



24 gennaio: a Milano tavola rotonda su

## ***“Banche: cercasi trasparenza disperatamente”***

- *Servizi bancari: **scarsa chiarezza** nel rapporto costo-servizi offerti. Lo rivela un'indagine dell'Università **Bocconi**, secondo cui i clienti sono alla ricerca di **essenzialità e semplicità**. Il “rapporto personale” è importante, ma aumenta l'interesse per i “**canali a distanza**”.*
- *Crescono intanto le **banche on line**: 70 milioni di utenti in Europa, mentre **ING DIRECT** la più grande al mondo raggiunge oggi 15 milioni di clienti*

**Milano, 24 gennaio 2006** - Si tiene oggi a **Milano** (Spazio SarpiSei, via Sarpi 6) la tavola rotonda ***“Banche: cercasi trasparenza disperatamente”***, condotta da **Enrico Mentana** e promossa da **ING DIRECT**, la banca on line più grande al mondo che festeggia con l'occasione **15 milioni di clienti nel mondo**.

La tavola rotonda affronta i temi del **rapporto banche-clienti** e della **trasparenza bancaria**, di grande attualità in seguito ai noti episodi di “risparmio tradito” e alle denunce di rincaro dei servizi da parte delle associazioni consumatori. Ne discutono esperti di settori diversi: **Gianpaolo Fabris**, Sociologo e Professore Università Vita e Salute San Raffaele, **Paolo Martinello**, Presidente Altroconsumo, **Massimo Mucchetti**, Vice Direttore Corriere della Sera, **Anna Omarini**, Ricercatore Università Bocconi e Docente SDA, **Christian Miccoli**, Amministratore Delegato ING DIRECT Italia. Ospiti eccezionali della tavola rotonda sarà **Hans Verkoren**, Global Head ING DIRECT Worldwide e **Dick Harryvan**, Chief Financial Officer ING DIRECT.

Riportiamo di seguito una sintesi degli studi presentati in occasione dell'evento.

\*\*\*

### **Intervento Università Bocconi**

#### ***“Come innovare i modelli di offerta nella banca retail”, indagine Newfin Centro Studi sull'innovazione finanziaria***

L'indagine è stata effettuata su un campione di 350 clienti tramite interviste personali domiciliari che per caratteristiche socio-economiche è rappresentativo di un universo di **18 milioni di italiani di età compresa tra i 25 e i 54 anni**, ai quali si è chiesto di valutare quanto ciascuno dei seguenti fattori pesi nel valutare il modello di servizio della propria banca: prezzo del servizio, ampiezza dei servizi, disponibilità di canali a distanza, caratteristiche dello sportello, condizioni di ingresso, personale, trattamento, eventuali servizi aggiuntivi e la possibilità di avere promozioni. Questi in sintesi i risultati emersi dall'indagine.



**Non e' chiaro per cosa si paga** – il 55% dei clienti bancari ritiene che il rapporto costo-servizi non sia chiaro. Si paga, in sostanza, ma non sempre si capisce per cosa.

**Il troppo confonde, meglio la semplicita'** – L'offerta della banca è percepita come confusa, spesso troppo complicata. Circa 1 cliente su 2 dichiara di non gradire i “prodotti a pacchetto” (quelli cioè che fanno pagare un forfait all'anno). Appare difficile inoltre confrontare i prodotti a causa della loro disomogeneità. In questo la molteplicità dei contenuti offerti non sempre giova, anzi crea spesso più confusione, ecco che allora il cliente ritiene sia meglio per lui avere (e pagare) solo i servizi che si utilizzano. Meglio in sostanza soluzioni semplici.

**Per le operazioni quotidiane meglio la “banca a distanza”.** Il contatto personale con la banca è importante solo se si tratta di decidere su investimenti complessi. Per le operazioni “quotidiane”, come pagamenti, prelievi, domiciliazioni, bonifici, vincono i canali a distanza perché permettono di risparmiare tempo, denaro e perché sono sinonimo di una banca moderna e al passo con i tempi. Non è un caso che si stiano facendo sempre più strada le **banche on line** (secondo Nielsen NetRating infatti **9 milioni gli italiani che utilizzano servizi finanziari on line** e oltre **70 milioni in tutta Europa**, ndr).

