

N26

accenture

# GLOBAL DIGITAL BANKING INDEX 2021

Come vengono percepite dalla  
popolazione globale le attività bancarie  
interamente digitali?



# Introduzione

03

In che modo la pandemia ha creato la domanda di servizi bancari semplici e intuitivi?

# Le opportunità future per il digital banking

06

Oltre un miliardo di potenziali clienti bancari

# Crescita internazionale

08

Brasile e Cina aprono la strada

# Uno sguardo al futuro del digital banking

14

Raggiungere una gamma sempre più diversificata di clienti

01

# INTRODUZIONE

**Nuovi attori digitali stanno emergendo rapidamente sul panorama bancario.**

**N26**



---

## In che modo la pandemia ha creato la domanda di servizi bancari semplici e intuitivi?

---

In seguito alla crisi finanziaria del 2008, il settore finanziario ha subito un drastico cambiamento. Oltre alla rapida adozione di strumenti, canali e servizi digitali in tutto il settore, abbiamo visto emergere un nuovo tipo di banche e fornitori di servizi 100% digitali. In un'epoca di grande sconvolgimento tecnologico per tutte le industrie rivolte al consumatore, molti di questi pionieri del settore bancario hanno implementato le tecnologie per risolvere le problematiche del passato, come le complicazioni burocratiche inutili e la lentezza dell'innovazione.

Negli ultimi anni le banche esclusivamente digitali hanno acquisito popolarità conquistando la fiducia di milioni di utenti a livello globale grazie ad elevati standard di sicurezza ed affidabilità. Il successo di banche digitali a tutti gli effetti, dotate di licenza bancaria, come Starling, Bunq e N26, oltre ad altri servizi fintech quali Nubank o Chime, **è la riprova della domanda globale di soluzioni bancarie digitali semplici e intuitive.**

Il loro modello di servizio interamente digitale sembra fatto su misura per affrontare gli enormi

cambiamenti nelle aspettative dei consumatori e l'impossibilità delle banche tradizionali di servire i clienti faccia a faccia a causa di Covid-19. Allo stesso tempo, alcune banche tradizionali si sono affrettate a digitalizzare i loro rapporti con i clienti, cercando di ridurre il divario competitivo tra loro e le rivali esclusivamente digitali.

Quindi ora, gettando lo sguardo oltre la pandemia, quali sono le prospettive per le banche digitali? Per comprendere meglio l'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei servizi digitali e delle organizzazioni che li offrono, N26 in collaborazione con Accenture ha condotto un'analisi basata in gran parte sui risultati del **2020 Global Banking Consumer Study**. La conclusione è che esiste un'ampia e sempre crescente ricettività verso la semplicità, la praticità e il valore del banking digitale.

Naturalmente questo non è appannaggio esclusivo delle banche sfidanti – gli operatori tradizionali hanno riconosciuto la necessità di digitalizzarsi e molte banche hanno investito pesantemente in acquisizioni, in filiali solo digitali e nel rinnovamento dei loro modelli operativi del passato basati sugli sportelli. Tuttavia, la maggior parte delle banche 100% digitali punta sulla propria agilità, innovatività intrinseca e un'immagine non tradizionale per sfidare la concorrenza delle banche tradizionali e ritagliarsi una quota di mercato redditizia. Comunque per incrementare il loro successo dovranno guadagnarsi la fiducia dei consumatori e ampliare la loro attrattività per diversi gruppi di utenza, specialmente per le donne.

