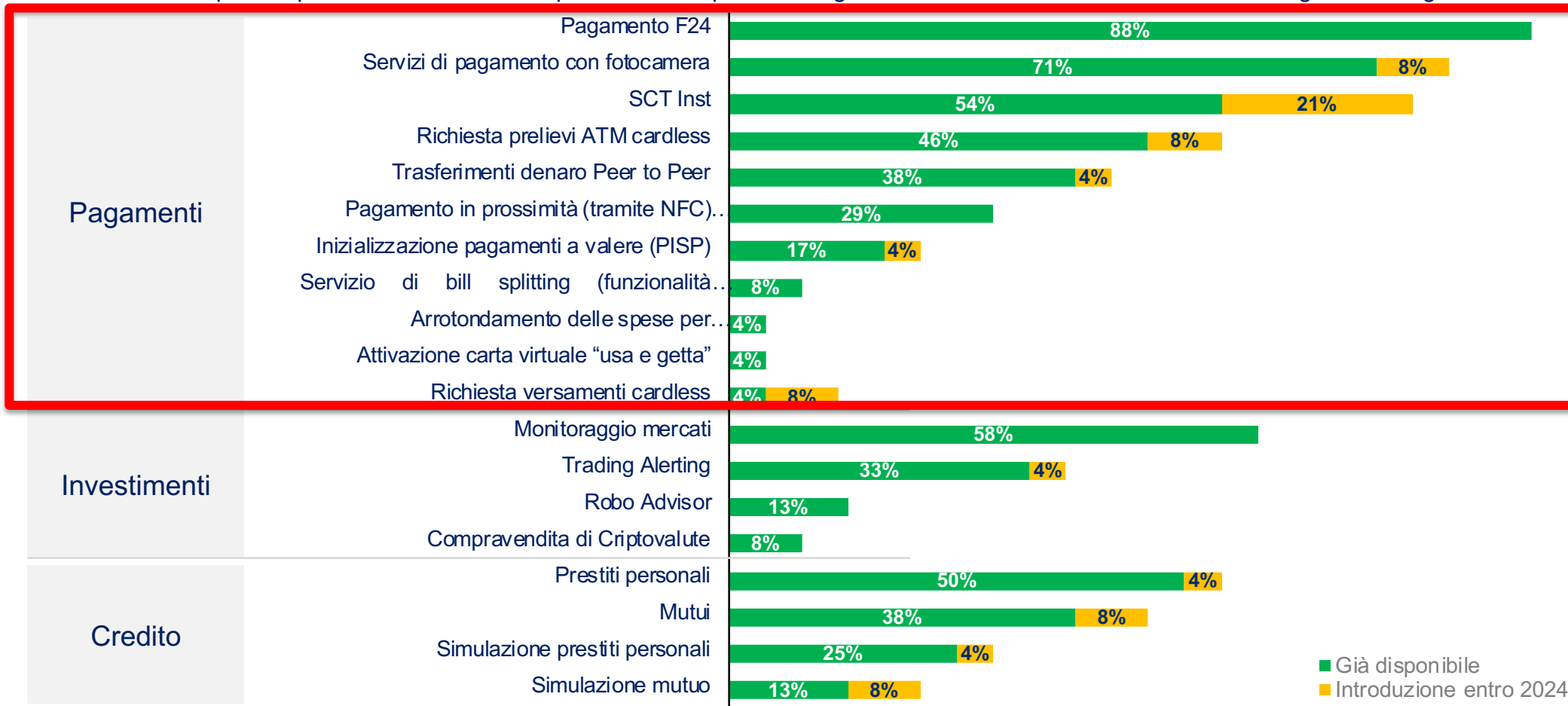
*La rappresentazione grafica non rappresenta il totale delle aree proposte nel questionario in quanto contenente le 10 principali aree rilevate dalle analisi.

I pagamenti nell'ambito dell'offerta digitale

Le funzionalità previste all'interno dell'App di Mobile Banking*

Campione: 24 Banche / Gruppi rispondenti

D: Sono disponibili/prevedete di rendere disponibile una o più delle seguenti funzionalità all'interno dei canali di Digital Banking?



