



Comunicato stampa

D-Rating pubblica il suo report di rating 2020 delle banche europee salvo BPM, le banche italiane ottengono la sufficienza

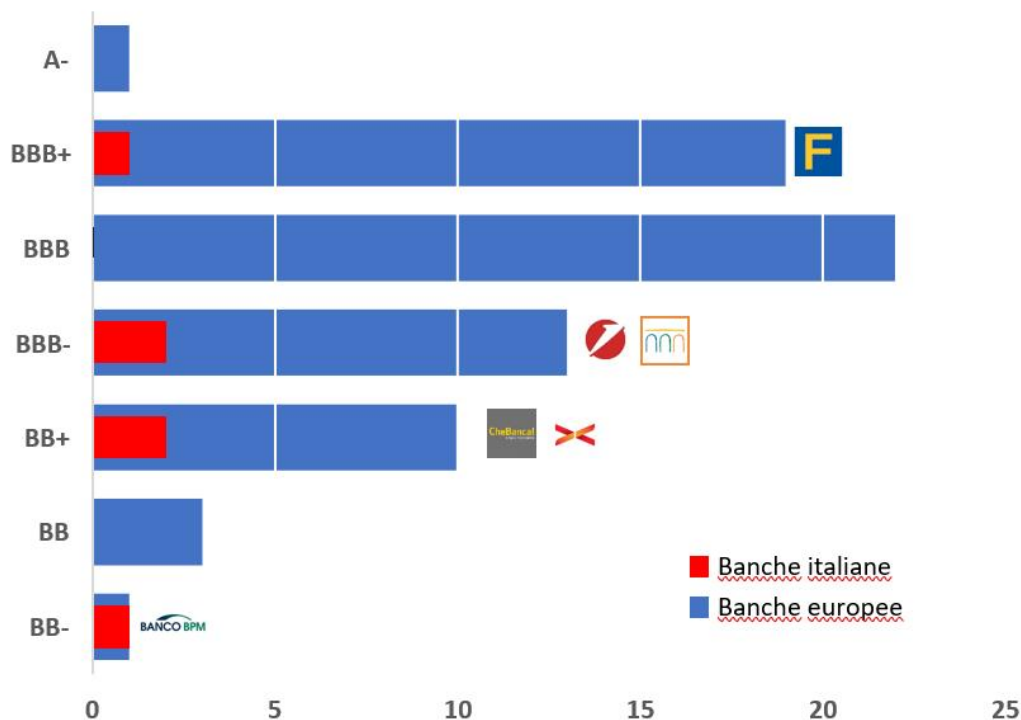
D-Rating (agenzia di rating delle performance digitali) ha pubblicato i risultati della sua campagna di rating 2020 sulle banche europee che misura la loro performance digitale in termini di servizi offerti ai correntisti, user experience e dinamica di trasformazione.

Tra le 70 banche di 15 paesi europei oggetto di un rating nell'anno fiscale, 6 hanno sede in **Italia**: Banco BPM, Che Banca!, Fineco Bank, Intesa Sanpaolo, UBI Banca e Unicredit.

Le valutazioni attribuite da D-Rating vanno da A+ a BB- . La banca europea ad ottenere il miglior punteggio è **Boursorama Banque** (Francia) che si assicura lo score A-.

Le banche italiane si suddividono tra BB- e BBB+.

Rispetto alla prima campagna di D-Rating realizzata nel 2017, c'è da registrare una progressione isoperimetrica in 2 livelli (da BB+ a BBB) di rating medio.



Ripartizione delle valutazioni delle singole banche italiane

Il rating di D-Rating si basa su tre criteri principali

1 - La proposta digitale ossia quello che le banche offrono ai clienti (acquisiti o potenziali) in termini di percorsi digitali (apertura di un conto), canali di contatto (modulo di contratto, videoconferenza...), offerta, funzionalità disponibili sulle applicazioni mobile e homebanking.

Questo rating è basato sulla rilevazione dell'esperienza di clienti reali e potenziali (*mystery shoppers*) durante l'estate 2020.

