

## Reclami

Nel 2010 la Divisione Retail e Private ha registrato e gestito circa 5.200 reclami, corrispondenti allo 0,2% del totale clienti BNL.

La gran parte di questi reclami (54,7%) sono relativi all'operatività sul Conto Corrente e Servizi correlati e registrano un aumento rispetto al 2009, mentre il 21,6% delle problematiche si riferiscono all'ambito dei finanziamenti, dato leggermente in calo rispetto allo scorso anno. Seguono i reclami riguardanti l'intermediazione finanziaria e le polizze ramo vita (9,5%), in calo rispetto allo scorso anno.

L'analisi per macro-causale evidenzia una prevalenza dei reclami per "Esecuzione delle Operazioni", in aumento rispetto al 2009 (43,4% rispetto a 29,3%), mentre cala lievemente la quota di contestazioni sulle "Comunicazioni e Informazioni al cliente" (15,3% rispetto a 16,1% nel 2009). La terza macro-causale per importanza è quella dei reclami per "Applicazione delle condizioni", che rappresenta il 14,4% dei reclami. Diminuiscono in termini relativi e in valore assoluto i reclami sul "Comportamento del Personale".

RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO				
Area Prodotto	2010		2009	
CC/DR e servizi correlati	2841	54,7%	2103	45,8%
Monetica	449	8,7%	422	9,3%
Finanziamenti	1119	21,6%	1040	22,9%
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	495	9,5%	759	16,7%
Altro	286	5,5%	239	5,3%
Totale	5190	100,0%	4563	100,0%

RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS				
Tipologia di clientela (1)	2010		2009	
Privato	3755	72,4%	3462	75,9%
Intermedio	627	12,1%	666	14,6%
Altro	641	12,4%	435	9,5%
non clienti	167	3,2%		
Totale	5190	100,0%	4563	100,0%

PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI RECLAMO				
Macro causali	2010		2009	
Comunicazione ed informazione al cliente	796	15,3%	734	16,1%
Personale	73	1,4%	157	3,4%
Esecuzione operazioni	2251	43,4%	1338	29,3%
Condizioni	61	1,2%	324	7,1%
Applicazione delle condizioni	746	14,4%	924	20,2%
Anatocismo	84	1,6%	113	2,5%
Merito di credito	62	1,2%	84	1,8%
Altro	1117	21,5%	889	19,5%
Totale complessivo	5190	100,0%	4563	100,0%

(1) Tipologia del cliente reclamante (cfr. documento ABI M.A.T. 03/07.2009 –pag. 14-)

Privato: Soggetti che rivestono la qualifica di consumatore ai sensi dell'art. 121 primo comma del Testo Unico Bancario.

Intermedio: Rientrano in questa categoria i clienti small business, ad artigiani, professionisti, commercianti, scuole, associazioni e società di persone (escluse società di capitali)

Altro: Rientra in questa categoria qualsiasi altra tipologia di clientela non rientrante nelle due precedenti definizioni (ad esempio ASL, Aziende Municipalizzate, società di capitali, altre imprese)