---

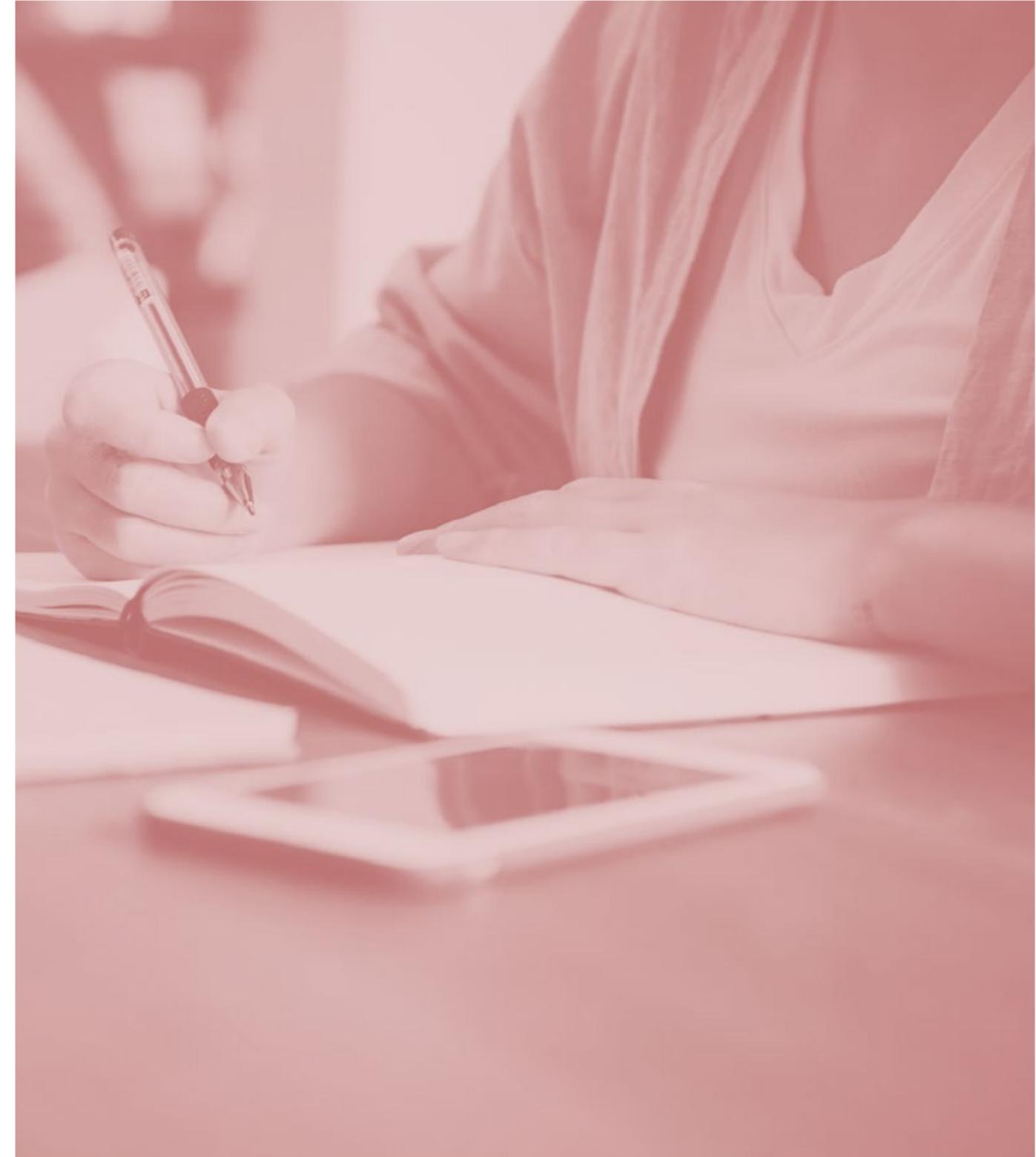
## La Ricerca

---

Questa analisi si basa sul **2020 Global Banking Consumer Study**, un sondaggio condotto intervistando 47.810 persone in 28 mercati tra cui Arabia Saudita, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Hong Kong, Danimarca, Emirati Arabi Uniti, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Irlanda, Israele, Italia, Malesia, Messico, Norvegia, Paesi Bassi, Regno Unito, Russia, Singapore, Spagna, Sudafrica, Svezia e Svizzera. In questo studio si ritiene che questi mercati rappresentino il mercato globale.

Gli intervistati erano consumatori di servizi bancari e assicurativi che avevano un conto bancario e almeno una polizza assicurativa e appartenevano a diverse generazioni e livelli di reddito. Il sondaggio è stato condotto nei mesi di luglio e agosto 2020.

Ai fini dell'analisi abbiamo definito una banca solo digitale come una banca che non ha un'interazione fisica con il consumatore. Nel relativo rapporto Accenture ha usato il termine "neobank", per definire una banca solo digitale che non fa parte di un gruppo bancario tradizionale più grande, e per distinguerla dalla maggior parte delle banche tradizionali che utilizzano un mix di canali digitali e fisici. In questa analisi i termini "banca digitale", "banca sfidante" e "digital banking" esprimono queste due definizioni ed escludono esplicitamente l'interazione con le persone e le reti di filiali fisiche. Tuttavia i clienti delle banche digitali possono (ma non devono necessariamente) avere conti sia presso le banche digitali che presso quelle tradizionali.



02

# LE OPPORTUNITÀ FUTURE PER IL DIGITAL BANKING

Oltre un miliardo di potenziali clienti bancari.

N26

## Key trends

Quasi

1 su 4

di utenti dei servizi finanziari utilizza una banca digitale.

Si stima che esista un ulteriore potenziale del

46%

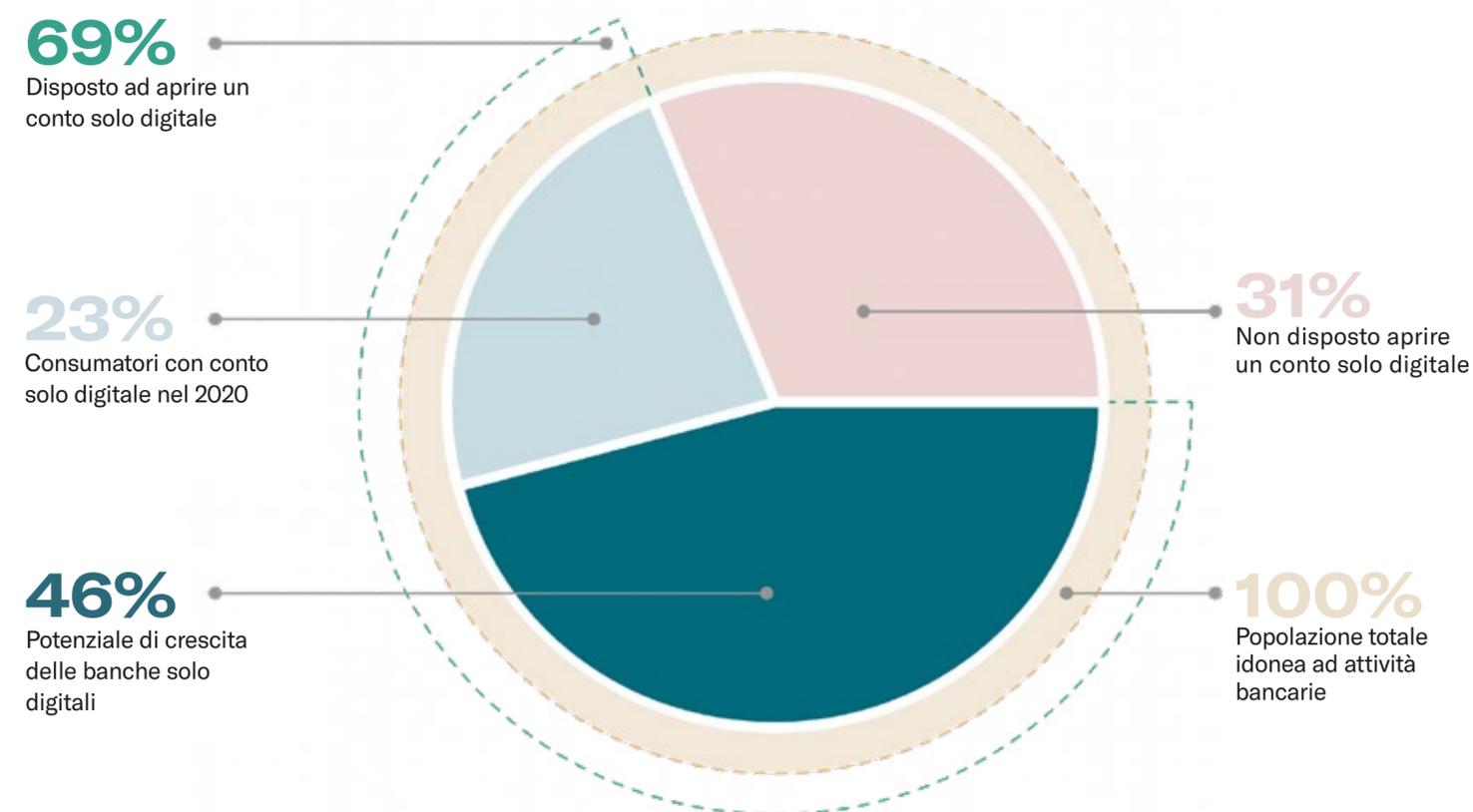
di utenti di banche digitali.