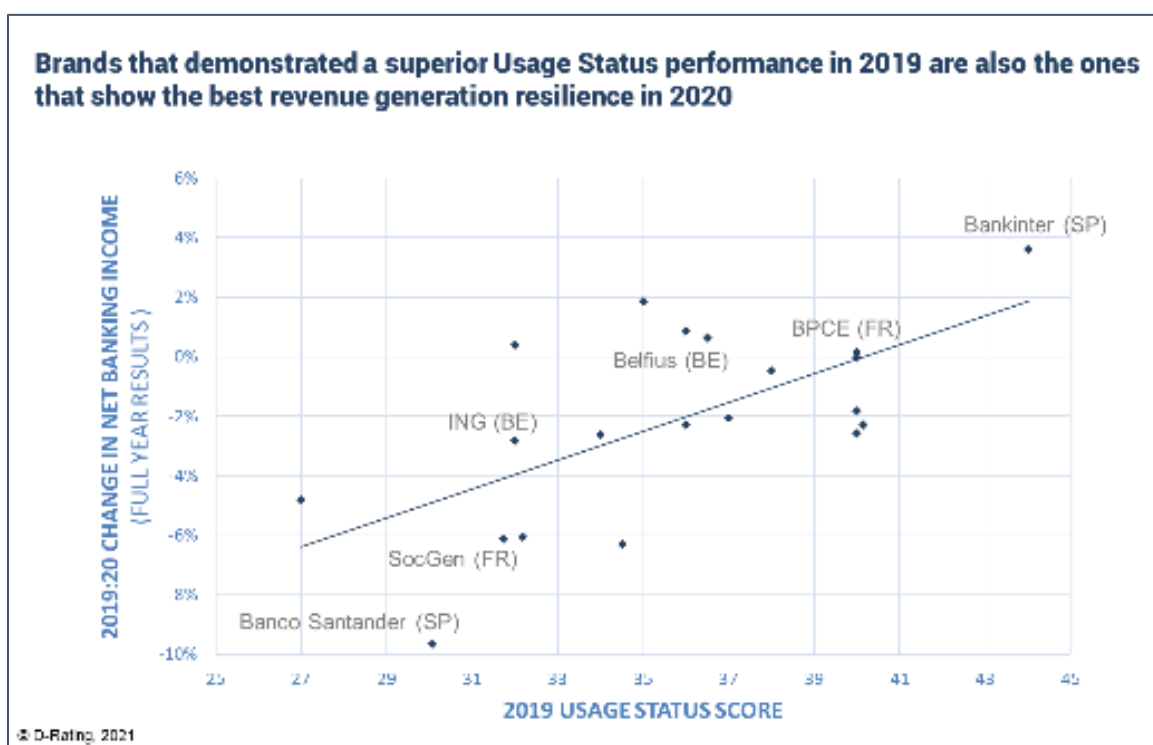
Ad esclusione di Banco BPM, il livello di digitalizzazione del processo di apertura di un conto è piuttosto elevato, ma i tester di D-Rating hanno riscontrato dei bug tecnici, soprattutto con UBI Banca e Intesa San Paolo.

Con una sola eccezione (Banco BPM), le banche italiane hanno un livello di performance sui canali di contatto (disponibilità, rapidità e affidabilità delle risposte) superiore alla media europea.

Per tutte le banche italiane invece, la ricchezza in termini di funzionalità e accesso all'offerta sull'applicazione mobile è inferiore alla media del panel delle banche studiate a livello europeo ed in particolare rispetto alla spagnola BBVA che si afferma su questo criterio la più performante.

2 – User Experience (traffico, engagement e soddisfazione), riflette l'utilizzo dei clienti dei canali (web, mobile e social media) e la capacità delle banche di trasformare questo uso in un reddito aggiuntivo.

È da notare che le banche che erano nel 2019 le best performer rispetto a questo criterio, hanno nel 2020 dimostrato un miglior livello di resilienza in termini di Net Banking Income.



In merito all'esperienza di uso, le banche italiane si posizionano nella media delle banche europee, ad eccezione di Banco BPM, in basso, ma anche di Fineco Bank che presenta un buon posizionamento in termini di utilizzo del web e app mobile.

3 - La **Dinamica di Trasformazione** valuta la capacità delle banche a trasformarsi e il livello dei progressi degli operatori questo settore – con ad esempio la qualità dell'integrazione operativa, la capacità di attrarre talenti o gli investimenti nelle tecnologie innovative più adatte.

In questo settore, le banche italiane sono in ritardo rispetto alle loro omologhe europee sulla capacità di attrarre talenti (misurata attraverso le candidature pubblicate on line e le recensioni lasciate dai dipendenti su siti come Glassdoor o Indeed).

Al contrario, le banche italiane fanno meglio delle loro controparti francesi, spagnole o nordiche in termini di reputazione phygital (combinazione dei punteggi assegnati dai clienti alle performance delle agenzie e dai canali digitali).



Su questo aspetto, di nuovo Banco BPM risulta poco efficiente in tutte le aree di rating di D-Rating.

A proposito di D-Rating

Fondata all'inizio del 2017, D-Rating è la principale agenzia di rating delle performance digitali delle aziende.

D-Rating fornisce a tutti gli operatori del mercato (investitori, analisti finanziari, gestori di fondi e imprese) un **rating indipendente** relativo alla competitività digitale delle società che può avere un impatto sulle loro performance a medio termine.

Grazie ad una strategia innovativa basata sul **metodo 'data-driven'** – compresa l'analisi di oltre 700 indicatori - D-Rating è già diventata uno standard nel settore dei servizi finanziari.

Ad esempio, i test eseguiti nell'ambito della campagna di rating 2020 includono:

- l'apertura di 240 conti bancari e l'analisi dei percorsi clienti associati,
- l'emissione di 460 bonifici,
- l'assistenza con circa 1.050 minuti di video conferenza con dei consulenti delle banche,
- l'analisi di 2.500 punti di contatto digitali (siti, app e social network),
- 1.100 test di reattività e di pertinenza dei canali e contatto messi a disposizione a clienti acquisiti o potenziali,
- l'analisi di 120.000 commenti di clienti e l'integrazione delle note di Google Shops di 20.000 agenzie,
- l'esecuzione di 1.200.000 test di tempo e risposta, e di 250.000 test di conformità di pagine web,
- la gestione di 2.500.000 dati provenienti da app store.

La società è impegnata nello **sviluppo delle sue attività a livello internazionale in vari settori d'attività.**

Per maggiori informazioni:

D-Rating

Philippe Bailly

philippe.bailly@d-rating.com

Oppure :

Business France Italia

Barbara Galli barbara.galli@businessfrance.fr