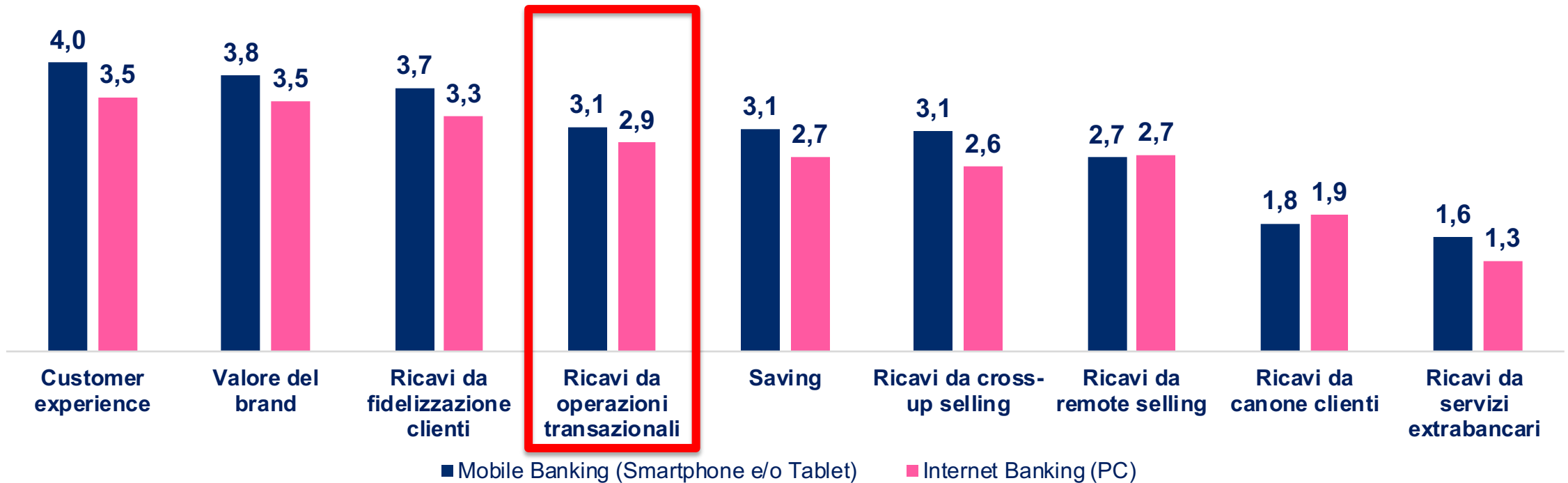
Nota: Non sono state prese in esame alcune funzionalità di base di cui è scontata la presenza, scegliendo di focalizzare l'attenzione su altri servizi, alcuni già a un buon livello di maturità, altri introdotti più recentemente con una connotazione più "innovativa". La distribuzione delle funzionalità offerte su portali di Internet Banking è simile a quanto mostrato per l'App di Mobile Banking

— Alla ricerca del valore

Vantaggi in termini di ritorno sugli investimenti

Campione: 21 Banche / Gruppi rispondenti

D: Secondo la vostra percezione, dove i canali di Digital Banking hanno apportato maggiori vantaggi in termini di ritorno sull'investimento?

