

E la banca va

GLI AVVENIMENTI DELLA ECONOMIA, DELLA FINANZA E DELLA BORSA. E DEI GIORNALISTI CHE LI RACCONTANO - A CURA DI CARLO RIVA

Facebook

Sono 10 milioni gli italiani fra i 15 e i 29 anni, e il 90% di quelli che navigano su Internet sono iscritti a Facebook. Ecco come mai la competizione tra le banche si gioca sul terreno del web 2.0 piuttosto che sul canale retail tradizionale

Il settore bancario, che dalla crisi dei mutui subprime in poi ha visto crollare in tanti Paesi la propria credibilità, sta sperimentando anche il canale di Facebook sia per riguadagnare la fiducia persa (solo il 24% degli italiani si fida di banche e assicurazioni secondo un sondaggio Gfk) sia per conquistare nuova clientela.

Una banca che apre una pagina Facebook pensando solo di postare messaggi pubblicitari, senza un reale coinvolgimento dei fan, è destinata a fallire la sua missione social, perché gli iscritti alle fanpage di rado condividono messaggi pubblicitari con i propri amici, anzi, dopo un po', si cancellano dalla pagina.

Uno studio condotto dal Monte dei Paschi di Siena sul mercato italiano stima in dieci milioni i giovani di età compresa fra 15 e 29 anni, circa il 16% della popolazione nazionale, una generazione nativa digitale il cui peso nei ricavi delle banche dovrebbe crescere nei prossimi anni a un valore di circa 135 miliardi di euro. Il 40% di questo target ha uno smartphone e quasi il 90% dei giovani che navigano in Internet è iscritto a Facebook. Circa il 90% di questi consumatori possiede un conto corrente e rappresenta il 20% della clientela bancaria. Ecco come mai la competizione tra istituti di credito si gioca più sul terreno del web 2.0 piuttosto che sul canale retail tradizionale.

Il crescente interesse delle banche verso Facebook ha anche innescato il dubbio che le istituzioni finanziarie in un prossimo futuro possano utilizzare i dati dei social network per profilare la clientela.

La voce è cominciata a circolare sui blog, all'indomani del contributo che uno dei fondi d'investimento finanziato dalle principali banche di New York ha fatto verso la startup Lenddo (https://www.lenddo.com/pages/what_is_lenddo), società di Hong Kong che offre microprestiti mediante un sistema di valutazione del rischio di credito che utilizza le informazioni sugli amici di Facebook.

La presenza su Facebook delle banche offre anche l'opportunità di pubblicizzare l'uscita degli aggiornamenti alle applicazioni per l'home banking dai dispositivi Android e iPhone. Solo in Italia



I responsabili della comunicazione di quattro tra le sei prime banche italiane più presenti su Facebook: Maurizio Beretta di UniCredit, Vittorio Meloni di Intesa Sanpaolo, Sergio Rossi di Ing Direct Italia e David Rossi di Banca Monte dei Paschi. Sotto, le schermate delle pagine Facebook di Ibi Banca (a sinistra) e di Bnl Gruppo Bnp Paribas per Telethon.

c'è chi stima che saranno stati venduti entro la fine del 2012 30 milioni di smartphone con accesso a Internet.

In attesa di vedere nei prossimi mesi chi vincerà la sfida tra le istituzioni finanziarie per guidare la quotazione a Wall Street di Facebook, al momento la partita sembrano giocarsela Jp Morgan e Goldman Sachs; analizziamo quali banche entrano nella

classifica internazionale delle più influenti su Facebook, sulla base del numero d'iscritti alle fanpage ufficiali.

Nel settembre scorso le prime 10 banche top su Facebook totalizzavano 5.997.179 like, di questi il 74% apparteneva alle prime tre; dopo quattro mesi il totale dei fan delle pagine delle 10 banche top è salito a 7.839.817, con un incremento del 30%, mentre la quota delle prime tre banche è scesa al 62%.

In prima fila si trova la Jp Morgan Chase, la sua fanpage 'Community Giving', con 3.375.285 iscritti, è riservata a far conoscere le attività filantropiche della banca. La pagina Facebook di Chase ha numerosi contributi video di celebrities, testimonial delle campagne sociali di Chase.

La Chase ha preso molto seriamente Facebook quale veicolo pubblicitario: alla pagina della carta di credito Chase Freedom è stata abbinata una lotteria con un premio di un milione di dollari che si è aggiudicato uno studente californiano di 22 anni, avendo solo cliccato su 'Mi piace' della fanpage.

