

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea in

Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale

TITOLO DELLA TESI

Il divario digitale nell'utilizzo delle tecnologie di internet banking.
Il Caso Cassa di Risparmio di Cento

Tesi di laurea in

Sociologia della comunicazione multimediale

Relatore Prof: Saveria Capecchi

Correlatore Prof: Pina Lalli
Dott.ssa Lucia Landi

Presentata da: Marianna Forni

Appello
primo

Anno accademico
2015-2016

Indice

Prefazione	4
Introduzione	8
La società dell'informazione	11
1.1 La crisi economica e gli impatti sull'economia globale	11
1.2 La nascita della società dell'informazione	15
1.3 La network society	19
1.4 Abitare nella società dell'informazione	23
1.5 Città, mobilità e spazio dei flussi	27
Il digital divide	32
2.1 L'importanza di internet nella società dell'informazione	32
2.2 Digital divide: una definizione	35
2.3 Ipotesi e classificazione del fenomeno	36
2.4 L'accesso alla rete: nuove tecnologie e infrastrutture	40
2.5 Le dimensioni del divario digitale	43
2.6 Il divario sociale	46
2.7 "Donne nella rete": disparità di genere	47
2.7.1 Divario di genere nell'utilizzo della rete	51
2.8 Digitalizzazione e uso della rete in Italia	54
La digitalizzazione nel settore bancario	59
3.1 la banca virtuale	59
3.2 Le nuove attese dei consumatori	61
3.3 Banche tradizionali, banche digitali e nuovi player nel settore	64
3.4 Internet banking	70
3.5 La digitalizzazione del sistema bancario italiano	76
3.6 Innovazioni per un'esperienza omnicanale	81
Analisi dell'utilizzo del servizio di internet banking presso la Cassa di Risparmio di Cento	87
4.1 La Cassa di Risparmio di Cento	87

4.2 Digitalizzazione e servizi digitali per la clientela	88
4.3 Internet Banking in Caricento	91
4.4 L'evoluzione della clientela digitale in Caricento	96
4.5 Analisi dell'utilizzo di INmyBank, INmyBank Trade e SmartBank	100
4.5.1 Il profilo della clientela digitale	101
4.5.2 Stato dell'arte: le tipologie di internet banking attivate	106
4.5.3 L'operatività tra online e mobile	113
Indagine di customer satisfaction: una panoramica sulla digitalizzazione in Caricento	120
5.1 L'indagine di customer satisfaction	120
5.2 Il divario digitale in Caricento	123
5.2.1 Il profilo del cliente digitale: spunti dall'indagine di customer	127
5.3 Il divario di genere in Caricento	131
5.4 Il punto del Direttore Commerciale	133
5.5 Digitalizzare per avvicinarsi alla clientela: il nuovo sito web e i social network	136
Le conclusioni	138
6.1 Il divario digitale in Caricento è un fenomeno contenuto	138
6.2 Le filiali a supporto della disintermediazione	143
Bibliografia	145
Ringraziamenti	151

Il divario digitale nell'utilizzo delle tecnologie di internet banking.

Il Caso Cassa di Risparmio di Cento

L'affermarsi della società dell'informazione e l'importanza crescente della dimensione digitale nella vita quotidiana determinano nuove modalità di fruizione dei servizi, anche di quelli appartenenti al settore bancario. La crisi economica del 2008, l'evoluzione dei modelli di comportamento dei consumatori e il desiderio crescente di disintermediazione pongono le basi per la variazione dei modelli imprenditoriali degli istituti di credito che stanno orientando il loro business verso la dimensione digitale. Si colloca in questo contesto l'analisi dell'utilizzo dei servizi di internet banking presso la Cassa di Risparmio di Cento, una banca locale che ha alle sue spalle ben 157 anni di storia. Nonostante il suo modello di servizio si sia sempre fondato sulla rete di filiali, nel corso degli ultimi anni Caricento ha investito con determinazione nella dimensione digital. I risultati si ritrovano nell'analisi dei comportamenti della clientela che presenta un livello di confidenza con le tecnologie di e-banking nettamente superiore alla media italiana. L'interesse della clientela nei confronti dei servizi di internet banking non esclude automaticamente la dimensione fisica, in quanto la rete di sportelli collocati sul territorio riveste ancora un ruolo importante, in virtù della tendenza generale della popolazione a rimanere ancorata ai luoghi fisici.