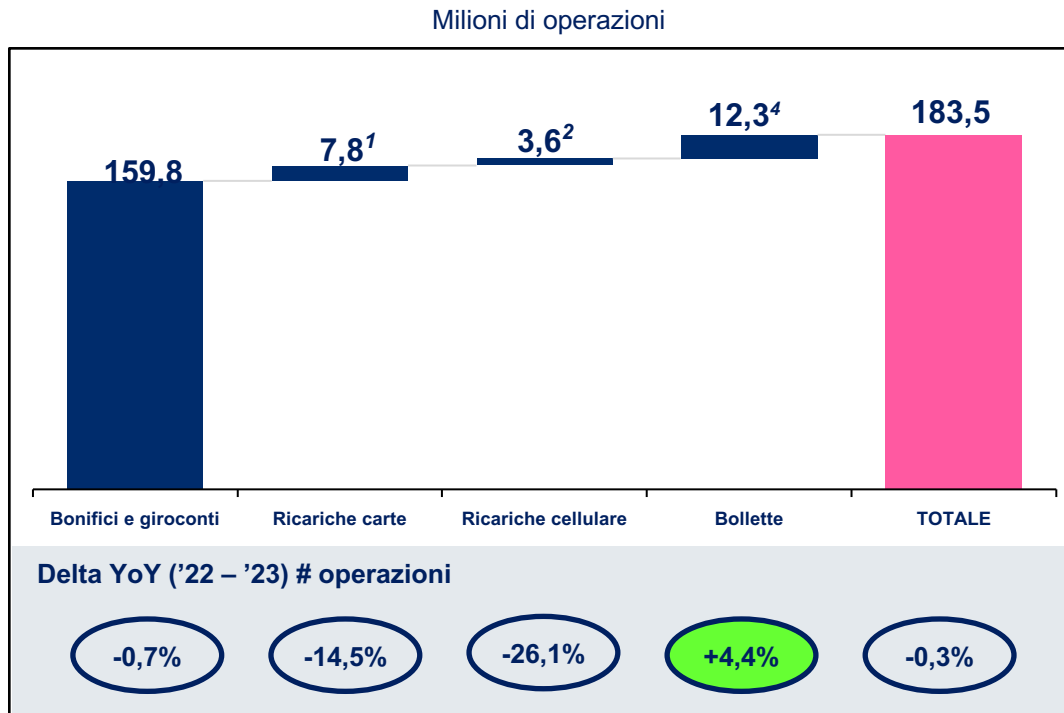
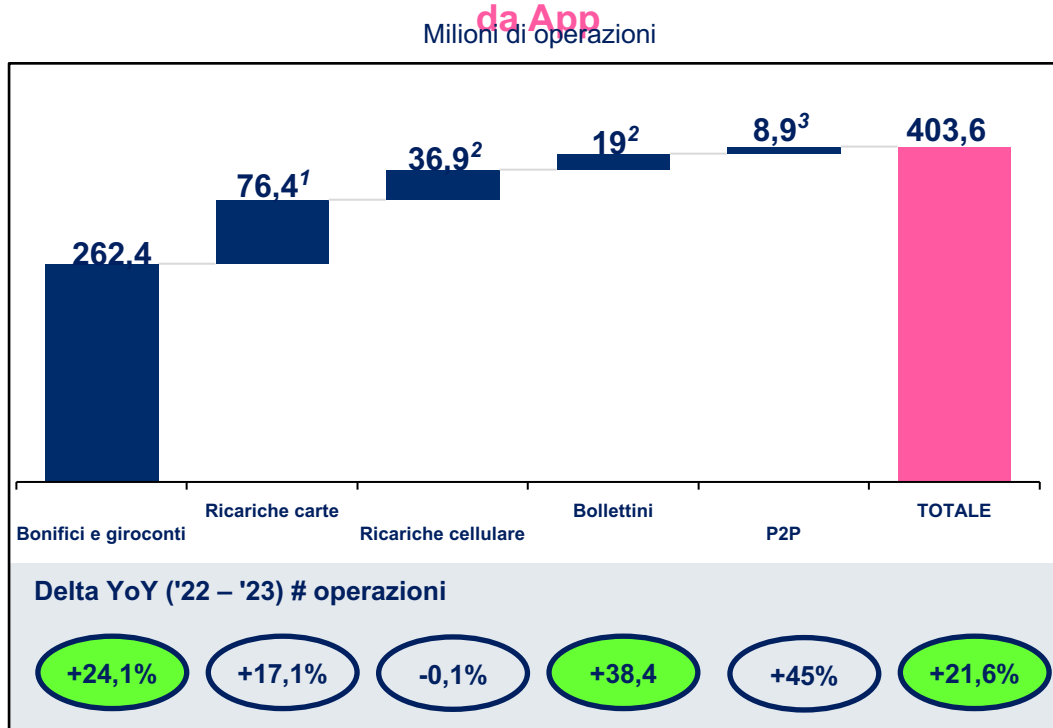


