

COMUNICATO STAMPA

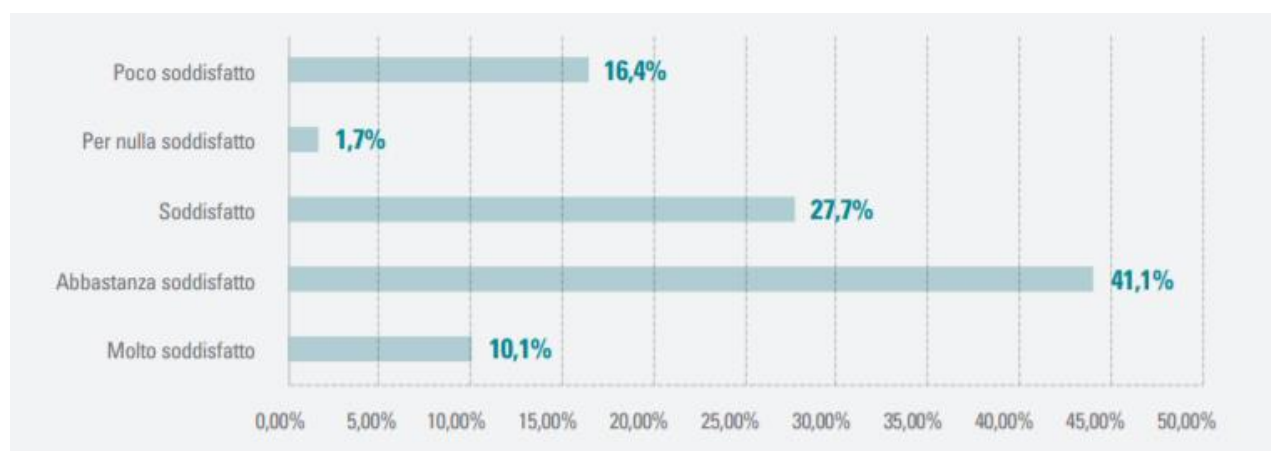
AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA: L'83% DEI CONSUMATORI SODDISFATTO DEL LORO OPERATO. I SOGGETTI PIÙ DIGITALI MAGGIORMENTE INTERESSATI AL RAPPORTO CON LA CATEGORIA

È quanto emerge da un'indagine condotta dall'Ufficio Studi dell'OAM

La stragrande maggioranza dei consumatori che conosce gli Agenti in attività finanziaria è soddisfatto del loro operato. E l'innovazione tecnologica in atto non sembra 'minacciare' questi intermediari del credito: sono infatti i consumatori più 'digitali' ad essere maggiormente interessati ai servizi offerti dalla categoria. È quanto emerge da un'analisi svolta dall'Ufficio Studi dell'OAM su 500 consumatori.

La ricerca mostra anche che esiste un'ampia fascia di clientela ancora da conquistare: il 59% degli intervistati ha infatti una scarsa e limitata conoscenza della figura dell'Agente. Concentrandosi però sul restante 41% che ha una adeguata e accurata conoscenza dell'Agente in attività finanziaria, emerge che l'83% è soddisfatto e abbastanza soddisfatto del rapporto con l'Agente. Solo il 18% è per nulla o poco soddisfatto.

GRADO DI SODDISFAZIONE NELL'AFFIDARSI AD UN SOGGETTO DIVERSO DA UNA BANCA PER OTTENERE UN FINANZIAMENTO



Quanto ai vantaggi che i consumatori sperano di ricevere affidandosi a queste figure professionali, il 37% punta a ottenere migliori condizioni contrattuali, il 21% a maggiori possibilità di avere il prodotto finanziario desiderato. Minore attenzione è invece posta sull'ottenere il finanziamento in minor tempo o sulla capacità di recepire meglio le esigenze del cliente.

L'analisi ha poi suddiviso per tipologia i consumatori intervistati, delineando 5 gruppi: "gli istruiti" (20% del campione), "i digitali" (15%) "gli analogici" (21%), "gli assistiti" (23%) e "i tradizionalisti" (21%).

Gli istruiti hanno età media più bassa e livello di istruzione maggiore, sono poco digitalizzati da un punto di vista finanziario, prediligono recarsi in filiale per richiedere informazioni su alcuni prodotti finanziari, quali mutuo e cessione del V dello stipendio/pensione. Quasi un individuo su due di questo *cluster* si affida ad un Agente in attività finanziaria, al quale principalmente richiede un risparmio in termini di costi del finanziamento.

I digitali sono soggetti che vogliono avere il massimo delle informazioni, cercandole attraverso l'*internet banking* o attraverso la figura dell'Agente dal quale desiderano un servizio finanziario rapido ed efficiente. Il 62% del cluster si è affidato ad un Agente.

