L'Authority dice che la spesa sostenuta per i servizi bancari è molto alta rispetto agli altri paesi europei

Costa troppo la gestione dei conti correnti in Italia?

Con il Conto Riflex di Banca Mediolanum, che assicura trasparenza, flessibilità, qualità e bassi costi, no

Dopo il report della Commissione europea che ha puntato il dito sulle banche italiane per i costi di gestione dei conti correnti troppo elevati (in media 90 euro), anche il recente responso dell'Antitrust non è stato roseo per gli istituti di credito.

Secondo l'Authority Garante della Concorrenza, che ha terminato l'indagine conoscitiva sul costo dei servizi bancari avviata un anno fa, il costo medio di tenuta e movimentazione di un conto corrente in Italia è "molto alto rispetto agli altri principali Paesi dell'Unione europea". In particolare la spesa totale media annua sarebbe pari a 182 euro, contro i 108 euro della Spagna, i 99 della Francia, meno di 65 di Belgio e Gran Bretagna e addirittura al di sotto dei 35 euro in Olanda.

Lo studio è stato condotto sui dati raccolti su un campione di 72 banche, che rappresentano però il 68% degli sportelli in Italia; il dato più rilevante consiste nell'"enorme variabilità" dei prezzi dei conti correnti, fino a dieci volte per lo stesso tipo di conto: a seconda del profilo dei correntisti si va da 76,30 euro a 208,80 euro, con un valore medio di 182 euro.

L'Antitrust pertanto con una serie di suggerimenti invita le banche ad introdurre strumenti che consentano alle famiglie di scegliere in piena trasparenza il conto corrente che più si addice alle proprie esigenze. Tra le misure proposte, la redazione di fogli informativi sintetici con una chiara indicazione delle spese anche in una sola voce di costo; lo sviluppo di meccanismi che facilitino la portabilità del conto corrente e soprattutto la garanzia di stabilità, almeno per un arco temporale minimo, delle voci di costo di tenuta e movimentazione del conto corrente.

Tutto ciò però è stato riscontrato fotografando la situazione delle banche organizzate tradizionalmente con filiali e sportelli. Banca Mediolanum da sempre invece punta sulle nuove tecnologie - per offrire alla clientela un accesso multicanale - ma anche sulla trasparenza delle condizioni, sulla qualità e sull'estrema flessibilità dei suoi prodotti. In modo che ogni famiglia, affidandosi anche alla consulenza di uno dei seimila Family Banker, possa individuare la soluzione più adatta alle proprie necessità anche dal punto di vista economico.

Trasparenza dei costi ed estrema flessibilità sono infatti le caratteristiche che fin da principio hanno contraddistinto Riflex, il conto corrente lanciato nel 2005 da Banca Mediolanum con l'obiettivo di proporre un conto "su misura" del cliente, in grado cioè di riflettere e adattarsi alle sue esigenze personali. Oggi però a portare il "marchio" Riflex è una vasta gamma di offerte: la Riflexcard e la Riflexcash.

Il conto Riflex. La trasparenza, si diceva, è il primo punto di forza di Riflex. Ha infatti un costo certo, sicuro, che è pari a zero se il cliente conserva con la banca investimenti per 30mila euro oppure una giacenza minima sul conto di 6mila euro, negli altri casi il costo mensile è di 5 euro. Cio significa che annualmente Riflex costa zero o 60 euro, senza ulteriori spese. Per quanto riguarda il fronte dei servizi bancari, Riflex permette di effettuare tutte le operazioni ordinarie in modo illimitato e totale: dai prelievi agli assegni, dai pagamenti ai bonifici. Dà la possibilità senza limitazioni e sempre gratuitamente di prelevare contante presso i bancomat di tutte le banche italiane. Consente, sempre senza richiedere costi aggiuntivi, presso gli oltre 15mila sportelli convenzionati, di effettuare operazioni di versamento (assegni, contante) e di prelievo (sia euro che valute estere).

Ma Riflex, soprattutto, si può utilizzare 24 ore su 24, in quanto è il conto che meglio realizza il modello di accesso multicanale adottato da Banca Mediolanum. Permette cioè al cliente di entrare in banca con lo sportello che preferisce: via web piuttosto che quello telefonico o televisivo.

La Riflexcard. Chi sceglie Riflex, o un altro conto corrente di Banca Mediolanum, può richiedere Riflexcard, la carta di credito multifunzione innovativa sotto tutti gli aspetti, a partire dal materiale riflettente con cui è realizzata, alla possibilità di inserire la fotografia dell'intestatario, rendendo così la carta anche documento di riconoscimento. Una carta di credito, dunque, che tutela il cliente dal rischio di furto e che può essere richiesta anche online così come il conto corrente Riflex può essere sottoscritto via Internet consultando il sito www.bancamediolanum.it.

Creata in collaborazione con CartaSì, Riflex, inoltre, è in grado di soddisfare una lunga serie di funzionalità e di esigenze di pagamento.

Al costo fisso annuale di 30 euro è bancomat e pagobancomat viacard, carta di credito (Visa o Mastercard), carta per rimborsi rateali (carta revolving).

