

COMUNICATO STAMPA

ABI: si consolida l'utilizzo dei canali digitali per le operazioni bancarie

Si rafforza l'utilizzo dei canali digitali per le operazioni bancarie nel 2024. È quanto emerge da un'indagine contenuta nel quattordicesimo Rapporto annuale dell'Osservatorio Digital Banking di ABI Lab, il Consorzio per la Ricerca e l'Innovazione per la banca promosso dall'ABI, che fa il punto sullo sviluppo e sulle potenzialità del digital banking.

Nelle banche analizzate la crescita è guidata dal mobile banking con i clienti attivi su app (applicazioni) che aumentano del +5,5% rispetto al 2023. L'80% degli istituti ha un numero di clienti attivi da app superiore a quelli da portale web. In crescita del 16%, rispetto al 2023, anche il volume di operazioni dispositive su mobile banking (406 milioni): tra queste, i bonifici istantanei +50,6% (57,7 milioni).

"L'innovazione, unita a un approccio proattivo alla sicurezza, è fondamentale per assicurare alti livelli di affidabilità e rendere l'ecosistema finanziario sempre più resiliente e dinamico - ha dichiarato il Direttore Generale dell'ABI, Marco Elio Rottigni -. Le banche operanti in Italia hanno progressivamente aumentato gli investimenti in tecnologia, che nel 2024 hanno raggiunto i 6,3 miliardi di euro. Tra le principali priorità, inoltre, si confermano gli investimenti in cybersecurity, che, tra il 2020 e il 2024, sono stati di oltre 2 miliardi di euro, per tutelare dati e operazioni da minacce sempre più evolute."

Le banche operanti in Italia stanno ampliando la gamma di servizi offerti, ottimizzando il numero di app disponibili, con l'obiettivo di semplificare l'esperienza del cliente e migliorare l'efficienza operativa. Il 68% mette a disposizione più di una app, affiancando soluzioni ad hoc per specifici servizi alle applicazioni classiche che permettono ai clienti di accedere a tutti i servizi bancari. Si consolidano tramite app le funzionalità legate ai pagamenti, tra cui il pagamento con modello F24, offerto dal 91% delle banche rispondenti, il pagamento con fotocamera (77% dei casi), e gli strumenti per la gestione finanziaria personale (50%). Si consolida l'offerta digitale in ambito credito: il 60% delle banche offre in digitale le carte di credito, il 59% la sottoscrizione dei prestiti personali conclusa interamente in digitale (end to end), il 23% il mutuo e il 15% prestiti Green.

Secondo l'indagine, si diffondono sempre di più i servizi di assistenza al cliente: il 68% delle realtà offre l'attivazione di chiamata per richiesta di supporto, il 53% la chat con operatore nell'app e il 45% fa ricorso a chatbot basati sull'intelligenza artificiale.

L'indagine sottolinea inoltre che le banche stanno ampliando sempre più la propria offerta con prodotti e servizi mirati per specifici segmenti di clientela: il 50% degli istituti proporrà entro il 2025 soluzioni dedicate ai minori di 18 anni, il 41% ai giovani tra i 18 e i 35 anni. Cresce anche l'attenzione verso altre tipologie di clienti, con offerte pensate per i liberi professionisti e per coloro che mostrano una particolare sensibilità verso tematiche ambientali e sociali (previste entro il 2025 rispettivamente dal 37% e dal 32% delle banche).

Roma, 4 agosto 2025