* Range di valutazione: 1-5

– Un’onda crescente (da Mobile soprattutto)

Numero operazioni effettuate su Mobile Banking da App divise per categoria su totale operazioni effettuate su Mobile Banking da App

Numero operazioni effettuate da Portale Web divise per categoria su totale operazioni effettuate da Portale Web



Campione: 23 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante

¹**Campione:** 19 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante

²**Campione:** 21 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante

³**Campione:** 7 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante

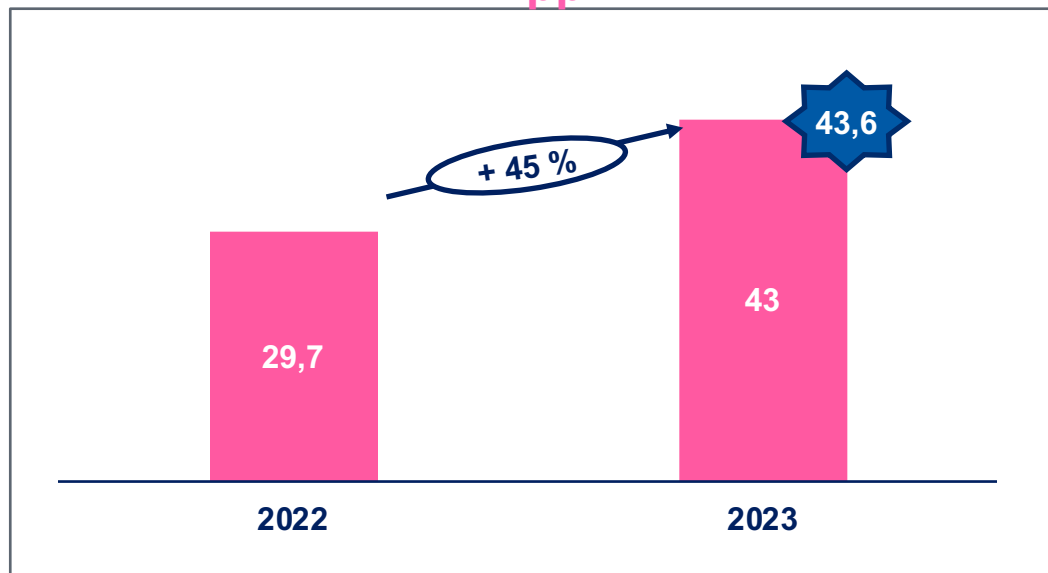
⁴**Campione:** 22 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante

Il totale operazioni effettuate sia da Mobile Banking che Portale Web è inteso come la somma delle categorie di operazioni rappresentate. Altre categorie di operazioni non rientrano dunque nel totale