Non c'è da stupirsi che sempre più persone si aprano al digital banking, specialmente sulla scia della pandemia da COVID-19, che ha spinto l'interesse verso prodotti di consumo senza contatto, a domicilio.

A livello globale il 23% dei clienti bancari e assicurativi hanno conti presso una banca digitale. Ciò si traduce in circa 450 milioni di clienti. Si prevede che questo numero abbia il potenziale di raggiungere globalmente quasi il 70%, triplicando di fatto le attuali dimensioni del mercato. Inoltre, si stima che quasi la metà (46%) della popolazione bancabile totale, a livello globale, sia costituita da coloro che pur non avendo conti bancari solo digitali, sarebbero motivati ad aprirne uno per avere accesso alle caratteristiche tipiche del digital banking, come un buon rapporto qualità-prezzo, semplicità d'uso e una comunicazione chiara e semplice. Tra le ragioni per cui questi consumatori non hanno un conto bancario esclusivamente digitale, non è inclusa una preferenza per le filiali bancarie fisiche.

Tali risultati nel complesso suggeriscono che esiste un grande mercato non ancora sfruttato per il digital banking – potenzialmente fino a 1,4 miliardi di clienti nei 28 mercati.

Grafico 1. La quota di clienti solo digitali e una stima della ricettività al digital-only banking nei 28 mercati partecipanti all'indagine Accenture (milioni di clienti).