Marianna Forni

Introduzione

Il 29 aprile del 2016 in occasione della giornata per la celebrazione dei 30 anni di internet in Italia, il premier Matteo Renzi ha affermato che, grazie al nuovo progetto di diffusione della banda larga¹, l'Italia compie i primi passi per colmare il divario digitale.

Secondo le rilevazioni effettuate dall'Unione Europea grazie al DESI, un indice che somma diversi indicatori sulle performance digitali e traccia l'evoluzione del percorso digitale degli stati membri dell'Unione Europea, l'Italia si posiziona al 25esimo posto nel ranking comunitario, precedendo solo Grecia, Bulgaria e Romania². Il posizionamento dell'Italia segnala che il percorso di digitalizzazione è ancora lungo e faticoso e che i progressi che il paese ha fatto registrare negli ultimi anni non sono ancora sufficienti a colmare il divario con gli altri stati europei.

L'indice DESI è costruito tramite la somma di numerosi indicatori che rispecchiano la complessità del divario digitale, un problema di difficile risoluzione che non si estinguerà soltanto grazie alla diffusione della banda larga anche nelle zone "più sfigate" del paese³. Il digital divide è, infatti, un fenomeno in continua evoluzione (Sartori 2010), pluridimensionale e stratificato, dove a fare la differenza non è soltanto la velocità di connessione con la quale la popolazione ha la possibilità di navigare in rete, ma sono soprattutto le risorse socio-economiche che possiede, come il titolo di studio e il reddito, la professione, l'età ed il contesto familiare, che insieme contribuiscono a creare un bagaglio di competenze necessarie ad usufruire delle nuove tecnologie ed acquisire conoscenza. L'avvento dell'età dell'informazione ha rivisto, infatti, i paradigmi alla base della società, rendendo la capacità di produrre, manipolare e distribuire informazioni uno dei fattori principali di ricchezza e potere (Ardivisio, Delfanti).

¹ Vedi capitolo 2, paragrafo 2.4

² Vedi capitolo 2, paragrafo 2.8

³ Il Presidente del Consiglio Matteo Renzi è così intervenuto in occasione del collegamento con il CNR di Pisa: "Ci sono le zone A e B, quelle più favorite, ma anche le C e D, quelle in cui portare la banda larga è più difficile, lo dico con un termine tecnico-giuridico, quelle un po' più 'sfigate'. - ha detto - Ora lo Stato mette i soldi per portare la banda larga anche lì. C'è il primo via libera, finalmente si parte" Fonte: La Repubblica

Ancora oggi molti confondono il digital divide con la mancanza di una connessione sufficientemente veloce a svolgere una navigazione piacevole e a fruire dei servizi di internet. Certo la velocità ha un suo peso, ma insieme ad essa vanno considerati tutta una serie di fattori che rischiano di impedire un'equa diffusione della digitalizzazione tale da permettere alla popolazione di approfittare delle sue opportunità. Una delle problematiche sottintese al divario digitale è il rischio che la rete accresca le opportunità di sviluppo soltanto per gli individui che hanno la possibilità di accedervi, lasciando fuori gli altri e creando così un divario significativo nella qualità di vita tra le popolazioni che sono in grado di accedere alla rete e quelle che invece non hanno le risorse sufficienti a farlo.

Una delle attività dalla quale gran parte della popolazione rimane tuttora esclusa è quella relativa alla fruizione dei servizi bancari via web e via mobile. L'*e-banking*, che consiste nella possibilità di gestire il proprio conto corrente online effettuando operazioni anche da casa o grazie ad un dispositivo mobile, è considerata infatti un'attività di tipo specifico, che richiede un bagaglio di competenze tecniche ed informatiche superiori a quelle necessarie per la consultazione delle news online o per l'invio di un'email. Pertanto, le conoscenze richieste per l'utilizzo dei servizi di *internet banking* rischiano di essere diffuse solo tra una quota limitata di utenti.

La recente crisi economica ha destabilizzato in maniera prepotente il sistema bancario: le "regole del gioco" sono profondamente cambiate, così come la modalità di "fare business". La capacità di essere innovativi e la digitalizzazione sono considerati oggi temi cruciali per la sopravvivenza nel settore, dove chi non è in grado di rimboccarsi le maniche, avvicinarsi ai nuovi consumatori ed interpretare le loro esigenze rischia di non pubblicare il prossimo bilancio.

