

Azione di trasparenza articolata su otto linee

«L'idea alla base di PattiChiari è nata a dicembre del 2000, pensando che ci fosse bisogno di una grande semplificazione nel rapporto tra banche e clienti». Massimo Roccia, segretario del consorzio PattiChiari racconta così i primi passi di un'iniziativa che ha da poco tagliato il traguardo dei primi 18 mesi di attività. «Partendo da quell'idea — prosegue Roccia — il Comitato esecutivo dell'Abi ha avviato una grande ricerca sul campo, con interviste a migliaia di imprenditori e famiglie». Messe a fuoco le esigenze dei clienti, l'obiettivo di PattiChiari si è definito quasi da solo: «Offrire informazioni semplici e confrontabili sui prodotti bancari: chi capisce meglio un prodotto è più soddisfatto e la trasparenza porta più concorrenza».

● **Otto iniziative.** Dall'autunno 2003, PattiChiari ha varato otto iniziative in tre aree: servizi, credito e risparmio. «Abbiamo usato un modello di tipo industriale — spiega il segretario di PattiChiari —. Le banche sono libere di decidere se aderire al consorzio e di scegliere quali standard di qualità applicare. Come nel mondo industriale, abbiamo affidato i controlli a organismi di certificazione della qualità». Finora a PattiChiari hanno aderito 175 banche italiane (l'85% degli sportelli), 25 milioni di guide informative sono stati distribuite ai clienti, 10 milioni di visitatori si sono registrati sul sito www.pattichiari.it e 200mila telefonate hanno raggiunto il numero verde 800.00.22.66.

● **Conti e obbligazioni.** Delle otto iniziative, quelle che Roccia ritiene di maggior successo sono i «conti correnti a confronto» e le «obbligazioni a basso rischio». «Abbiamo registrato 1,3 milioni di accessi ai motori di ricerca per i conti correnti, mentre per le obbligazioni 5,5 milioni di risparmiatori sono stati informati personalmente dell'iniziativa». Lunedì 27 giugno è partita la terza fase di PattiChiari, con una massiccia campagna di informazione che toccherà 250 città italiane anche con l'uso di camper speciali. Ma PattiChiari ha in cantiere altre due novità: a settembre una versione semplificata e più accessibile del sito Internet; in inverno una nona iniziativa per informare, con semplici schede, i

risparmiatori su rischi e caratteristiche di tutti i prodotti finanziari.

● **L'opinione dei clienti.** Meno entusiasta è il parere di chi rappresenta i clienti delle banche. Carlo Pileri, presidente dell'Adoc, una delle otto associazioni di consumatori che collaborano con PattiChiari, dichiara: «Nell'ambito di PattiChiari abbiamo gestito 250 sportelli all'interno delle banche nelle città italiane, abbiamo aiutato gli istituti di credito a dialogare con i loro clienti, spesso risolvendo i problemi, e sotto questo aspetto è senz'altro un'esperienza positiva». Ma molto ancora c'è da fare per mettere a punto gli otto progetti. «A leggere la descrizione o a guardare le decalcomanie appese nelle banche si tratta di servizi molto belli, ma ancora in fase sperimentale». Per l'Adoc il servizio che necessita dei maggiori rinforzi è il confronto fra conti correnti. «Il motore di ricerca su Internet è troppo farraginoso: deve essere più semplice e più aggiornato, così che tutti possano comparare le diverse offerte. Il conto corrente è il cuore del rapporto tra banche e famiglie. Poter scegliere tra una gamma di proposte è essenziale per una vera concorrenza».

● **Mancano le sanzioni.** Tra i movimenti dei consumatori non aderenti a PattiChiari, Elio Lannutti, presidente dell'Adusbef, è lapidario: «Non siamo soddisfatti di PattiChiari, perché un patto per poter essere efficace deve prevedere delle sanzioni per chi non lo applica: se non ci sono conseguenze per le banche inadempienti, queste iniziative sono acqua di rose». Insomma, Lannutti non si accontenta dello spirito di PattiChiari, secondo cui ogni istituto di credito è libero di scegliere a quali iniziative aderire; ed esprime un'altra critica: «Che patti sono quelli per cui le banche modificano una condizione, contrattata magari dieci giorni prima, con un semplice avviso pubblicato in Gazzetta Ufficiale?». Secondo i rilievi dell'Adusbef, da quando il Governatore della Banca d'Italia Antonio Fazio ha lanciato l'appello al contenimento delle tariffe bancarie, circa cinque mesi fa, più di 600 banche hanno pubblicato in «Gazzetta Ufficiale» richieste di aumento di costi e condizioni.

Il fulcro
del rapporto
fra istituti
e famiglie
resta il conto
corrente