Focus: bonifici istantanei

Bonifici istantanei su Mobile Banking da

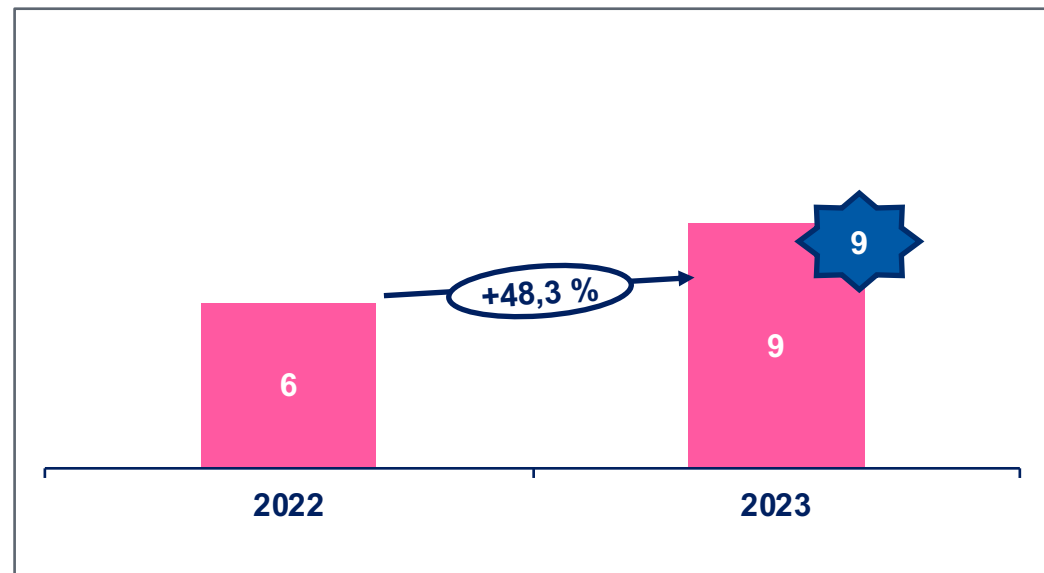
Milioni di Bonifici



Campione: 13 Banche/Gruppi rispondenti nel 2023 ()
12 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante.

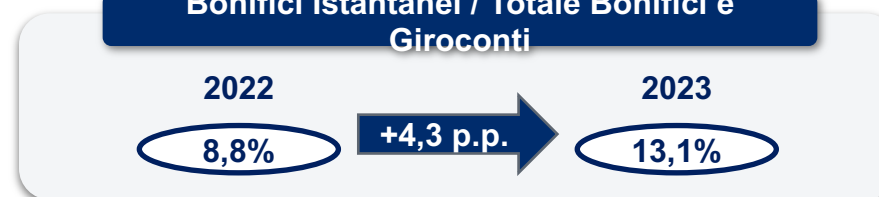
Bonifici istantanei su Internet Banking da Portale Web

Milioni di Bonifici



Campione: 13 Banche/Gruppi rispondenti nel 2023 ()
13 Banche/Gruppi rispondenti per il campione costante.

