

**RELAZIONE ANNUALE SULLA SITUAZIONE  
COMPLESSIVA DEI RECLAMI**

**Marzo 2012**

## Indice

<b>1. Introduzione</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Assetto organizzativo/procedurale</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Reclami / esposti pervenuti nell'esercizio 2011</b> .....	<b>4</b>
3.1 Reclami - dati quantitativi.....	4
3.2 Esito dei reclami.....	5
3.3 Esposti a Enti Istituzionali – dati quantitativi.....	5
<i>Gli esposti provenienti da Banca d'Italia riguardano principalmente i seguenti aspetti: condizioni, applicazione delle condizioni.</i> .....	5
3.4 Esito degli esposti a Enti Istituzionali .....	5
<b>4. Considerazioni sull'adeguatezza delle procedure e delle soluzioni organizzative</b> .....	<b>6</b>

## **1. Introduzione**

Le disposizioni della Banca d'Italia del 29 luglio 2009 riguardanti la "Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari – correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti" prevedono, in materia di reclami, procedure ed adempimenti specifici finalizzati a garantire ai clienti risposte sollecite ed esauritive.

In particolare la normativa dispone, oltre ad obblighi di natura informativa, anche requisiti organizzativi per la trattazione dei reclami, quali l'adozione di procedure che prevedano:

- le forme di inoltro dei reclami da parte della clientela e di risposta da parte degli intermediari, che includono, in ogni caso, la posta ordinaria e la posta elettronica;
- la gratuità per il cliente dell'interazione con il personale preposto alla gestione dei reclami e agli eventuali call center, fatte salve le spese normalmente connesse al mezzo di comunicazione adottato (ad esempio, costo della telefonata a tariffazione non maggiorata);
- la modalità di trattazione dei reclami;
- i tempi massimi di risposta, comunque non superiori a 30 giorni dalla ricezione del reclamo, se relativo a operazioni e servizi bancari e finanziari così come definiti dal Testo Unico Bancario, o 90 giorni se relativo a servizi di investimento;
- la registrazione degli elementi essenziali di ogni reclamo pervenuto, nonché delle eventuali misure adottate per risolvere il problema sollevato.

Inoltre la normativa richiede che le risposte fornite dalla Società ai clienti che sporgono reclamo contengano:

- se il reclamo è ritenuto fondato, le iniziative che l'intermediario si impegna ad assumere e i tempi entro i quali le stesse verranno realizzate;
- se il reclamo è ritenuto infondato, un'illustrazione chiara ed esauriente delle motivazioni del rigetto, nonché le necessarie indicazioni circa la possibilità di adire l'Arbitro Bancario Finanziario (nel seguito anche ABF) o altre forme di soluzione stragiudiziale delle controversie.

In ottemperanza alle disposizioni normative, la Società presta una costante attenzione alle esigenze della clientela in ogni fase della relazione: dall'ideazione del prodotto, alla predisposizione della documentazione informativa, alla commercializzazione, fino alla gestione degli eventuali reclami, che rappresentano un significativo indicatore della qualità del servizio offerto.

L'efficace gestione dei reclami consente alla Società di individuare con tempestività le cause che hanno provocato il disagio del cliente ed avviare conseguentemente le opportune azioni correttive. Tale impostazione risulta altresì coerente con il più ampio obiettivo di porre in essere, nell'ambito di una sana e prudente gestione, tutte le azioni necessarie per assicurare rapporti corretti con la clientela e ridurre considerevolmente i rischi operativi, reputazionali e legali attraverso il miglioramento della relazione società-cliente.

## **2. Assetto organizzativo/procedurale**

Il coordinamento delle attività necessarie è affidato all'Ufficio Marketing, che si avvale del supporto consulenziale dell'Ufficio Affari Legali e Societari.

Lo stesso provvede a valutare la pertinenza del reclamo e ad attivare tutte le funzioni competenti per la soluzione del problema segnalato.

Le funzioni coinvolte sono tenute a fornire per iscritto le informazioni richieste dall'Ufficio Marketing e ogni altro elemento possa essere utile con la massima tempestività.

### 3. Reclami / esposti pervenuti nell'esercizio 2011

#### 3.1 Reclami - dati quantitativi

Esposizione dei dati sull'attività di gestione dei reclami pervenuti nel periodo 1 ° gennaio – 31 dicembre 2011.

La metodologia di rendicontazione segue quella adottata dalla Capogruppo, con le relative classificazioni di prodotti e motivazioni.

Nel 2011 sono pervenuti 134 reclami: 77 via e-mail, 7 tramite il sito internet, 38 via posta, 5 con telefonate all'Ufficio Reclami, 6 via fax ed uno attraverso il centralino. Nel 2010 erano giunti 143 reclami.