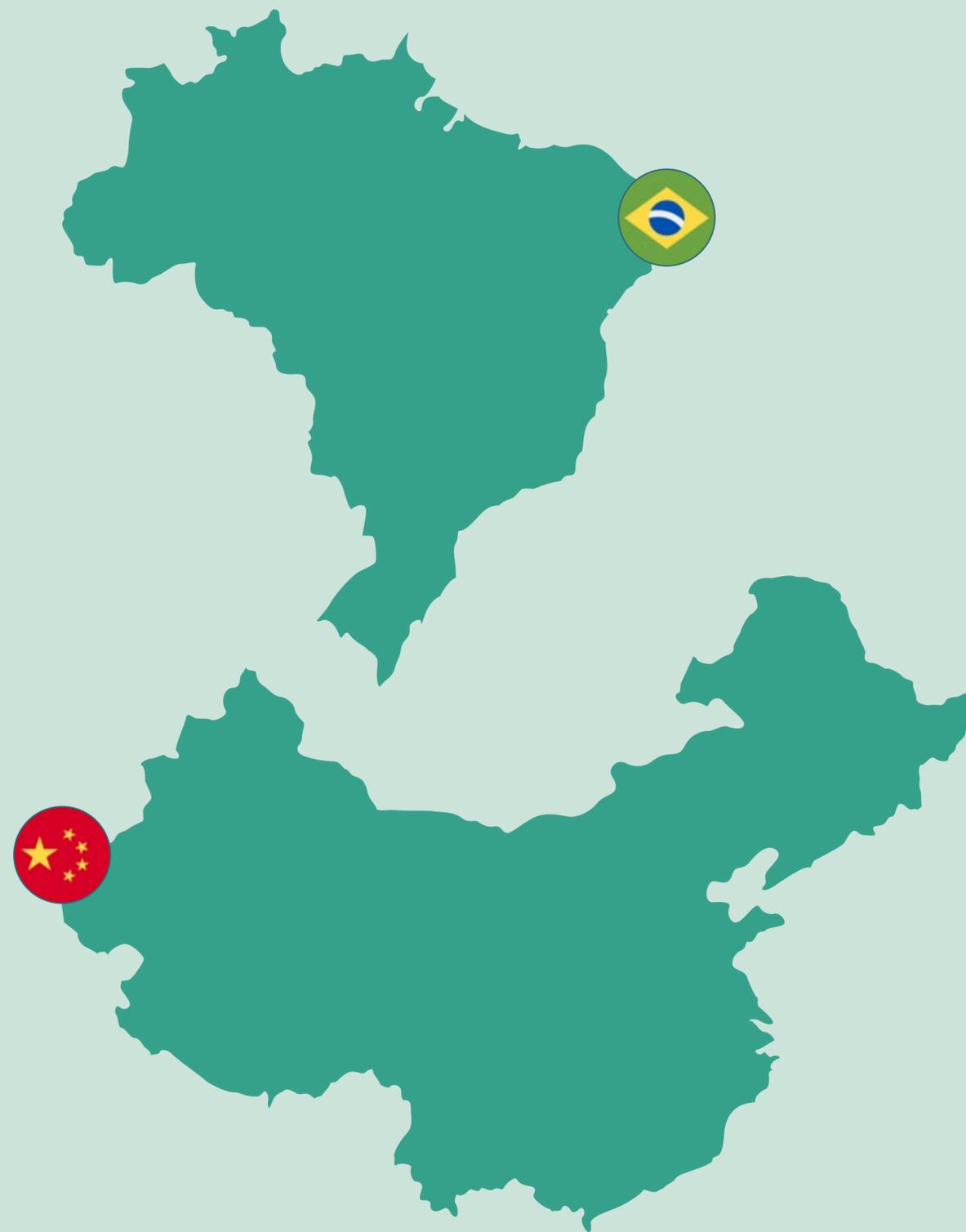


03

# CRESCITA INTERNAZIONALE

Brasile e Cina aprono la strada.

26



**Sebbene la crescita sia innegabile in tutti i mercati**, alcuni paesi stanno accelerando più rapidamente di altri l'avvento della nuova era del digital banking.



## Key trend

**La Cina e gli Stati Uniti potrebbero crescere fino a un totale di 771 milioni e rispettivamente 148 milioni di clienti di banche digitali.**

Nello studio di Accenture, l'Arabia Saudita (54%), gli Emirati Arabi Uniti (51%), il Brasile (44%) e la Cina continentale (42%) sono in testa con la quota più alta di clienti dei loro mercati di servizi finanziari che hanno già un conto bancario solo digitale. Comunque molti paesi che hanno un numero inferiore di clienti di digital banking stanno rapidamente recuperando terreno. Alcuni, tra cui Svizzera, Irlanda, Regno Unito e Francia, hanno aumentato il loro tasso di crescita in questo campo di oltre il 50% tra il 2018 e il 2020.

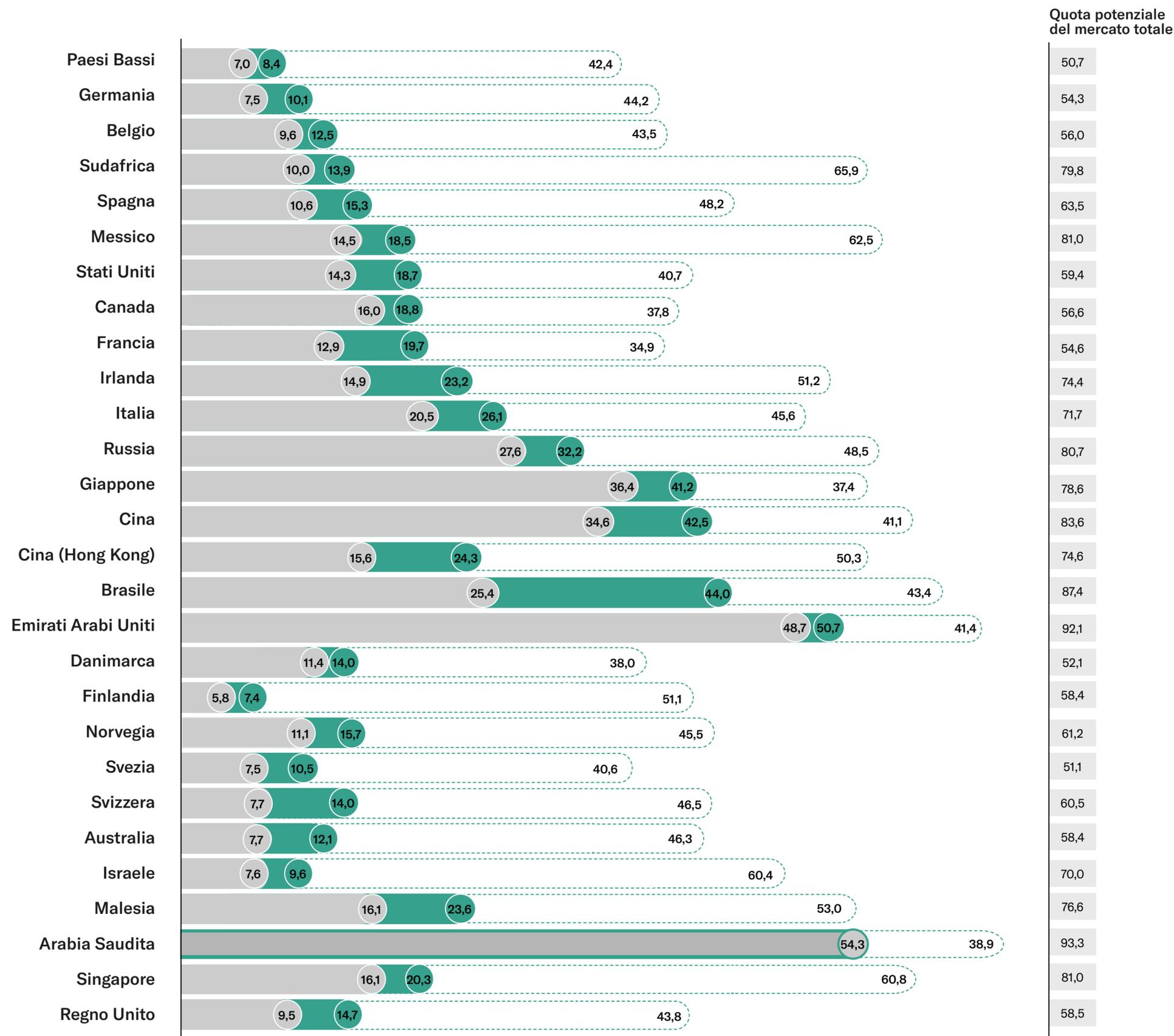
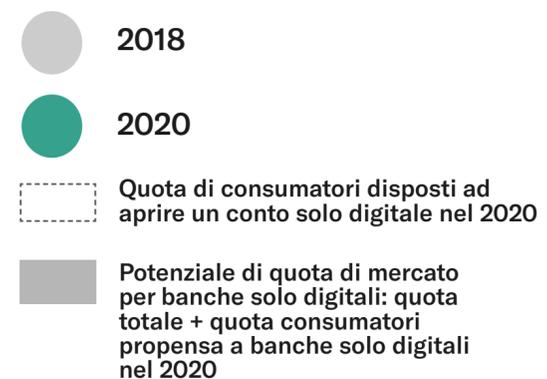
Il potenziale per il digital banking varia significativamente da paese a paese a seconda di una serie di fattori. Oltre alla disponibilità nei confronti del digital banking, un fattore critico è ovviamente la dimensione della popolazione. La ricerca mostra che la Cina ha il maggior numero assoluto di clienti di banche digitali: circa 392 milioni nel 2020. Il suo tasso di crescita è inferiore a quello di altri mercati leader (23%), ma, grazie alla sua dimensione demografica ha più clienti di tutti gli altri 27 mercati messi insieme. Sulla base di una stima del potenziale