Bonifici Istantanei / Totale Bonifici e Giroconti



Campione: 14 Banche/Gruppi rispondenti a campione costante

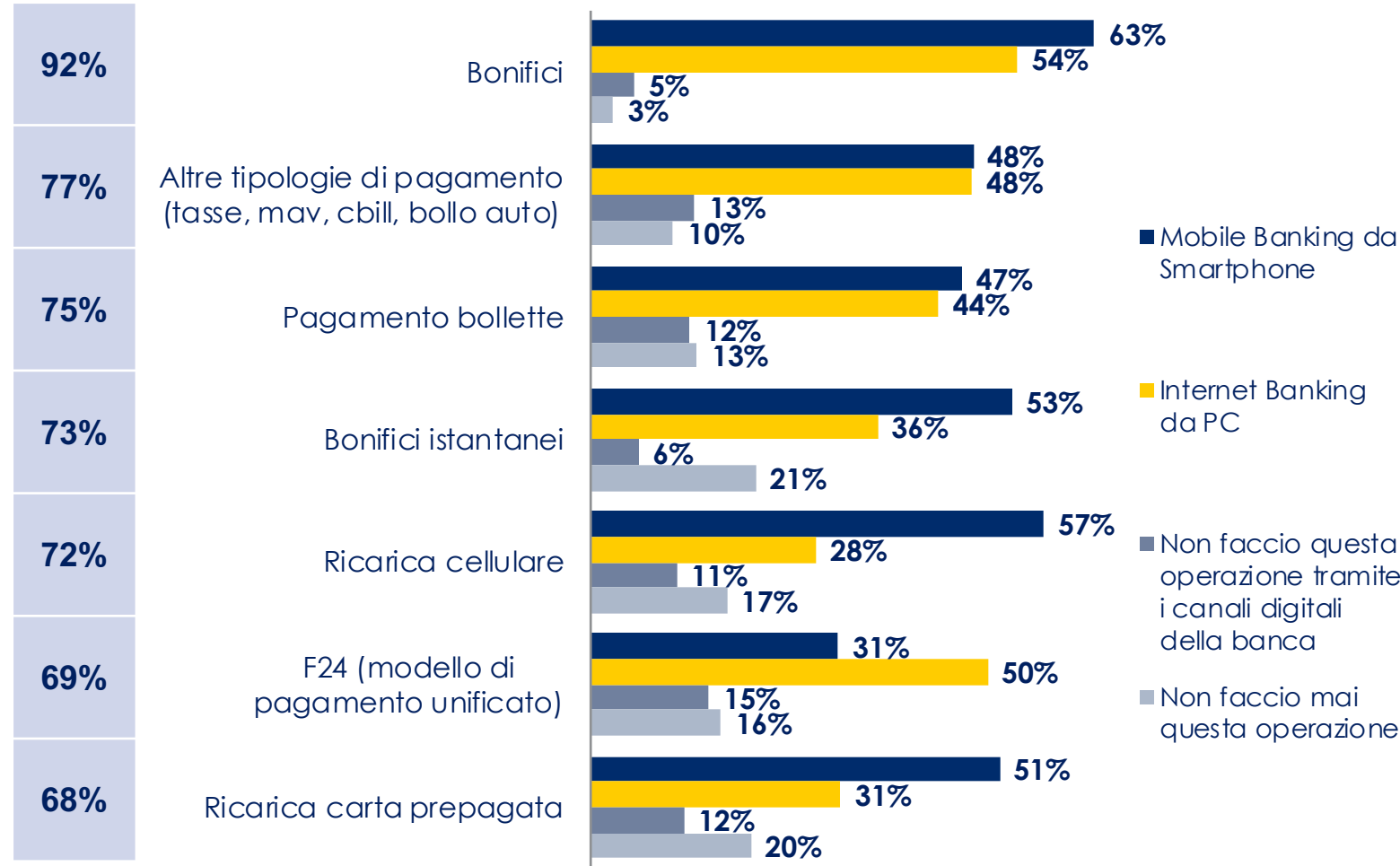
— Uno sguardo al cliente Retail: le operazioni dispositive

Per ciascuna delle seguenti operazioni, quali device utilizzi tra Smartphone e PC?



FOCUS Mobile Banking da Smartphone

% utilizzo del servizio sui canali digitali



	MONO BANCA N=548	PLURI TOT N=453	Pluri 2 banche N=292	Pluri 3 + banche N=161
Bonifici	60%	68%	62%	76%
Altre tipologie di pagamento (tasse, mav, cbill, bollo auto)	43%	54%	52%	57%
Pagamento bollette	45%	49%	47%	53%
Bonifici istantanei	50%	56%	54%	60%
Ricarica cellulare	54%	60%	57%	68%
F24 (modello di pagamento unificato)	28%	35%	35%	35%
Ricarica carta prepagata	47%	56%	54%	60%

▲ ▼ Variazioni vs 2022

Base: totale campione (1001)