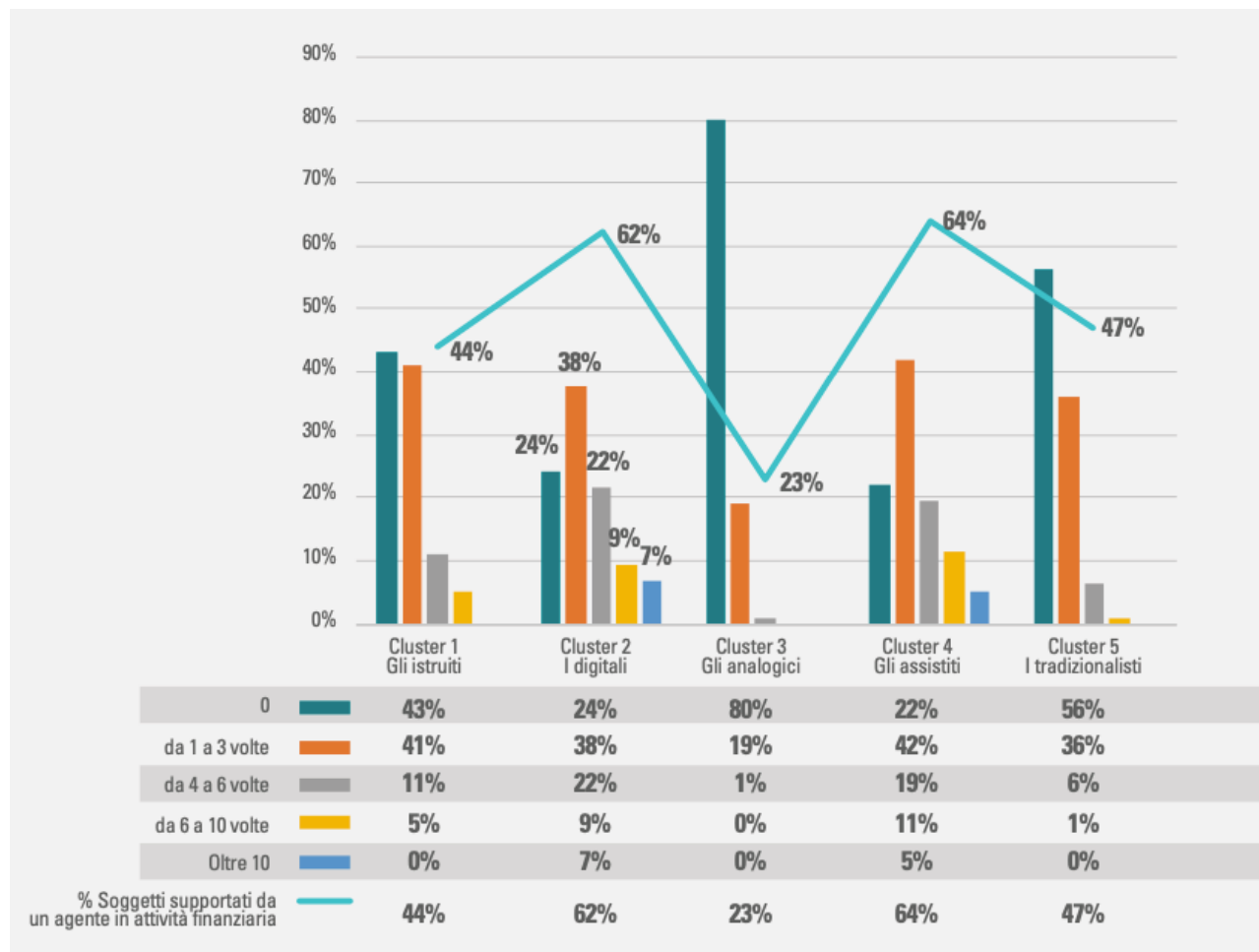
Gli analogici hanno un basso grado di utilizzo dell'*internet banking* e sono scarsamente interessati al supporto di un Agente. Complessivamente sono poco interessati ai prodotti o servizi finanziari offerti sia dai canali tradizionali quali banche e società finanziarie, che innovativi. Il gruppo si caratterizza per una limitata conoscenza della figura dell'Agente in attività finanziaria e solo il 23% si è affidato in passato ad un Agente.

Gli assistiti rappresentano una clientela particolarmente interessata alla comprensione del prodotto finanziario e alla rapidità nell'ottenere il servizio richiesto. Per questo richiedono, più di ogni altro gruppo, il supporto degli Agenti in attività finanziaria (il 64%) pur utilizzando ampiamente l'*internet banking* per informarsi.

I tradizionalisti prediligono invece interagire con la filiale rispetto ai nuovi canali digitali. Tutto ciò comporta bassi livelli di digitalizzazione e utilizzo dell'*internet banking*. Il 47% del

cluster si è affidato ad un Agente in attività finanziaria, al quale chiedono spiegazioni sul servizio/prodotto finanziario e personalizzazione dello stesso.

LIVELLO DI UTILIZZO DELL'INTERNET BANKING PER RICHIEDERE INFORMAZIONI FINANZIARIE - SUPPORTO AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA



Roma, 24 gennaio 2022