In questo senso, anche la capacità di ripensare il proprio rapporto con la clientela, concependo ad esempio nuove finalità per lo spazio fisico delle filiali, diventa un fattore

cruciale in grado di condizionare il rapporto della clientela con le tecnologie di *internet banking* e tutti i servizi digitali offerti da una banca.

La riorganizzazione del business bancario si lega pertanto in maniera profonda alla necessità di colmare il divario digitale relativo alle tecnologie di *internet banking* che attualmente in Italia sono utilizzate soltanto dal 28% di tutta la popolazione, una percentuale lontana dalla media di utilizzo negli stati membri dell'Unione Europea che è pari al 46%⁴.

Nel corso di questa tesi, dopo un approfondimento sulla letteratura di settore e una panoramica sulla digitalizzazione del settore bancario italiano, grazie ad un'analisi quantitativa e qualitativa, approfondirò le dimensioni del divario digitale relativo all'utilizzo delle tecnologie di *internet banking* presso la Cassa di Risparmio di Cento, una storica banca locale che ha alle sue spalle ben 157 anni di storia.

⁴ *Individuals using the internet for internet banking*, eurostat.eu, ultimo accesso al 4 giugno 2016. Fonte: Eurostat

Capitolo 6

Le conclusioni

6.1 Il divario digitale in Caricento è un fenomeno contenuto

Relativamente all'utilizzo dell'*internet banking*, la realtà della Cassa di Risparmio di Cento si può definire come una piacevole sorpresa rispetto al panorama italiano (...).

Il risultato dell'analisi eseguita è positivo per diverse motivazioni. La prima riguarda la storia della Cassa di Risparmio di Cento che parla di radicamento al territorio e di un modello di business che si è sempre fondato sulle filiali. Essendo Caricento una banca fortemente territoriale, si poteva presumere che le tecnologie di *internet banking* riscuotessero un successo più discreto, ma al contrario sono assolute protagoniste nell'offerta della banca. Grazie agli investimenti in materia di digitalizzazione, infatti, la Cassa di Risparmio di Cento non ha mai perso il passo con il mercato e con le esigenze della sua clientela, continuando a proporre soluzioni che andassero incontro alle esigenze dei suoi clienti e di quelli prospect.

Il trend degli utenti di INmyBank è in significativo aumento e dimostra che l'interesse per questi strumenti da parte della clientela è vivo ed il servizio ha ancora margini di crescita (...).

Come affermato nei capitoli precedenti, uno dei fattori che influenza negativamente l'inclusione digitale è quello dell'età anagrafica della popolazione che è inversamente correlata ai comportamenti digitali. Ebbene, presso la Cassa di Risparmio di Cento la maggior parte della clientela che ha sottoscritto un contratto di *internet banking* è compresa nella fascia di età tra i 43 ed i 54 anni (...).

Un discorso a parte va riservato, invece, alla dimensione mobile che per il momento non sembra aver ancora raccolto le preferenze né della clientela digitale di Caricento, né di

quella che è stata intervistata durante l'indagine di *customer satisfaction*. E' inevitabile ricordare che la diffusione dei dispositivi mobili ha preso piede solo da qualche anno a questa parte e che l'app di Caricento è stata rilasciata solo alla fine del 2012, ma presso la clientela digitale della banca sembra comunque esserci una sorta di diffidenza nei confronti della fruizione dei servizi di *internet banking* via smartphone o tablet. Questa sensazione di "disagio" della clientela non è nuova al mercato, in quanto anche l'indagine di KPMG condotta di recente⁵, ha dimostrato che il *banking* via mobile ha ampi margini di crescita. Se i cosiddetti *millennials*, infatti, hanno modelli di consumo nuovi e particolari, saranno ancora più imprevedibili quelli dei *post millennials*, i nati dopo il 2000, che saranno connotati da comportamenti a volte incomprensibili, che mineranno alla radice i fondamenti dell'economia moderna con logiche di pensiero, comportamenti d'acquisto e modalità di ingaggio nuove che non si dovranno sottovalutare, perché accentueranno il *gap* con la generazione che li precede (KPMG, 2016). Investire sul mobile e su nuove proposte in questo ambito significa avere una visione proiettata nel prossimo futuro, progettando modelli di business alternativi che siano votati all'innovazione e possano andare incontro alle esigenze dei consumatori del domani.