▲ Dato significativamente più alto rispetto al totale campione

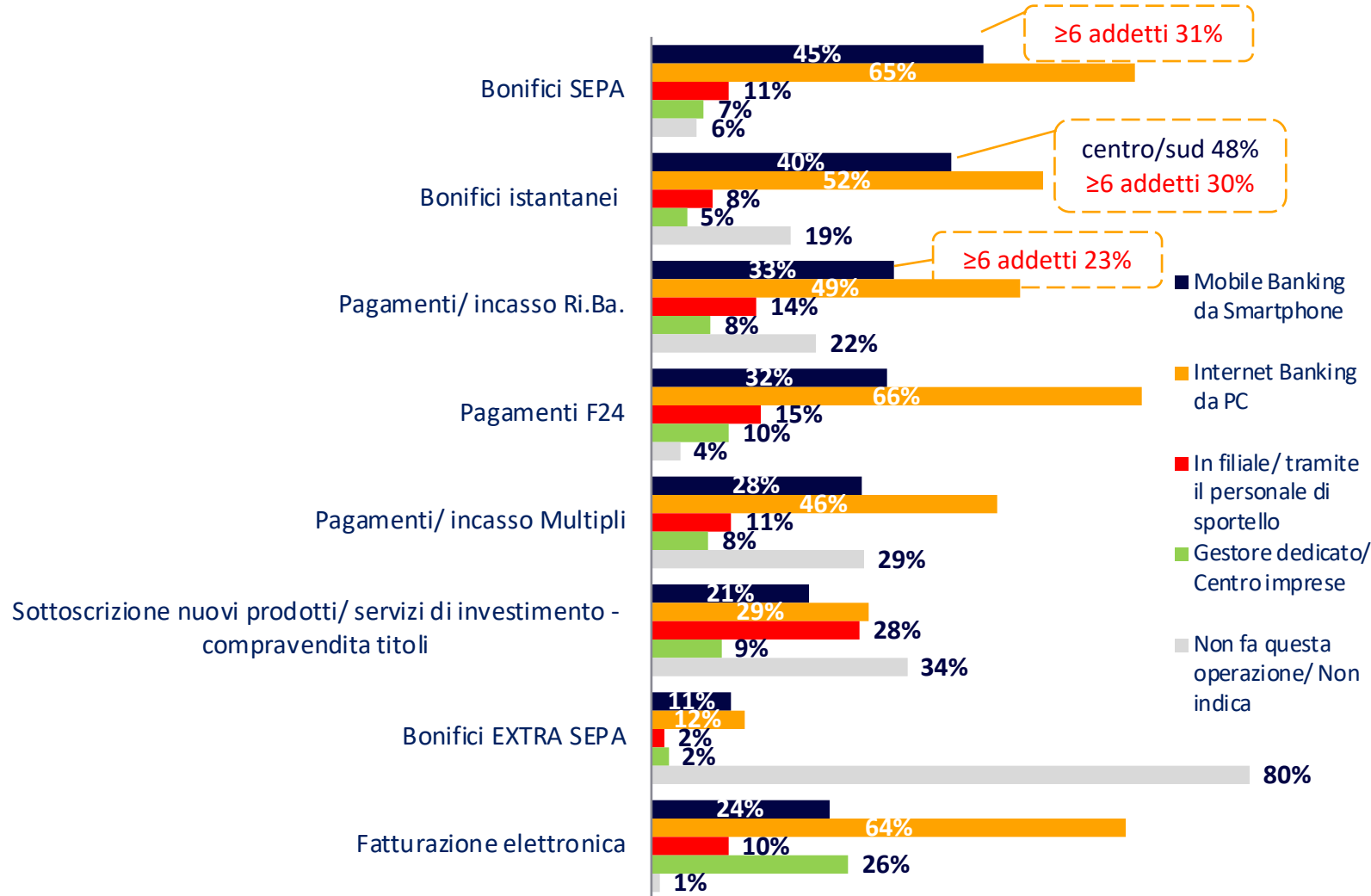
▼ Dato significativamente più basso rispetto al totale campione

Uno sguardo allo Small Business: le operazioni

Per ciascuna delle seguenti operazioni ti chiediamo di indicare come viene gestita oggi dalla tua azienda

dispositive

FOCUS Mobile Banking da Smartphone



	Commercio	Servizi	Industria/ Edilizia
	52%	43%	38%
	46%	40%	33%
	39%	31%	27%
	35%	32%	27%
	33%	26%	26%
	24%	21%	18%
	14%	11%	7%

