

USA RISCHIO FLOP
PER GLI STADI DA VIP

PRIVATE EQUITY ORA
I CONTI NON TORNANO

INVESTIMENTI RIFUGIO
NELLA MADRE TERRA



www.milanofinanza.it

MILANO FINANZA

€ 4,80

UK £ 3,40 - CH fr. 11,50
FRANCA € 7,60

MF il quotidiano dei mercati finanziari

Classificatori



ANNO XX - NUMERO 47 - SABATO 7 MARZO 2009

Spedizione in A.P. art. 1, c. 11, 46/04, DC 33 Milano

ro affidate attri-
denziali.

itato così com-
pessa dispiegare
stivi e incisivi è
arà allora verosi-
- come di norma
tariato presso la
vero titolare dei
za.

costruire un'im-
riere? E farlo con
ica - sconcertan-
tempi delle crisi
attività dei nuo-
2012? Sarebbe
Commissione
se pondera-
i proporre ai
verno un'ar-
a dei controlli
i domina-
ietà e
ordo
ali e
li.
itu-
un
rio
o-
lle
i. E
bbe
cui de
)be dare
tra l'op-
rimento



Corrado
Passera

Customer satisfaction, Intesa batte Unicredit. Ma non le Bcc

Che il radicamento sul territorio e la vicinanza alla clientela rappresentino un valore per le banche, lo sostengono in molti ormai da diverso tempo. E i risultati della ricerca «Banking Satisfaction Benchmark» sulla soddisfazione della clientela retail delle banche operanti sul mercato italiano, condotta da CFI Group & GPF e anticipata in esclusiva da MF-Milano Finanza, confermano ulteriormente la validità di questa affermazione. Le banche di credito cooperativo e le casse rurali, infatti, hanno registrato in media il livello di soddisfazione più elevato di tutto il sistema. Dalla ricerca, condotta tra il novembre e il dicembre 2008, su un campione di circa 1.000 persone di età superiore ai 18 anni e rappresentativo della popolazione italiana, è emerso infatti che l'indice di customer satisfaction (su scala 0-100) relativo alle Bcc e alle casse rurali si è attestato a quota 75, a fronte di un livello medio dell'intero sistema pari a 70. Un primato, quello delle banche locali, che si conferma in linea con i risultati dell'analoga ricerca condotta da CFI Group & GPF

lo scorso anno. Così come si conferma sostanzialmente stabile il livello di soddisfazione della clientela retail nei confronti del sistema bancario nel suo complesso. Nonostante l'aggravarsi della crisi finanziaria nel corso dell'anno passato, l'indice di customer satisfaction dell'intero sistema creditizio italiano è cresciuto dai 69 punti del 2007 ai 70 del 2008. Tanto più che nella presentazione della ricerca CFI Group & GPF sottolinea come «nel complesso la crisi economico-finanziaria in atto non sembra aver avuto un impatto significativo sulle valutazioni dei clienti in merito alla qualità dei servizi e dell'offerta bancaria». Anche se a ben guardare qualche differenza, anche sostanziale, rispetto ai risultati dello scorso anno è possibile scorgere nella ricerca appena pubblicata. Se infatti l'indice di soddisfazione delle banche popolari si conferma stabile a 67 punti, cambiamenti significativi si registrano in relazione al customer satisfaction index di Intesa Sanpaolo e Unicredit Group, i due principali istituti del Paese che presentano una copertura dell'intero territorio nazionale e i cui risultati vengono dunque presentati in modo disaggregato rispetto all'intero sistema. Se infatti lo scorso anno era il gruppo di Piazza Cordusio a primeggiare in termini di soddisfazione della clientela, grazie a un indice pari a 73, quest'anno si è assistito al sorpasso da parte dell'istituto guidato da Corrado Passera. L'indicatore di soddisfazione di Unicredit Banca (la banca retail del gruppo guidato da Alessandro Profumo) relativo al 2008 è sceso infatti a quota 69. Un passo

indietro che CFI Group & GPF attribuisce agli effetti della fusione con Capitalia, i cui clienti, secondo l'istituto di ricerca, hanno mostrato un minor livello di soddisfazione. Migliora invece il risultato di Intesa Sanpaolo. Nella ricerca relativa all'esercizio 2007 (il primo dopo la fusione tra Banca Intesa e Sanpaolo Imi) il customer satisfaction index del gruppo presieduto da Giovanni Bazoli era risultato pari a 65. Con riferimento all'esercizio 2008 tale indice è cresciuto invece fino a quota 70. Un passo in avanti che CFI Group & GPF spiega così: «L'ipotesi è che la banca, superate gran parte delle attività collegate alla fusione e alla migrazione dei sistemi, si sia potuta concentrare nel 2008 di più sui propri clienti e migliorare la qualità del servizio offerto». Nel complesso l'atteggiamento dei clienti nei confronti delle banche italiane rimane positivo. Relativamente ai costi dei servizi bancari la ricerca ha addirittura evidenziato un miglioramento delle valutazioni complessive (da 66 a 68). Sostanzialmente stabili le valutazioni relative ai canali di contattato e interazione: la filiale (74), l'internet banking (78) e gli sportelli Bancomat (78). Unica nota dolente, secondo CFI Group & GPF, la diminuita capacità delle banche di comunicare in modo chiaro, che si riflette sulle intenzioni di comportamento futuro dei clienti: meno fedeli e meno propensi a raccomandare il proprio istituto ad altri. (riproduzione riservata)

Andrea Di Biase