La classe creativa cui si faceva riferimento nel primo capitolo⁶ è uno dei target prospettivi a cui tendere e con cui sarà possibile mettersi in contatto specialmente tramite la rete e la dimensione mobile. Per coloro che vivono in una sorta di "nomadismo", hanno gusti sofisticati e una particolare attenzione nei confronti del *green*, una proposta digitale ricca ed innovativa è un requisito essenziale.

Un altro aspetto degno di nota è quello relativo alle classi occupazionali che utilizzano i servizi di *internet banking* presso la Cassa di Risparmio di Cento (...).

Sulla fruizione della piattaforma di trading online ho fatto molte supposizioni, ma in definitiva possiamo descrivere questo servizio come riservato ad una cerchia di pochi

⁵ Vedi Cap.3, paragrafo 3.4

⁶ Capitolo 1, paragrafo 1.4

eletti che hanno competenze tecniche, finanziarie ed informatiche, decisamente sopra la media. Essere in grado di gestire autonomamente il proprio portafoglio, facendo scelte di investimento strategiche e non guidate dall'altalena dei mercati, è facoltà di pochi clienti che sono comunque tra le fila di quelli della Cassa di Risparmio di Cento.

Occorre, inoltre, prestare attenzione a coloro che hanno sottoscritto il contratto per consultare online il proprio conto corrente ed effettuare operazioni, ma non l'hanno mai utilizzato. Questo comportamento si riscontra in percentuali diverse a seconda del contratto sottoscritto, ma si presenta in proporzioni rilevanti circa il servizio di INmyBank informativo ed INmyBank Pocketcard (...).

Circa il divario di genere, possiamo affermare che presso la Cassa di Risparmio di Cento il fenomeno esiste, ma non ha dimensioni allarmanti. La sottoscrizione dei contratti di *internet banking* riscontra quasi una parità di adesioni sia da parte degli uomini, sia da parte delle donne, ma è l'analisi sull'operatività dei due sessi che ha fatto riscontrare le differenze più grandi. Mentre le operazioni autorizzate dalla piattaforma di *internet banking* e da quella mobile quasi sono le stesse, al contrario sono gli importi dei vari pagamenti che suonano come un campanello di allarme del divario di genere (...).

In conclusione, il divario digitale relativamente all'utilizzo delle tecnologie di *internet banking* presso la Cassa di Risparmio di Cento esiste, ma si può definire come un fenomeno di dimensioni contenute (...).

6.2 Le filiali a supporto della disintermediazione

Sembra quasi un controsenso, ma il modello vincente può essere costituito proprio dal contributo che le filiali del settore bancario sono in grado di dare al processo di disintermediazione. (...) Sono le filiali a dover accompagnare i clienti verso lo spazio dei flussi, permettendo loro di cogliere tutti i vantaggi e le opportunità che risiedono al di là

della sfera fisica, quella alla quale l'esperienza umana è ancora legata (Castells 1996, trad. it. 2002) (...).

Il divario digitale nell'utilizzo delle tecnologie di *internet banking* si potrà ridurre favorendo la conoscenza delle opportunità che derivano dalla fruizione del servizio, spiegando alla clientela come possono servirsene, stimolando modelli di consumo nuovi, più efficienti e meno onerosi sia per le banche che per la clientela (...).

Con l'impegno di integrare la maggior parte della clientela nella sfera digitale, le banche potranno favorire un uso più consapevole di tutti i servizi di *internet banking*, oltre alla diffusione di competenze che contribuiranno a formare cittadini digitali e orientati al cambiamento.

