

**Professioni in evoluzione.** La riduzione della rete fisica porterà a un aumento della presenza dei dipendenti fuori sede per attività di consulenza a domicilio alla clientela

# Il bancario si prepara al «porta a porta»

**Nicola Borzi**

□ Meno sportelli — molti meno — ma più servizi a disposizione di un pubblico selettivo ed esigente, in particolare sul fronte della consulenza in materia di investimento. È lo scenario in via di realizzazione con il quale dovrà misurarsi la professione del bancario. Non è un caso che questi temi siano entrati da tempo anche nella discussione dei sindacati del settore, che hanno “disegnato” il loro modello di servizio per la banca di domani, in questa fase di discussione accesa sul rinnovo del contratto nazionale di categoria.

Secondo tutti gli analisti, la rete fisica delle banche italiane è ormai sovradimensionata alle reali esigenze della clientela. Una recente analisi di Kpmg ha stimato un calo del 40-45% nell'operatività agli sportelli rispetto ai valori del biennio 2006-07. Una simile contrazione dell'affluenza del pubblico si spiega con la diffusione sempre più spinta dei canali virtuali. L'ultima indagine del Centro Einaudi sul risparmio e sulle scelte finanziarie degli italiani rileva una tendenza dominante tra i risparmiatori a favorire le tecnologie che riducono i tempi delle operazioni più semplici. Nel 2014 il 43,6% dei risparmiatori italiani utilizzava l'internet banking (il 31,4% in modo abituale), mentre telephone e mobile banking venivano utilizzati dal 19,8 e dal 13,7%. C'è però uno “zoccolo duro” di

clientela, che corrisponde ancora a oltre la metà del totale, che non usa i canali virtuali e spiega di preferire l'interazione personale con la banca (41,6%).

In banca, secondo l'indagine, si va ancora e soprattutto per ottenere servizi a elevato valore aggiunto, primo tra tutti la consulenza in materia di investimenti. Spiega il Centro Einaudi che il 28,1% del campione analizzato va allo sportello per la consulenza sulle scelte d'investimento, il 23% per acquistare o vendere titoli «nonostante le piattaforme di trading online», il 12,6% per affidare a terzi la gestione degli investimenti, il 7,4% per la consulenza sui temi previdenziali e il Tfr, il 6,3% sui contratti di assicurazione, specie del ramo Vita (8%).

Ma le aspettative della clientela non sempre vengono soddisfatte. Secondo Kpmg, alla base delle scelte della clientela che cambia banca c'è, nel 44%, uno scarso livello di soddisfazione per la qualità della consulenza e, nel 34% dei casi, per la qualità della relazione. Tuttavia gli istituti sono alle prese con scelte di ristrutturazione importanti: in pochi anni sulla rete nazionale che conta circa 33 mila sportelli le chiusure potrebbero essere chiuse 11-13 mila, pari a un terzo, con un taglio di costi ipotizzato tra i 3 e 3,5 miliardi, pari a 7-8% circa del totale dei costi operativi dei gruppi bancari italiani.

La questione della customer retention diventerà quindi cen-

trale per gli istituti alle prese con la decisione di ridurre la rete fisica delle filiali. Cosa fare dunque per cercare di tenere insieme riduzione dei costi fissi e soddisfazione della clientela?

Una delle risposte immaginate da alcuni gruppi bancari potrebbe passare per la ridefinizione delle competenze e delle mansioni di un numero non indifferente di bancari. Secondo alcuni, se la clientela non va allo sportello potrebbe essere lo sportello a raggiungere a domicilio i clienti, attraverso reti di bancari ai quali affidare una quota di orario di attività extra-sportello, per portare direttamente a casa loro consulenza di investimento e altri servizi a valore aggiunto.

Per ottenere questa rivoluzione, però, occorre innanzitutto un accordo sindacale di settore che riveda le mansioni, gli inquadramenti e le tutele dei 309 mila lavoratori bancari. Accordo che, con il clima di scontro sempre più acceso sul contratto nazionale di categoria che ha portato ieri a una nuova rottura nelle trattative tra Abi e sindacati, pare a oggi assai lontano. Serve poi una formazione reale, non semplicemente impartita a distanza o via web durante l'orario di lavoro. Senza dimenticare che i bancari dovranno essere dotati di tecnologie adeguate. Ultimo, ma non meno importante, il tema della sicurezza: serviranno strumenti di garanzia per tutelare i clienti e i dipendenti.

**IL RUOLO DEI BIG DATA**

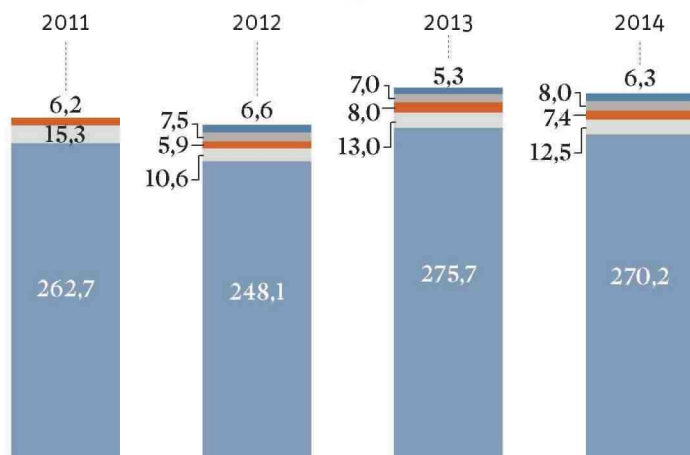
**L'indagine Cipa-Abi sul 2014**

■ Business intelligence e big data sono sempre più impiegati dalle banche italiane per la gestione del credito, ma non solo sul fronte della valutazione del rischio, del controllo direzionale o di gestione. I dati provenienti da numerose fonti sono impiegati sempre più anche per funzioni di supporto commerciale e nei processi dei canali diretti con la clientela. La principale esigenza delle banche nell'utilizzo delle tecnologie big data è costituita dal "miglioramento della comprensione del cliente", ovviamente anche in funzione del cross selling di prodotti finanziari ad hoc. Lo conferma l'ultima edizione della Rilevazione dello stato dell'automazione del sistema creditizio, presentata nei giorni scorsi da Convenzione interbancaria per l'automazione (Cpia) e Abi. Il campione dell'indagine è costituito da 22 gruppi bancari, che rappresentano circa l'85% dell'insieme dei gruppi bancari italiani in termini di attivo.

**Perché si va in banca**

Risposte multiple; valori percentuali sul totale degli intervistati

- Contratti di assicurazione ramo danni
- Contratti di assicurazione ramo vita
- Consulenze su temi previdenziali e per la decisione relativa al Tfr
- Fondi comuni d'investimento
- Altri



Fonte: Centro Einaudi, Indagine sul Resp. scelte finanziarie degli italiani 2014