In particolare la carta permette di valutare mensilmente gli importi da corrispondere a saldo e quanto invece addebitare sul conto a rate, senza dover decidere al momento dell' acquisto la modalità di rimborso. Inoltre Riflexcard permette al titolare di effettuare acquisti via Internet in modo più sicuro attraverso i servizi Verified by Visa e Mastercard SecureCode.

La Riflexcash. E' la carta prepagata particolarmente adatta ai più giovani che può essere richiesta da chi abbia un conto presso la Banca ma utilizzata da chiunque (minori, non correntisti). La sua novità, rispetto alle altre in circolazione in Italia, consiste nell'opzione aggiuntiva che permette di stabilire in anticipo un importo mensile da "ricaricare" in automatico, a cui corrisponderà il relativo addebito dal conto corrente di riferimento.

La ricarica "automatica" conferisce un doppio vantaggio: in primis sul piano dei costi, dato che la spesa risulta minore rispetto al caricamento volta per volta (il costo previsto per il cliente è di 1 euro a ricarica); in secondo luogo dà la tranquillità di avere un' "alimentazione" del prodotto sicura e in piena autonomia.

Alla ricarica, che può anche essere fatta da terzi (purchè correntisti), si provvede anche via Internet. L'operazione di ricarica è semplice e immediata come una ricarica telefonica. La somma ricaricata è immediatamente disponibile sulla carta.

> Grazie alla multicanalità e all'assistenza dei Family Bankers è possibile soddisfare tutte le esigenze della clientela

Conto corrente Riflex: Le condizioni

(valori espressi in euro)

Operatività ordinaria (oneri vari)	
Canone annuo per giacenza media giornaliera inferiore a 6.000 e contestuale patrimonio gestito inferiore a 30.000	60,00
Canone annuo per giacenza media giornaliera superiore a 6.000	Gratuito
Canone annuo per patrimonio gestito superiore a 30.000	Gratuito
Riga su estratto conto	Gratuita
Estratto conto on line	Gratuito
Estratto conto trimestrale cartaceo	Gratuito
Comunicazioni via posta/fax da servizio Clienti	Gratuite
Disposizioni attraverso servizio Clienti	Gratuite
Spese unitarie per operazione	Gratuite
Canone servizio telefonico, internet e teletext	Gratuito
Telefonata al servizio Clienti 800-107.107	Gratuita
Bonifici in uscita (Italia)	Gratuiti
Emissione assegni	Gratuita
Invio libretto assegni	Gratuito
Commissione per emissione assegni circolari e di traenza con addebito in c/c (assegni circ. emessi su mandato dell'Istituto Centrale Banche Popolari Italiane)	Gratuita
Spese per singola operazione effettuata attraverso gli sportelli convenzionati	Gratuite
Domiciliazione utenze	Gratuite
Rimesse interbancarie dirette (RID)	Gratuite

Operatività straordinaria (oneri vari)	
Bonifici esteri in uscita (area euro)	Gratuiti per importo inferiore a 12.500 10,00 per importo superiore a 12.500
Bonifici esteri in uscita (area extra euro)	10,00
Cambio convenzione	5,00
Estinzione del conto corrente	Gratuita
Imposta di bollo annua su estratto conto	34,20
Pagamento imposte tramite internet (costi taxlet)	2,00
Pagamenti bollettini postali premarcati tramite internet	2,00
Ricarica telefonica (escluse eventuali commissioni richieste dal gestore telefonico)	Gratuita

BANCOMAT (oneri vari)	
Canone annuo	Gratuito
Prelievi presso qualsiasi ATM in Italia (numero illimitato)	Gratuiti

CARTE DI CREDITO (emessa su circuito Carta Sì) (principali spese)	
Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD	30,00
Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD ORO	75,00

È stato siglato l'accordo tra Banca Mediolanum e l'Università Bocconi di Milano per l'istituzione di una nuova cattedra

Nasce un Centro di ricerca per la qualità dei servizi

Nel comitato scientifico, diretto dal professor Valdani, anche il professor Parasuraman

Banca Mediolanum e l'Università Bocconi di Milano hanno istituito una nuova cattedra "Chair Banca Mediolanum in Customer & Service Science" e il Customer & Service Science Lab, un centro di ricerche sull' orientamento al cliente, la qualità e l'innovazione nel settore dei servizi.

Da sempre Banca Mediolanum riserva una grande attenzione alla qualità del servizio e pertanto alla soddisfazione della sua clientela. Già negli anni Ottanta, infatti, nel panorama delle società che operavano in ambito finanziario-assicurativo in Italia, è stata la prima a creare una struttura che si preoccupasse del rispetto di standard qualitativi per i prodotti e l'operatività offerti, oltre a mettere a disposizione un numero verde dedicato alla clientela.

Del resto non si tratta affatto di un caso se il primo libro che si proponeva di tracciare la storia dell'azienda fondata da Ennio Doris, portava proprio il titolo "Il traguardo della qualità".