Bibliografia

Ardivissov, A., Delfanti, A., 2013. Introduzione ai media digitali. Bologna: Il Mulino

Bell, D., 1973. The coming of the Postindustrial society. New York: Basic

Bentivegna, S., 2009. Disuguaglianze digitali. Roma-Bari: Laterza

Bracciale, R., Mingo, I., 2009. La e-inclusion e le competenze digitali: il contesto Europeo e il caso dell'Italia, in Mingo I., Concetti e quantità. Percorsi di statistica sociale. Acireale-Roma: Boxano Editore. 2010. Donne nella rete. Disuguaglianze digitali di genere, Milano: Franco Angeli

Capecchi, S., 2004, Identità di genere e media. Roma: Carocci

Castells, M., 2001. Galassia Internet. Oxford: Oxford University Press. 2002. La nascita della società in rete. Milano: EGEA

Cavenago, D., Mezzanzanica, M., 2010. Scienza dei servizi. Un percorso tra metodologie e applicazioni. Milano: Springer- Verlag Italia

Ferguson, N., Schneier, B., 2005. Crittografia pratica - Ferguson Niels; Schneier Bruce. Milano: Editore Apogeo

Fitch, Steven E., 2007. Digital divide: an equation needing a solution. Steven E. Fitch MBA

Guidotti, E., 2002. Dove ci porta internet. Milano: Franco Angeli

Harvey, D., 2005, A brief history of neoliberalism. Oxford: Oxford University

Iannone, R., 2007. Società disconnesse: Roma: Armando Editore

Il Sole 24 Ore, Ottobre 2008. La Grande Crisi. Milano: Il Sole 24 Ore SpA. N.19/2009. Oltre la Crisi. Milano: Il Sole 24 Ore SpA

Italia Oggi, Dicembre 1996, 240, p. 27

Mascio, A., 2008. Virtuali comunità, Milano: Guerini

Mazzoleni, P., 2006. Abitare nella società dell'informazione, Milano: CLUP

Nuvolati, G., 2007. *Mobilità quotidiana e complessità urbana*. Firenze: Firenze University press

Omarini, A.E., 2014. *Loyalty banking digitale e innovazione nel futuro della banca*, Aziendabanca

Pitrone, Maria C., 2009. *Sondaggi e interviste. Lo studio dell'opinione pubblica nella ricerca sociale*. Milano: Franco Angeli

Quagli, A., 2001. *Internet e la comunicazione finanziaria*. Milano: Franco Angeli

Quotidiano Nazionale, 8 aprile 2016. Banda larga: scatta il piano Enel

Resti, A., 2001. *Banca virtuale e multicanale. Strategie, best practices, errori da evitare*. Milano: Edibank

Sartori, L., 2012. *La società dell'informazione*. Bologna: Il Mulino

Scannella, E., 2009. *Technology Innovation and Banking Activity: Strategic and Operating Issues in the Economics of Banking Firms* [ebook] disponibile all'indirizzo: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1983890 [accesso effettuato il 29 aprile 2016]

Tacchino, F., Odopemko, M., 2012. *Comunicazione bancaria. Internet, phone, mobile e social network. Tutto sulla mobilità in Italia* [ebook] Genova: Colombi Litografica Editore. Disponibile su Amazon all'indirizzo: <http://www.amazon.it/Comunicazione-Bancaria-Internet-Network-mobilità-ebook/dp/B0081IWY6Q> [accesso effettuato il 2 marzo 2016]

Trudda, A., 2012. *Sostenibilità Ed Adeguatezza: Il Trade-off Del Sistema Previdenziale Italiano*. Torino: G. Giappicchelli Editore

Sitografia

AA. VV., 2009. *Libro Bianco sulla Creatività, Roma: Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia, Ufficio Studi, Ministero per i beni e le attività culturali*, [pdf] disponibile all'indirizzo: http://www.ufficiostudi.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/1265360440383_CAP_2_Citta_Creative.pdf [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

Agenda Digitale. 2015. [online] Disponibile all'indirizzo: http://www.agendadigitale.eu/infrastrutture/perche-e-una-priorita-per-il-paese-investire-in-banda-ultra-larga_1586.htm [accesso effettuato il 2 aprile 2016]

ASB Bank, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.asb.co.nz [accesso effettuato il 20 aprile 2016]

Associazione Bancaria Italiana, 17 Marzo 2015. Comunicato Stampa Banche: innovazione digitale, dematerializzazione, intercanalità e mobile le priorità degli investimenti ICT. [pdf] disponibile all'indirizzo: https://www.abi.it/DOC_Info/Comunicati-stampa/Forum_ABI-Lab_17_3_2015.pdf [accesso effettuato il 10 gennaio 2016]

Associazione Bancaria Italiana, 2015. Indagine ABI. Banche e social media. [pdf] disponibile all'indirizzo: <http://www.abieventi.it/eventi/2196/dimensione-social-web-2015/> [accesso effettuato il 13 aprile 2016]