di crescita, crediamo che in Cina si possano raggiungere circa 771 milioni di clienti per le banche digitali.

Altri paesi, che si classificano tra quelli con il maggior potenziale a favore dell'adozione su larga scala del digital banking, sono gli Stati Uniti, il Brasile e il Giappone, avendo ognuno di loro più di 40 milioni di clienti nel 2020 e traiettorie di crescita positive. Stimiamo che la quota di mercato potenziale negli Stati Uniti ammonti a 148 milioni di clienti di banking solo digitale.

## Exhibit 2. Tendenze della digitalizzazione bancaria nei paesi studiati

Quota di clienti bancari con un conto solo digitale nel 2018 e nel 2020 e la propensione verso una banca solo digitale (in %)



## L'Europa sta gradualmente guadagnando terreno

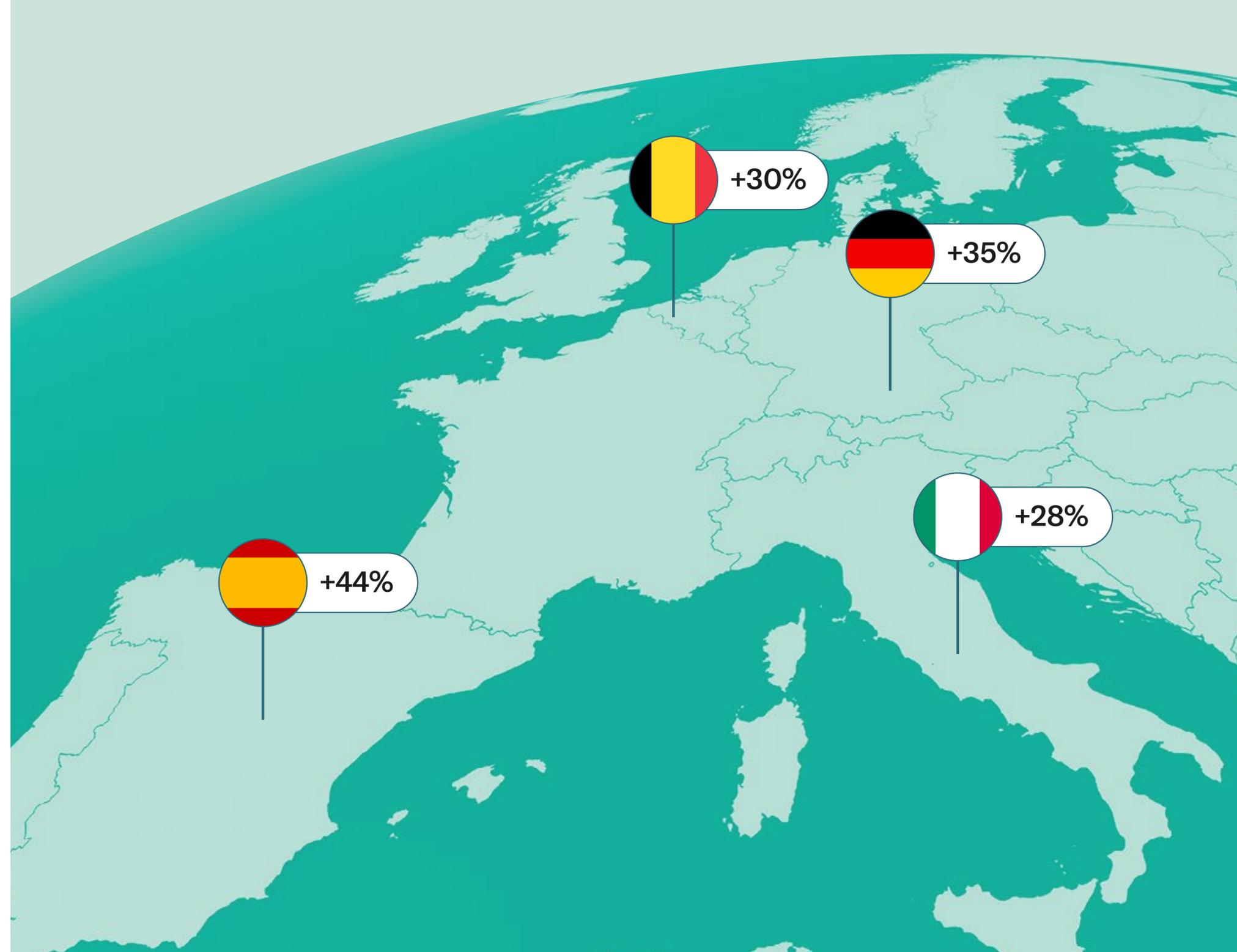
L'Europa sta crescendo più lentamente rispetto ad altre aree geografiche: il Belgio (13%), la Germania (10%) e i Paesi Bassi (8%) erano tra i paesi con la più bassa adozione del digital-only banking nel 2020. Alcuni dei più grandi mercati europei, come la Francia (20%) e la Spagna (15%), hanno inoltre quote decisamente inferiori di clienti del banking solo digitale.

