

## Reclami

Nel 2013 la Banca Nazionale del Lavoro ha registrato e gestito circa 6.500 reclami, corrispondenti allo 0,2% del totale clienti BNL.

La metà di essi (50%) ha riguardato l'operatività sui conti correnti e servizi collegati, in diminuzione rispetto all'anno precedente; seguono i reclami sui finanziamenti (27%), in aumento rispetto al 2012; stabile al 9% è il dato sui reclami relativi alla intermediazione finanziaria e le polizze ramo vita, seguiti da quelli sulla monetica (9%).

L'analisi per macro-causale evidenzia una prevalenza dei reclami per esecuzione delle operazioni (40%), in sensibile diminuzione rispetto al 2012; rimane stabile la percentuale di lamentele sulle comunicazioni al cliente (13%), raddoppia quella relativa all'anatocismo (6%).

RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO				
Tipologia Prodotto	2013		2012	
CC/DR e servizi correlati	3262	50%	3735	56%
Finanziamenti	1743	27%	1181	18%
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	580	9%	581	9%
Monetica	585	9%	692	10%
Altro	389	6%	540	8%
<b>Totale complessivo</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>	<b>6729</b>	<b>100%</b>

RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS				
Tipologia Cliente (1)	2013		2012	
Privato	4389	67%	4778	71%
Intermedio	982	15%	884	13%
Altro	1047	16%	899	13%
Non clienti	141	2%	168	2%
<b>Totale complessivo</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>	<b>6729</b>	<b>100%</b>

PRICIPALI MOTIVAZIONI DI RECLAMO				
Macro causali	2013		2012	
Esecuzione operazioni	2601	40%	3275	49%
Comunicazione ed informazione al cliente	859	13%	899	13%
Applicazione delle condizioni	567	9%	595	9%
Anatocismo	386	6%	232	3%
Personale	156	2%	147	2%
Merito di credito	153	2%	84	1%
Condizioni	520	8%	49	1%
Altro	1317	20%	1448	22%
<b>Totale complessivo</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>	<b>6729</b>	<b>100%</b>

(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: clienti small business, ad artigiani, professionisti, commercianti, scuole, associazioni e società di persone (escluse società di capitali)

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