Associazione Bancaria Italiana, CIPA, 2011. Utilizzo dell'IT in gruppi bancari europei con articolazione internazionale [pdf] disponibile all'indirizzo https://www.abi.it/DOC_Mercati/Analisi/Innovazione-ricerca/Innovazione--Ricerca/Indagine%20Internazionale_IT_%202011.pdf [accesso effettuato il 3 gennaio 2016]

Associazione Bancaria Italiana, CIPA, 2014. Rilevazione dello stato dell'automazione del sistema creditizio, Analytics e big data, la business intelligence nel sistema creditizio italiano [pdf] disponibile all'indirizzo https://www.cipa.it/docs/rileva/eser14/Rilevazione_tecnologica_2014.pdf [accesso effettuato il 28 marzo 2016]

Associazione Bancaria Italiana, Marzo 2012, Agenda digitale del settore bancario italiano [pdf] disponibile all'indirizzo <https://www.abi.it/Documents/Agenda%20digitale.pdf> [accesso effettuato il 7 gennaio 2016]

Associazione Bancaria Italiana, 2016. Virtual Banking [online] disponibile all'indirizzo: <https://www.abi.it/Pagine/Glossario.aspx?letter=V> [accesso effettuato il 19 aprile 2016]

Associazione nazionale enciclopedia della banca e della borsa, 2016. La Banca virtuale. [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.bankpedia.org/index.php/it/88-italian/b/18664-banca-virtuale> [accesso effettuato il 18 aprile 2016]

Banca Sella, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.sella.it [accesso effettuato il 2 aprile 2016]

Banca d'Italia, 2013. Provvedimento della Banca d'Italia recante istruzioni applicative del Regolamento 260/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce i requisiti tecnici e commerciali per i bonifici e gli addebiti diretti in euro e che modifica il Regolamento (CE) n. 924/2009. [pdf] disponibile all'indirizzo: <https://www.bancaditalia.it/dotAsset/2f676a6f-33b1-49c8-baa2-33d4ea484919.pdf> [accesso effettuato il 25 maggio 2016]

Bancaforte, 2016. Premio ABI per l'innovazione in banca: i vincitori. [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.bancaforte.it/articolo/premio-abi-per-l-innovazione-in-banca-i-vincitori-RB74360g> [accesso effettuato il 30 marzo 2016]

Barclays, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.barclays.com [accesso effettuato il 16 aprile 2016]

Bernanke, Ben S., Marzo 2007. GSE Portfolios, Systemic Risk, and Affordable Housing. Honolulu, Hawaii [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20070306a.htm> [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

Business 2 Community, 2016. Multi-channel, Cross-channel, Omni-channel: What is the Difference?. [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.business2community.com/digital-marketing/multi-channel-cross-channel-omni-channel-difference-01523849#zsqrqx4MfaBoM8er.99> [accesso effettuato il 28 aprile 2016]

Che Banca!, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: https://www.chebanca.it/wps/wcm/connect/istituzionale/header/chi-siamo/certificazioni/miglior_banca [accesso effettuato il 20 aprile 2016]

Commonwealth Bank, 2011. Commonwealth Bank's Investorville... Build a property portfolio without spending a cent [online] disponibile all'indirizzo https://www.commbank.com.au/about-us/news/media-releases/2011/010811-Investorville.html?ei=gsa_generic_investorville [accesso effettuato il 19 maggio 2016]

Consorzio ABILab, 2016. Scenario ICT. [pdf] disponibile all'indirizzo: <http://www.abilab.it/scenario-ict> [accesso effettuato il 30 aprile 2016]

Faria, A. J., 2001. The Changing Nature of Business Simulation/ Gaming Research: A Brief History. [e-journal] Disponibile su SAGE Journals all'indirizzo: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.5031&rep=rep1&type=pdf> [accesso effettuato il 15 maggio 2016]

Digital Single Market, 2016. Digital Economy and Society Index. [online] Disponibile all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy> [accesso effettuato il 28 aprile 2016]

Fineco, 2016. [online], disponibile all'indirizzo: www.fineco.it [accesso effettuato il 18 aprile 2016]

Fondazione Ricerca e Innovazione Ugo Bordoni, Istat, 2014. Internet@Italia2014. [pdf] disponibile all'indirizzo: <http://www.istat.it/it/archivio/internet> [ultimo accesso 20 marzo 2016]