Al secondo posto troviamo la grande banca inglese Barclays, che con la fanpage intitolata alla Premier League, massima serie del campionato di calcio inglese, di cui è sponsor dal 2001, arriva a 785.474 iscritti.

Alla fanpage sono abbinati dei concorsi a premi, di solito si possono vincere gadget o biglietti omaggio per assistere alle partite di campionato.

In terza posizione c'è un'altra banca che coniuga il brand al calcio; la Bbva è sponsor del campionato di calcio spagnolo, e la pagina fan raggiunge 710.260 iscritti. Un'altra fanpage della Bbva che sarebbe stata sulla top ten è quella realizzata per la



filiale peruviana che ha 147.043 iscritti, che supera tutte le pagine di Facebook delle altre filiali sparse nella Penisola iberica e in America Latina.

Al quarto posto con 701.182 iscritti la banca turca Garanti, nel cui capitale è entrato di recente il gruppo spagnolo Bbva. Un altro istituto di credito turco si piazza in quinta posizione, l'Akbank, di proprietà della famiglia Sabanci, che ragguardegge 668.517 iscritti.

Nel 2010, il colosso bancario Citigroup è entrato in Akbank con una quota del 25%, a conferma della rilevanza strategica della Turchia nell'economia mondiale. La Turchia, insieme a Messico, Indonesia e Corea del Sud, fa parte di quel gruppo di potenze emergenti (Mikt), che si caratterizza per crescita economica, demografica e dall'essere partner strategici degli Stati Uniti.

La Turchia ha una popolazione giovane e digitale, con un'età media di 28 anni, inferiore di 12 anni a quella della Ue (40 anni) e di 15 anni più bassa di quella italiana, che registra un'età media di 43 anni.

Per quanto riguarda le pagine di Facebook delle due banche turche, entrambe denotano un forte coinvolgimento dei membri delle due community; i numeri delle persone che interagiscono con le due fanpage si equivalgono e sono oltre 35mila persone. Il 40% del totale dei membri che intervengono nelle pagine Facebook della top ten provengono dalle due banche turche.

Al sesto posto Rbs, Royal Bank of Scotland, la sua pagina Facebook è rivolta al trofeo di rugby delle Sei nazioni, di cui la banca è sponsor. Il successo della fanpage Rbs, associata allo sport nazionale scozzese, è testimoniato dal fatto che quando nel marzo 2011 fu pubblicato l'ultimo post la pagina di Rbs registrava 503.707 iscritti, nel gennaio 2012 gli iscritti sono cresciuti a quota 622.337.

In settima posizione Bank of America (Bofa) con Building Opportunity from Bank of America (Usa) con 400.964 membri. La pagina si rifà al modello di Chase, dove sono pubblicate le campagne di solidarietà nel territorio americano sostenute dalla banca.

Citibank India, con 302.279 iscritti alla fanpage, si colloca in ottava posizione, mentre la pagina della capogruppo americana Citibank Usa si assesta a 184.613 iscritti. Se la pagina Facebook indiana ha uno stile più pubblicitario e coinvolgente, quella statunitense è nello stile delle campagne solidali delle altre banche americane.

Il fallimento di Lehman Brothers e il salvataggio delle principali banche statunitensi hanno indotto le istituzioni finanziarie a mostrarsi, almeno sulle pagine di Facebook delle tre banche in classifica, protese ad aiutare quella fetta di famiglie americane impoverite dalla crisi economica di questi anni.

Al nono posto la pagina della Banca Santander del Messico con 198.818 iscritti; c'è da aggiungere che la pagina Lupita de Santander Universidades, che promuove i servizi finanziari per la formazione universitaria dei messicani, registra 58.401 iscritti. La pagina Facebook della capogruppo spagnola del Banco di Santander si ferma a 37.183 membri.

La Bnp Paribas è in decima posizione, la sua pagina Facebook ha 136.429 iscritti. La fanpage di Bnp Paribas, visto l'elevato numero di richieste di clienti, offre assistenza per operare on line mediante le app per smartphone.

Nel nostro Paese i gruppi bancari italiani con una presenza significativa su Facebook arrivano a dieci.

La banca della rata bassotta, **Ibl Banca**, conquista la testa della classifica delle banche italiane su Facebook con 52.297 iscritti alla fanpage. Aver abbinato l'immagine del bassotto, simbolo che ha reso popolare Ibl, alla sponsorizzazione dell'Enpa (Ente nazionale protezione animali) ha permesso di costruire un'accattivante fanpage dove sono pubblicate notizie che riguardano la banca alternate a foto e video di cuccioli di cani e gatti, notoriamente i soggetti più cliccati sulla Rete.