Così come in tutti i profili organizzativi e professionali della Banca, a fare da bussola sono stati e continueranno ad essere l'efficienza e l'efficacia percepite dal correntista. Basti pensare, per avere un'idea della centralità che riveste il rapporto "banca-cliente" nella Rete di vendita, che una parte della retribuzione degli oltre seimila Family Bankers dipende proprio dal rispetto di severi criteri di qualità nel relazionarsi con il cliente, fra cui figurano: la gestione cordiale ed empatica del contatto, la comunicazione di tempi certi di soluzione/risposta, la flessibilità nei confronti delle richieste del cliente in modo da trovare una soluzione il più possibile personalizzata.

Senza contare che ogni anno vengono condotte indagini di customer satisfaction per valutare il livello di gradimento dell'offerta sul mercato, così come ogni due anni si provvede a verificare se all'interno dell'azienda il clima si mantiene sereno e collaborativo.

Ecco allora che questa lunga esperienza sul terreno della qualità oggi viene valorizzata con l'iniziativa promossa in collaborazione con l'Università che da sempre si contraddistingue per la sua vocazione economico-finanziaria, cioè la Bocconi di Milano. A rivestire il ruolo di coordinatore del Centro sarà il professor Enrico Valdani, già docente di economia e gestione delle imprese presso l'Ateneo milanese, che assumerà anche la guida della nuova cattedra in Customer & Service Science. In particolare il Centro verrà organizzato in laboratori che si occuperanno di diverse aree di interesse: orientamento alla clientela, innovazione tecnologica e competitività, best-practices e service science.

Per quanto riguarda il primo ambito, si indagheranno i modelli teorici e gli strumenti manageriali in grado di approfondire i meccanismi che legano orientamento al mercato, fedeltà e soddisfazione del consumatore con l'obiettivo di migliorare uno degli aspetti tradizionalmente strategici nella gestione dei servizi, ovvero la qualità del servizio offerto.

Con la seconda area di ricerca lo sforzo sarà di comprendere quali modelli organizzativi l' impresa di servizi deve adottare al fine di ottimizzare i propri processi innovativi e, ancora, come questi modelli possano influenzare i risultati aziendali. La terza area, definita best-practices, ha il suo background negli studi di benchmarking e verrà sviluppata con l'analisi dei modelli di business relativi ad imprese nazionali ed internazionali di successo, particolarmente innovativi e con effetti significativi sulle performance. In particolare verrà monitorato il settore dell'Information & Communication Technologies, che rappresenta uno dei principali motori di innovazione e quindi di qualità e competitività dei sistemi-paese.

Infine l'ultimo campo di studio consiste in un percorso generale del Centro al fine di integrare le principali tematiche di management dei servizi in una disciplina manageriale unitaria e coerente.

Il Centro potrà contare sulla supervisione di un Comitato scientifico dell'eccellenza di cui fanno parte, oltre al professor Valdani, A. Parasuraman, docente di rango internazionale, titolare della Cattedra di Marketing all'università di Miami e, soprattutto, uno dei massimi esperti del mondo sul tema della qualità di prodotti e servizi, e A. M. Penna, Amministratore Delegato di Banca Mediolanum. Il Comitato si completerà con la presenza di un docente di fama europea ancora da nominare.

Inoltre la Banca amplierà il proprio progetto di qualità e comunicazione con l'istituzione del Mediolanum Best Creatives Service Award, un riconoscimento che annualmente verrà assegnato alle aziende italiane che maggiormente si saranno distinte nella qualità del servizio e nella customer satisfaction e con la creazione, all'interno del Gruppo, di un percorso formativo sulla qualità riservato, per ogni sessione (aprile e settembre), a 10/12 neolaureati ad alto potenziale che, al termine del periodo, conseguiranno il Service Quality Certificate Mediolanum.

E. Valdani

A. Parasuraman

A. M. Penna

Venticinque anni fa nasceva la Banca che ha cambiato la banca

Una storia di primati e successi

Il Gruppo Mediolanum ha festeggiato i 25 anni di attività. E' nato, infatti, il 2 febbraio del 1982 da una felice intuizione di Ennio Doris, che già vantava una ultradecennale esperienza nel settore. Allora si chiamava Programma Italia e nasceva all'interno del Gruppo Fininvest come la prima rete di vendita in grado di fornire ai propri clienti una consulenza globale per tutti i problemi riguardanti il risparmio e la previdenza. Aveva così inizio un cammino di successi. Le tappe principali sono state: l'acquisizione delle compagnie assicurative Mediolanum Vita e Mediolanum Assicurazione (1984); l'anno successivo la creazione della società di Gestione Fondi; la nascita di Mediolanum S.p.A., nel 1995, come holding di tutte le attività del settore e l'anno successivo (1996) la quotazione in Borsa; la trasformazione di Programma Italia in Banca Mediolanum (1997); l'acquisizione, in Spagna, del Gruppo Bancario Fibanc (2000); il lancio, nel 2005, di due nuovi prodotti di punta: il conto corrente Riflex e la Riflexcard.

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840704444
www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento
tel. 840700700
www.familybanker.it

Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it