### Key trend

**la crescita delle banche digitali in Germania ha avuto un'accelerazione del 35% dal 2018 in poi, nonostante il Paese avesse in precedenza tassi di adozione del digital banking molto bassi**

Comunque, nonostante i loro livelli relativamente bassi di adozione, è chiaro che i paesi dell'Europa occidentale stanno recuperando rapidamente. Tra il 2018 e il 2020, il numero di clienti di Banking solo digitale in Spagna è aumentato del 44%, in Germania del 35%, in Belgio del 30%, in Italia del 28% e nei Paesi Bassi del 20%.

Anche se il 35% dei clienti di servizi finanziari in Europa afferma che le caratteristiche di una banca digitale non sarebbero da sole sufficienti per motivarli ad aprire un conto bancario solo digitale, il restante 65% potrebbe potenzialmente venire convinto da una proposta avvincente che, secondo i consumatori intervistati, offra semplicità di design e di uso, un buon rapporto qualità-prezzo e una comunicazione chiara e semplice.



## L'impatto del digital banking sul futuro dell'inclusione finanziaria

### Cosa spinge i clienti a rivolgersi alle banche digitali?

La fiducia sembra essere un motivo molto importante per l'accettazione del digital banking da parte dei consumatori. Il Brasile è in testa, con oltre il 78% dei clienti di banche solo digitali che dichiarano di fidarsi\* dei tali banche per quanto riguarda i loro dati. Seguono gli Stati Uniti con il 68%. In Europa, l'Irlanda ha i più alti livelli di fiducia con il 68%, mentre la Germania (54%), la Spagna (53%) e la Francia (53%) mostrano risultati positivi per oltre la metà dei loro utenti di banche digitali.

La fiducia nelle banche è, in generale, su una traiettoria discendente. La percentuale di clienti, che hanno "molta" fiducia che la loro banca si prenda cura del loro benessere finanziario a lungo termine, è diminuita dal 43% nel 2018 al 29% nel 2020. Allo stesso modo la quota di coloro che si fidano "molto" che la loro banca tuteli i loro dati è diminuita dal 51% al 37%.

L'erosione della fiducia è dovuta a una moltitudine di fattori, ma uno importante è probabilmente l'indebolimento delle relazioni con i clienti man mano che l'attività bancaria si è spostata da un rapporto faccia a faccia all'online. Ciò indica una grande opportunità per le banche che riescono a infondere vicinanza e umanità nei loro canali digitali. Ed evidenzia anche la sfida che devono affrontare le banche esclusivamente digitali: gli operatori tradizionali che riescono a associare alla loro forza tradizionale – il loro ruolo nella vita dei clienti come partner finanziario premuroso – un'abilità digitale di nuovo tipo, è improbabile che cedano la loro quota di mercato senza combattere.

\* Inclusi "mi fido un po'" e "mi fido molto".

Altri fattori chiave per l'adozione del digital banking tra le popolazioni globali sono un'applicazione (app) per apparecchi mobili o un sito web di uso semplice e pratico (38%), comunicazioni bancarie chiare e semplici (27%) e prezzi competitivi (34%).

Alla domanda posta ai clienti delle banche tradizionali su cosa li trattenga dal passare a una banca digitale, quasi 1 su 2 ha detto di essere soddisfatto del proprio fornitore attuale (47%), mentre il 42% ha detto di non conoscere bene le offerte delle banche digitali.

<b>La ricerca mostra che i tipici clienti delle banche solo digitali sono più propensi dei clienti delle banche tradizionali a:</b>	Clienti di digital-only banking	Clienti delle banche tradizionali
• Usare il loro smartphone quotidianamente per connettersi con una banca o un'assicurazione e conoscere nuove offerte	<b>26%</b>	<b>15%</b>
• Postare quotidianamente sui social media	<b>32%</b>	<b>22%</b>
• Fare acquisti online quotidianamente	<b>13%</b>	<b>5%</b>
• Avere fiducia nelle nuove tecnologie	<b>24%</b>	<b>16%</b>
• Essere disposti a correre rischi per migliorare la propria vita	<b>14%</b>	<b>8%</b>

## Grafico 3. I fattori che spingono e quelli che impediscono ai clienti bancari di passare a una banca solo digitale.

### MOTIVI A FAVORE DEL DIGITALE BANKING

Quali di queste funzionalità ti piacciono di più quando usi una banca solo digitale?

(percentuale di chi condivide le prime tre risposte)

vs.

### BARRIERE ALL'ADOZIONE DEL DIGITALE BANKING

Quali sono i motivi principali per cui non hai un conto presso una banca 100% digitale?