Gameification, 2015. IWBANK – La Gamification arriva nelle banche italiane [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.gameifications.com/case-study/iwbank-la-gamification-arriva-nelle-banche-italiane/> [accesso effettuato il 16 aprile 2016]

Governo Italiano Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2016. Carta d'identità elettronica, definita la procedura. [online] disponibile all'indirizzo: <http://www.governo.it/articolo/carta-didentit-elettronica-definita-la-procedura/3837> [accesso effettuato il 2 maggio 2016]

GSMA Intelligence, Febbraio 2016. The Mobile Economy [online] disponibile all'indirizzo: <https://gsmainelligence.com/research/?file=97928efe09cdba2864cdcf1ad1a2f58c&download> [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

HelloBank!, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.hellobank.it [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

HP Italia, The European House Ambrosetti, 2015. The Connected Banking Report 2015 [pdf] disponibile all'indirizzo: http://www.ambrosetti.eu/wp-content/uploads/The-Connected-Banking-Report-2015_ITA.pdf [accesso effettuato il 12 marzo 2016]

ING Bank, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.ing.com [accesso effettuato il 28 aprile 2016]

Internet World Stats, Novembre 2015. World internet usare and population statistics, [online] Disponibile all'indirizzo: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

Intesa SanPaolo, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.intesasanpaolo.com [accesso effettuato il 26 aprile 2016]

IW Bank, 2016. SMARTYOU, [online] disponibile all'indirizzo: <https://www.iwbank.it/smartyou> [accesso effettuato il 12 maggio 2016]

KPMG Advisory SpA, 2013. Sportelli bancari e nuovi modelli distributivi [pdf] disponibile all'indirizzo: <https://www.kpmg.com/IT/it/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Sportellibancari.pdf> [accesso effettuato il 28 aprile 2016].
2016. Digital Banking: i bisogni e le aspettative dei clienti delle banche italiane [pdf] disponibile all'indirizzo: www.kpmg.com/it [accesso effettuato il 21 maggio 2016]

La Caixa, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.press.lacaixa.es [accesso effettuato il 22 aprile 2016]

La Repubblica, 2015. Sos bancari: entro il 2018 quasi 30mila nuovi esuberanti un terzo per le fusioni al via [online] http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2015/11/09/n_e_w_s_/sos_bancari_entro_il_2018_quasi_30mila_nuovi_esuberanti_un_terzo_per_le_fusioni_al_via-127010101/ [accesso effettuato il 25 aprile 2016]

Magri, S., Pico, R., Settembre 2012. Numero 134, Questioni di economia e finanza: L'indebitamento delle famiglie italiane dopo la crisi del 2008. Roma: Banca d'Italia [pdf] disponibile all'indirizzo: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2012-0134/QEF_134.pdf [accesso effettuato il 13 marzo 2016]

MoneyFarm, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.moneyfarm.com [accesso effettuato il 20 aprile 2016]

Paypal, 2016. [online] disponibile all'indirizzo: www.paypal-media.com [accesso effettuato il 16 aprile 2016]

Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2014. Strategia italiana per la banda ultralarga. [pdf] disponibile all'indirizzo: http://www.agid.gov.it/sites/default/files/documenti_indirizzo/strategia_bul_nov._2014.pdf, [accesso effettuato il 10 marzo 2016]

PwC Advisory, 2014. Trasformazione digitale e il ruolo delle banche "on-line" in Italia. [online] disponibile all'indirizzo <https://www.pwc.com/it/it/industries/banking-capital-markets/assets/docs/digital-banking.pdf> [accesso effettuato il 24 aprile 2016]

UniCredit [online] disponibile all'indirizzo: www.unicreditgroup.eu it [accesso effettuato il 12 aprile 2016]

Van Dijk Management Consultants, 2015. Broadband Internet Access Cost. [pdf] disponibile all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-retail-broadband-access-prices-february-2015> [accesso effettuato il 4 aprile 2016]

Visco, I., Marzo 2009. La crisi finanziaria e le previsioni degli economisti, Roma: lezione inaugurale presso Università La Sapienza [pdf] disponibile all'indirizzo: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-direttorio/int-dir-2009/Visco_040309.pdf [accesso effettuato il 13 marzo 2016]