Base: Totale campione N=301

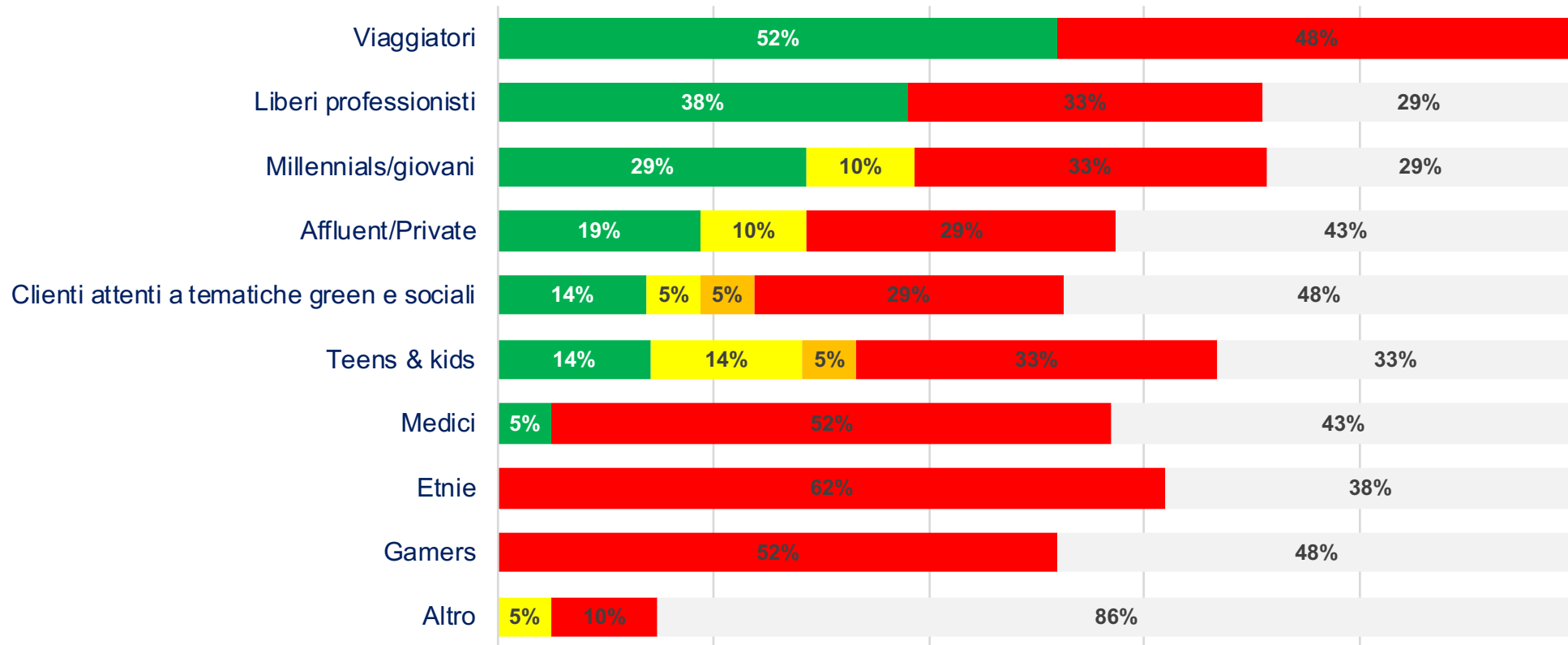
Base: Chi ha servizi di gestione elettronica delle fatture N=51

– Opportunità n°1: un’offerta tailoring

Offerte dedicate a segmenti cluster

Campione: 19 Banche / Gruppi rispondenti

D: Nell’ambito della vostra offerta sui canali digitali avete un’offerta verticale dedicata ad uno o più dei seguenti cluster?



■ Già disponibile ■ Prevista introduzione entro il 2024 ■ Prevista introduzione dopo il 2024 ■ Introduzione al momento non prevista ■ Non rispondenti

– Opportunità n°2: sempre più oltre il classico banking

Servizi extra bancari offerti

Campione: 14 Banche / Gruppi rispondenti

D: Se già disponibile o previsto per il futuro, indicare quali prodotti/servizi extra bancari vengono/verranno offerti sui canali digitali