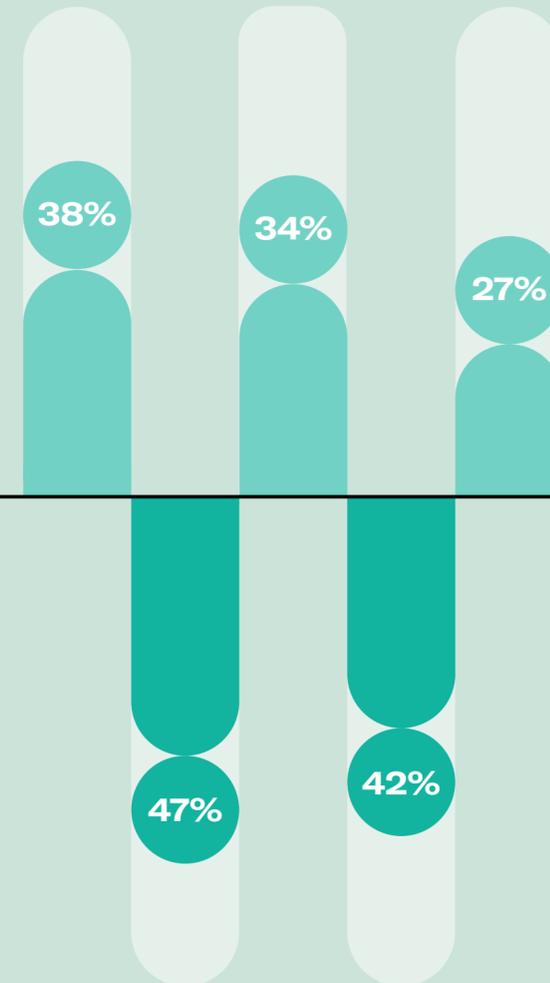
(percentuale di chi condivide le prime tre risposte)

**Hai fiducia nella protezione dei tuoi dati da parte delle banche solo digitali?**

Applicazione per smartphone o sito web semplice e pratico

Buon rapporto qualità-prezzo / prezzi competitivi

Comunicazioni bancarie chiare e semplici



Soddisfazione rispetto al proprio fornitore attuale

Conoscenza delle offerte delle banche 100% digitali

**59%**

Cliente di banca solo digitale.

**26%**

Non cliente di banca solo digitale.

04

# UNO SGUARDO AL FUTURO DEL DIGITAL BANKING

Raggiungere una gamma sempre più diversificata di clienti.

N26



## Key trend

**il Brasile avrà presto la più grande quota di clienti di banche solo digitali tra tutti i paesi esaminati.**

---

## Il Brasile è un paradiso per chi vuol proporre i vantaggi della banca digitale

---

Secondo l'indagine di Accenture, il Brasile non solo è il secondo paese per numero di clienti di banche solo digitali, ma è anche il secondo mercato per ritmo di crescita (73% tra il 2018 e il 2020). Se manterrà questo tasso, presto avrà la più grande quota di clienti di banche digitali tra tutti i paesi esaminati.

I brasiliani usano anche i loro dispositivi mobili più della media globale, cosa che a sua volta comporta un alto tasso di adozione del banking mobile-first. Secondo la ricerca, i consumatori di questo paese percepiscono le loro vite come troppo indaffarate, e spesso preferiscono concentrarsi sul raggiungimento di un sano equilibrio tra lavoro e vita privata.

Se i consumatori di tutto il mondo usciranno dalla pandemia mostrando tendenze simili a quelle del Brasile – alto uso del telefono cellulare, una preferenza per l'interazione a distanza e un desiderio di più tempo – allora le banche digitali saranno ben posizionate per offrire una soluzione attraente. La facilità d'uso e un accesso efficiente potrebbero rivelarsi gli elementi decisivi per differenziarsi.

---

## Saranno le donne a guidare la prossima ondata di digital banking?

---



## Key trends

**il Brasile, un paese emergente in quanto all'adozione delle banche digitali, registra un numero leggermente superiore di donne (52%) rispetto agli uomini (48%) come clienti del digital banking.**

**In Italia quasi un cliente di digital banking su due ha 45 anni o più (45%).**

Sempre più consumatori di un ampio spettro demografico usano oggi banche solo digitali. A livello globale gli uomini detengono la quota maggiore: il 59% contro il 41% delle donne. Fino ad oggi, i clienti del digital banking sono stati più spesso giovani, maschi, ad alto reddito e appassionati di tecnologia mobile-first. Sono più propensi a correre dei rischi, il che può predisporli ad adottare il digital banking prima di altri. Ne sono un esempio gli Stati Uniti, dove la maggior parte dei clienti delle banche

esclusivamente digitali sono persone con un reddito più elevato (63%), di sesso maschile (66%) e di età compresa tra i 25 e i 44 anni (57%).

In Brasile, d'altra parte, presenta una differenza marginale tra donne (52%) e uomini (48%), utenti del digital banking. Il Paese presenta anche maggiore uniformità tra i clienti di banche online a basso e medio reddito, probabilmente perché il digital banking ha la fama di essere accessibile e rilevante per tutti gli strati sociali.

Altri mercati seguiranno le orme del Brasile? Molti paesi europei sono sul punto di equilibrare il loro rapporto tra i generi, ad esempio l'Italia (dove il 45% dei clienti delle banche digitali sono donne), la Danimarca (44%), la Svezia (44%), l'Irlanda (43%) e la Spagna (42%).

Mentre il digital banking è normalmente considerato un servizio che si rivolge alle giovani generazioni, nel mercato europeo vediamo che non è più così. In Italia, quasi 1 cliente su 2 (45%) ha 45 anni o più. Lo stesso succede in Francia,

dove ci sono altrettanti clienti di digital banking oltre i 55 anni quanti quelli tra i 18 e i 24 anni: 1 su 5 in entrambi i casi.

