

## RECLAMI

Nel 2014 la Banca Nazionale del Lavoro ha registrato e gestito circa 7.300 contestazioni, corrispondenti allo 0,3% del totale dei clienti BNL.

Circa il 42% è relativo all'operatività sul conto corrente e servizi correlati; il 38% si riferisce ai finanziamenti, in sensibile aumento rispetto all'esercizio precedente (27%). Seguono in termini di incidenza percentuale i reclami connessi alla "Monetica", 8% e quelli riguardanti l'intermediazione finanziaria e le polizze ramo vita, pari a circa il 7%.

L'analisi per macro-causale evidenzia che circa il 33% dei reclami sono relativi a "Esecuzione delle Operazioni", voce in sensibile diminuzione rispetto all'anno precedente, mentre aumentano le contestazioni sull' "Applicazione delle condizioni" che dall'8% aumentano al 26%, la causale "Comunicazioni e Informazioni al cliente" scende dal 13 all'11%.

### RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO

Tipologia Prodotto	2014		2013	
	Contestazioni	%	Contestazioni	%
CC/DR e servizi correlati	3258	44%	3262	50%
Finanziamenti	2720	37%	1743	27%
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	509	7%	580	9%
Monetica	544	7%	585	9%
Altro	310	4%	389	6%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7341</b>	<b>100%</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>

### RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS

Tipologia cliente*	2014		2013	
	Contestazioni	%	Contestazioni	%
Privato	4819	66%	4389	67%
Intermedio	1143	16%	982	15%
Altro	1213	17%	1047	16%
Non clienti	166	2%	141	2%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7341</b>	<b>100%</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>

### PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI RECLAMO

Macro Causali	2014		2013	
	Contestazioni	%	Contestazioni	%
Esecuzione operazioni	2165	29%	2601	40%
Comunicazione ed informazione al cliente	739	10%	859	13%
Applicazione delle condizioni	425	6%	567	9%
Anatocismo	618	8%	386	6%
Personale	85	1%	156	2%
Merito di credito	159	2%	153	2%
Condizioni	1581	22%	520	8%
Altro	1569	21%	1317	20%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7341</b>	<b>100%</b>	<b>6559</b>	<b>100%</b>

\*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)