**Comunicazioni oscure e senso di impotenza** – La maggioranza degli intervistati prova un certo disagio e senso di impotenza verso la propria banca. Si sa poco di cosa fa la banca ma di essa non si può fare a meno. Ci si sente vincolati, fidelizzati a forza, vittime spesso di comunicazioni oscure, di montagne di carte e contratti da leggere.

**La banca ideale** conclude l'indagine della Bocconi dovrebbe pertanto **essere più trasparente**, nel rapporto costi – servizi offerti ma anche nelle modalità di utilizzo, dovrebbe essere più **confrontabile** con altre offerte oltrechè **mantenere le promesse** fatte.

\*\*\*

## **Intervento Altroconsumo**

### **IN BANCA SEI IN GABBIA, USCIRNE COSTA CARO**

### **INCHIESTA ALTROCONSUMO SU CHIUSURA CONTO CORRENTE IN 36 BANCHE**

Tempi biblici e spese di chiusura conto corrente esorbitanti, fino a 60 euro, salassi ingiustificati per l'estinzione del deposito titoli e per il trasferimento dei titoli, sino a 625 euro: in Italia divorziare dalla propria banca è un'impresa titanica, e l'utente trova ostacoli di tutti i tipi a far giocare la concorrenza, quando volesse optare per la banca meno cara per il proprio profilo di utenza.



Ciò contribuisce a mantenere un mercato bancario dai costi elevati, viziato proprio dalla mancanza di concorrenza.

Altroconsumo, associazione indipendente di consumatori, denuncia, con l'inchiesta condotta su 36 banche, la fotografia stagnante che ne emerge: oggi il consumatore se vuole cambiare banca in Italia è costretto a pagare centinaia di euro per chiudere il conto corrente e trasferire i titoli senza ricevere alcuna contropartita in termini di servizi né di tempi.

Bankitalia finora non ha fatto nulla per abbattere le barriere in uscita imposte all'utente, pur avendo l'associazione più volte invitato formalmente l'istituto a intervenire. Altroconsumo invita l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, a cui oggi, finalmente, è delegata la vigilanza sulla concorrenza, a intervenire immediatamente per eliminare tali pratiche anticoncorrenziali.

I risultati dell'inchiesta parlano chiaro, queste le somme del tutto ingiustificate accollate a chi vuole cambiare banca: le spese di estinzione del conto in media sono 30 euro, ma c'è chi chiede il doppio (Credem), 60 euro, e chi pur avendo dimezzato il costo (!) rispetto al 2004, come Antonveneta, chiede ancora troppo: 50 euro.

E' sul trasferimento titoli che avviene un vero e proprio furto: si chiedono centinaia di euro per una semplice comunicazione dalla banca al Monte Titoli, che non comporta costi. Un esempio concreto: l'investitore con 20.000 euro di titoli italiani e 10.000 euro in titoli esteri deve sborsare in media, nelle 36 banche considerate, 142,20 euro, con esempi-limite di 625 euro per Credem o 425 euro del Credito Bergamasco. C'è chi si comporta meglio: Banca Fineco chiede appunto 19,90 euro, dimostrando che il salasso è evitabile.

Altroconsumo offre alcuni consigli pratici ai consumatori:

- se decidete di cambiare conto ricordate che è sempre meglio averne già aperto un altro, su cui trasferire la maggior parte di denaro;
- verificate sul nuovo conto l'effettiva operatività per evitare di rimanere senza valuta;
- verificate le nuove domiciliazioni delle utenze, l'operatività della carta di credito, e degli eventuali Viacard o Telepass;
- ricordate che potete chiudere quando volete il vostro conto, a condizione che il saldo non sia negativo; se il conto è "in rosso" la banca non procederà alla chiusura.

*Ufficio stampa Altroconsumo – Liliana Cantone - tel. 02.66890205/279/334 - press@altroconsumo.it*