UniCredit si piazza in seconda posizione con la fanpage dedicata alla sponsorizzazione della Champions League, con 32.153 iscritti. Alla pagina è abbinato anche un gioco a premi, 'Take a Ticket', dove si possono vincere i biglietti per la finale 2012 che si svolgerà a Monaco di Baviera.

In terza posizione, con 20.816 iscritti, Intesa Sanpaolo, che propone un servizio clienti con degli addetti che rispondono alle richieste dei clienti. Aprire una fanpage di assistenza clienti ha consentito alla prima banca italiana di conquistare la leadership per numero d'iscritti che partecipano alla vita della fanpage.

Al quarto posto la pagina di Bnl per Telethon con 17.659 iscritti. Nel dicembre scorso Bnl ha lanciato una campagna abbinata a Facebook dove al raggiungimento di 40mila messaggi avrebbe donato un euro per ciascun post condiviso e un'iniziativa su Twitter di un euro per ciascun tweet contenente l'hashtag #bnlinaction.

Ing Direct Italia conquista la quinta posizione con 12.497 fan. La pagina di Facebook della banca olandese del Conto Arancio fornisce informazioni sulle iniziative e i tassi aggiornati, ed è arricchita di video e widget virali.

La pagina Facebook del Monte dei Paschi di Siena conta 7.191 iscritti e si attesta in sesta posizione. Nella fanpage sono stati osservati numerosi interventi dei dipendenti della banca; non si è sottratto dal commentare alcuni post anche David Rossi, direttore della comunicazione della banca senese.

La fanpage di Mps ha la funzione principale d'informazione sulle tradizionali attività della banca a sostegno del volontariato e del terzo settore, e delle numerose sponsorizzazioni culturali e sportive nelle quali Mps è impegnata.

La Banca Sella si piazza al settimo posto con 4.801 iscritti alla sua pagina di Facebook. La piccola banca del Piemonte, anche grazie agli investimenti nell'innovazione tecnologica, è diventata una delle principali banche operanti nella gestione dei pagamenti on line sia negli esercizi commerciali tramite pos sia nelle transazioni del commercio elettronico. Non è un caso che buona parte delle discussioni sulla fanpage di Banca Sella riguardino proprio i servizi rivolti agli operatori economici.

All'ottavo posto Webank (banca Internet del Gruppo Bipiemme): con 2.435 fan, la pagina creata come canale pubblicitario sta diventando un help desk per via dei numerosi clienti della banca che sfruttano la fanpage per fare segnalazioni sui tassi bancari applicati e chiedere informazioni.

La pagina Facebook del Gruppo Veneto Banca si colloca in nona posizione con 2.153 membri; al decimo posto il Gruppo bancario Credito Valtellinese con 1.206 iscritti. In entrambe le pagine dei due istituti sono pubblicate notizie della banca, ma sono stati pochi finora i membri che interagiscono con le due fanpage.

Luigi Ricci

(managing director di Barometro)

| LA TOP TEN MONDIALE | | |
|---------------------|---|-----------|
| Rank | Banche su Facebook | Mi Piace |
| 1 | Jp Morgan Chase (Usa) | 3.375.285 |
| 2 | Barclays Football (Regno Unito) | 785.474 |
| 3 | LigaBbva (Spagna) | 710.260 |
| 4 | Garanti Bank (Turchia) | 701.182 |
| 5 | Akbank (Turchia) | 668.517 |
| 6 | Rbs 6 Nations (Regno Unito) | 622.337 |
| 7 | Building Opportunity from Bank of America (Usa) | 400.964 |
| 8 | Citibank India (India) | 302.279 |
| 9 | Santander Mexico (Messico) | 198.818 |
| 10 | Bnp Paribas (Francia) | 136.429 |

| LA TOP TEN ITALIANA | | |
|---------------------|----------------------------------|----------|
| Rank | Banche italiane su Facebook | Mi Piace |
| 1 | Ibl Banca | 52.297 |
| 2 | UniCredit Champions | 32.153 |
| 3 | Intesa Sanpaolo Servizio Clienti | 20.816 |
| 4 | Bnl per Telethon | 17.659 |
| 5 | Ing Direct Italia | 12.497 |
| 6 | Banca Monte dei Paschi di Siena | 7.191 |
| 7 | Banca Sella | 4.801 |
| 8 | Webank | 2.435 |
| 9 | Gruppo Veneto Banca | 2.153 |
| 10 | Gruppo Credito Valtellinese | 1.206 |