Per quanto riguarda il reddito dei clienti delle banche solo digitali, in tutti i mercati esaminati la maggioranza ha un reddito medio o alto. La Spagna è il paese dell'UE che ha il più alto livello di adozione del banking solo digitale tra la sua classe media (il 55% dei clienti delle banche esclusivamente digitali ha un reddito medio) seguita da vicino dall'Italia (53%).

---

## Il futuro del banking è digitale

---

Negli ultimi anni, il mondo ha assistito a un enorme aumento nell'adozione del digital banking. Le banche solo digitali hanno fatto passi da gigante, offrendo servizi nuovi, pratici e innovativi con un ottimo rapporto qualità-prezzo. Non c'è dubbio che ciò abbia costretto gli operatori tradizionali ad accelerare la loro trasformazione digitale acquisendo una posizione più forte per mantenere i loro clienti. Allo stesso tempo, la pandemia ha effettivamente spazzato via la loro rete di filiali, ostacolando potenzialmente la loro capacità di mantenere relazioni personali con i clienti. Forse questo è stato il fattore più importante che ha trascinato i clienti bancari di ogni tipo verso il mondo delle esperienze digitali, e molti di loro non torneranno più alle loro vecchie abitudini.

Questa ricerca mostra che la funzionalità e il prezzo delle banche solo digitali hanno un grande fascino. Tuttavia, entrambe queste qualità sono replicabili e stanno rapidamente diventando una posta in gioco per tutte le banche.

Ma ciò rappresenta anche un'opportunità. Le banche che riusciranno a rafforzare la fiducia nei loro clienti e a rendere il digital banking un'esperienza più umana ed empatica, godranno di un forte vantaggio. Le banche vincenti saranno in grado di andare oltre la semplice acquisizione di milioni di clienti per convincerli ad adottarle come loro banca principale. E gli operatori digitali saranno in grado di aumentare le loro entrate offrendo servizi di consulenza personalizzati, su larga scala, per i quali la fiducia è indispensabile.



Qual è quindi il futuro delle banche digitali e del digital banking? Ci sono pochi dubbi sul fatto che il futuro delle banche sia digitale. Ma a chi apparterrà il futuro? Noi crediamo che, siccome tutte competono nella stessa una partita finale digitale, ne usciranno vincitrici quelle con maggiore esperienza con la clientela, che garantiscono maggiore fiducia, agilità organizzativa e un'esperienza solida e affidabile. Tra di loro ci saranno sia banche tradizionali sia quelle sfidanti.

Ma non basta il digitale per garantire il successo. Ci saranno probabilmente molte banche solo digitali che prospereranno in futuro – non c'è dubbio vista la domanda della popolazione. Ma tra di loro vinceranno quelle che sviluppano strategie chiare e dettagliate

affrontando efficacemente lo sconvolgimento che sta scuotendo l'intero settore. Ciò significa riconoscere che i ruoli stanno cambiando e decidere quale ruolo adottare nel nuovo panorama – da soli o in partnership con altri attori. E significa anche, come detto sopra, stabilire relazioni personali e basate sulla fiducia e comprensione dei clienti nonché su un'efficiente comunicazione con loro, e così sfruttare il vantaggio digitale.

Le banche digitali hanno il potenziale per lasciare un segno nel mondo del retail banking. Nel processo di cambiamento tratteranno un percorso che tutte le banche seguiranno; un percorso che migliorerà l'esperienza bancaria per tutti i clienti, per sempre.

N26 è il sinonimo di una banca mobile e flessibile altrettanto quanto i propri clienti. N26 offre un'esperienza bancaria digitale al 100%, progettata per essere semplice e trasparente. L'applicazione, focalizzata sul cliente, integra le tecnologie più innovative per semplificare la vita dei suoi clienti e permettere loro di vivere e avvalersi della banca a proprio modo.

## **N26**

N26 sta costruendo la prima banca mobile che tutto il mondo ama usare. Valentin Stalf e Maximilian Tayenthal hanno fondato N26 nel 2013, per poi lanciare il loro primo prodotto all'inizio del 2015. Oggi N26 conta oltre 7 milioni di clienti in 25 mercati. La banca ha 10 uffici dislocati a Amsterdam, Berlino, Barcellona, Belgrado, Madrid, Milano, Parigi, Vienna, New York e San Paolo. Con una licenza bancaria europea completa, una tecnologia all'avanguardia e nessuna rete di filiali, N26 ha ridisegnato il settore dei servizi bancari per il 21° secolo ed è disponibile per Android, iOS e desktop.

Website: [\*\*n26.com\*\*](https://n26.com)

Twitter: [\*\*@n26\*\*](https://twitter.com/n26)

Facebook: [\*\*facebook.com/n26\*\*](https://facebook.com/n26)

YouTube: [\*\*youtube.com/n26bank\*\*](https://youtube.com/n26bank)

## **Accenture**

Accenture è un fornitore globale di servizi professionali con solide competenze nel settore digital, cloud e security. Vantiamo un'ineguagliabile esperienza e livelli di specializzazione in oltre 40 settori. Offriamo servizi di Strategy and Consulting, Interactive, Technology and Operations, tutti gestiti dai più importanti centri di Advanced Technology and Intelligent Operations. Lavoriamo con più di 624.000 collaboratori, che ogni singolo giorno si impegnano nella promessa di combinare tecnologia e ingegno umano, al servizio dei clienti in oltre 120 Paesi. Accogliamo la potenza del cambiamento per creare valore e condividere il successo con i nostri clienti, le persone, gli azionisti, i partner e le comunità.

Vieni a trovarci su [\*\*www.accenture.com\*\*](https://www.accenture.com)

# Grazie!