Per opportuno riferimento, si richiama che nello stesso periodo Leasint ha stipulato 9.326 nuovi contratti, per un valore pari a 3,53 miliardi di euro e che al 31 dicembre 2011 erano in essere impieghi per 18,4 miliardi di euro, distribuiti su 71.960 contratti e su 44.259 clienti.

Per quanto attiene la categoria, tutti i reclami sono riconducibili alla definizione ABI "altre forme di finanziamento".

Riguardo ai motivi lamentati dalla clientela, si evidenzia quanto segue:

Tipologia	Numerosità	%
Anatocismo	1	0,7%
Applicazione delle condizioni	21	15,7%
Aspetti organizzativi	1	0,7%
Comunicazione ed informazione al cliente	6	4,5%
Condizioni	8	6,0%
Disfunzioni apparecchiature	0	0,0%
Esecuzione operazioni	42	31,3%
Frodi e smarrimenti	0	0,0%
Merito del credito o simili	5	3,7%
Personale	2	1,5%
Segnalazione a centrale rischi	12	9,0%
Altro	36	26,9%
<b>Totale complessivo</b>	<b>134</b>	<b>100,0%</b>

In relazione invece ai soggetti che presentano i reclami, Leasint adotta i criteri di classificazione ABI, che prevedono la seguente ripartizione:

- Cliente Privato: soggetti che rivestono la qualifica di consumatore ai sensi del D.Lgs. n. 206 del 2005;
- Cliente Intermedio: artigiani, professionisti commercianti, associazioni e società di persone;
- Altri: qualsiasi altra tipologia di clientela non rientrante nelle due precedenti categorie.

Nella tabella sotto riportata si espone la ripartizione dei reclami per tipologia di clientela.

Tipologia	Numerosità	%
Cliente Privato	23	17,2%
Cliente Intermedio	45	33,6%
Altri	66	49,2%

<b>Totale</b>	<b>134</b>	<b>100,0%</b>
---------------	------------	---------------

In relazione ai tempi di evasione delle istanze dei clienti, la Società, in coerenza con le disposizioni di Trasparenza, ha stabilito che la risposta al cliente debba essere fornita entro 30 giorni dal ricevimento del reclamo.

### 3.2 Esito dei reclami

Nel corso del 2011 la struttura preposta alla gestione (Ufficio Marketing) ha accolto totalmente a favore del cliente 54 reclami, che rappresentano il 40,3%, e parzialmente a favore del cliente 23 reclami, che rappresentano il 17,2% dei 134 complessivamente pervenuti nel corso del 2011.

I reclami ricevuti risultano così articolati:

- 113 reclami non hanno comportato oneri economici a carico della Banca;
- 21 reclami hanno comportato un esborso complessivamente pari ad € 59.289,00

### 3.3 Esposti a Enti Istituzionali – dati quantitativi

Sono classificate come “esposti a Enti Istituzionali” le istanze pervenute per il tramite dei seguenti interlocutori: A.G.C.M., ABF, Banca d'Italia, (Consob), Prefetture e Ombudsman Bancario.

L'attività nei confronti di tali Enti per il 2011 viene complessivamente riepilogata nel prospetto che segue:

<b>Enti istituzionali</b>	<b>Numerosità</b>	<b>%</b>
Banca d'Italia	3	75,0%
Prefetture	0	0,0%
Arbitro Bancario Finanziario	0	0,0%
Ombudsman - Giurì Bancario	1	25,0%
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>100,0%</b>

Gli esposti provenienti da Banca d'Italia riguardano principalmente i seguenti aspetti: condizioni, applicazione delle condizioni.

### 3.4 Esito degli esposti a Enti Istituzionali

Nel corso del 2011 è stato accolto un esposto.

Di seguito si fornisce una tabella con il relativo dettaglio

<b>Tipologia</b>	<b>Importo</b>	<b>Numerosità</b>
ABF	0,00	0
Ombudsman Giurì Bancario	0,00	0
AGCM	0,00	0
Banca d'Italia	23.197,00	1
Associazioni Consumatori	0,00	0
Consob e Prefetture	0,00	
<b>Totale complessivo</b>	<b>23.197,00</b>	<b>1</b>

#### **4. Considerazioni sull'adeguatezza delle procedure e delle soluzioni organizzative**

I reclami pervenuti hanno trovato risposta, mediamente, in 15 giorni.

Qualora l'Ufficio Marketing dall'analisi dei reclami rilevi opportunità di miglioramento dei processi, propone agli Uffici interessati dei correttivi: nel corso del 2012 sono state fatte 9 proposte in merito.