

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

Costa troppo la gestione dei conti correnti?

Con il Conto Reflex 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 102 euro contro i 108 euro della Spagna, 199 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 98 per cento 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 semila Family Banker, possa individuare la soluzione più adatta alle proprie necessità anche dal punto di vista economico.

Ogni famiglia, grazie anche alla consulenza di uno dei semila Family Banker, può individuare la soluzione più adatta alle proprie necessità

Reflex, o un altro conto corrente di Banca Mediolanum, può richiedere Reflexcard, la carta di credito multifunzione innovativa sotto tutti gli aspetti, a partire dal materiale riflettente con cui è realizzata, alla possibilità di inserirne la fotografia dell'interessato, 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 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 agnuntiva che permette di stabilire in anticipo un importo men-

Conto corrente Reflex: Le condizioni

(valori espressi in euro)

Operatività ordinaria (oneri vari)		Operatività straordinaria (oneri vari)	
Canone annuo per garanzia media giornaliera inferiore a 6.000 e contestuale patrimonio gestito inferiore a 30.000	60,00	Bonifici esteri in uscita (area extra euro)	Gratuiti per importo inferiore a 12.500; 19,00 per importo superiore a 12.500
Canone annuo per garanzia media giornaliera superiore a 6.000	Gratuito	Bonifici esteri in uscita (area extra euro)	10,00
Canone annuo per patrimonio gestito superiore a 30.000	Gratuito	Cambio convenzione	5,00
Ripetizione estratto conto	Gratuito	Estinzione del conto corrente	Gratuita
Estratto conto on line	Gratuito	Imposta di bollo annua su estratto conto	34,20
Estratto conto trimestrale cartaceo	Gratuito	Pagamento imposte tramite internet (cont. buste)	2,00
Comunicazioni via posta/fax da servizio Clienti	Gratuito	Pagamenti bollettini postali prepagati tramite internet	2,00
Disposizioni attraverso servizio Clienti	Gratuito	Ricarica telefonica (esclusa eventuali commissioni richieste dal gestore telefonico)	Gratuita
Spese unitarie per operazione	Gratuito	BANCOMAT (oneri vari)	
Canone servizio telefonico, internet e teletext	Gratuito	Canone annuo	Gratuito
Telefonata al servizio Clienti 800-107.107	Gratuita	Pratichi presso qualsiasi ATM in Italia (numero limitato)	Gratuiti
Bonifici in uscita (Italia)	Gratuiti	CARTE DI CREDITO (omessa su circuito Carta Si) (principali spese)	
Emissione assegno	Gratuita	Quota annuale Mediolanum REFLEXCARD	30,00
Invio libero assegno	Gratuito	Quota annuale Mediolanum REFLEXCARD ORO	75,00
Commissione per emissione assegno circolare e di trancia con addebito in/cs (assegni circ. annessi su mandato dell'Istituto Centrale Banche Popolari Italiane)	Gratuita		
Spese per singola operazione affidata attraverso gli sportelli convenzionati	Gratuita		
Domesticazione (v/cna)	Gratuita		
Rimesse interbancarie dirette (RID)	Gratuite		

sile 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 (purché 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.

ACCORDO MEDIOLANUM BOCCONI

Nel Comitato scientifico diretto dal professor Valdani, che assumerà la guida della nuova cattedra in Customer & Service Science, anche il professor Parasuraman

Un Centro di ricerca per la qualità dei servizi

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. È nato, infatti, il 2 febbraio del 1982 da una felice intuizione di Ennio Doris, che già vantava una ultradecennale esperienza nel settore. Si chiamava "Programma Italia" e nasceva all'interno del Gruppo Fininvest con l'obiettivo di fornire ai propri clienti una consulenza globale per tutti i problemi riguardanti il risparmio e la previdenza. Da allora sono passati 25 anni. Un traguardo che merita certamente di essere festeggiato, ma anche e soprattutto ricordato. È stata infatti una lunga marcia di successi, sempre all'insegna di quattro fondamentali punti di riferimento: innovazione, tecnologia, tradizione e umanità. Già nel 1984, appena due anni dopo, per ampliare

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 ricerca 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, è stata la prima a creare una struttura che si preoccupe del rispetto di standard qualitativi per i prodotti e l'operatività offerti. Del resto non è 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". 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 semila Family Bankers dipende proprio dal rispetto di severi criteri di qualità nei rapporti 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. Questa lunga esperienza oggi viene valorizzata con l'iniziativa promossa in collaborazione con l'Università 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 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. 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'istitu-

zione 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 neo laureati ad alto potenziale che, al termine del periodo, conseguiranno il Service Quality Certificate Mediolanum.

Enrico Valdani, A. Parasuraman, A.M. Penna



DONA UN SMS D'AMORE A "PICCOLO FRATELLO"

Invia un SMS solidale al numero 48545* e contribuisci con 2 EURO al progetto "Piccolo Fratello" per continuare ad aiutare i bambini di strada di Nairobi.

* dal 1 al 28 febbraio 2007

www.piccolofratello.it

Si ringrazia per la collaborazione TIM, Vodafone, Wind e 3.

Entra in Banca Mediolanum. Scelta e registrazione. 840-704-444

il carnet dei prodotti, vengono acquistate le compagnie assicurative Mediolanum Vita e Mediolanum Assicurazione. L'anno successivo viene creata la società di Gestione Fondi Fininvest in grado di fornire Fondi comuni di Investimento. Si arriva al 1995, l'anno della svolta: i due soci storici Doris e Fininvest danno vita a Mediolanum S.p.a., holding di tutte le attività del settore, anche in vista della quotazione in Borsa, cosa che avviene nel 1996. L'anno successivo viene festeggiato, ma anche e soprattutto ricordato. È stata infatti una lunga marcia di successi, sempre all'insegna di quattro fondamentali punti di riferimento: innovazione, tecnologia, tradizione e umanità. Già nel 1984, appena due anni dopo, per ampliare