



GUIDA FABI SUI RISCHI DELLE BANCHE ONLINE

**COSTI NASCOSTI, PRESTITI SENZA VALUTAZIONI,
PROMOZIONI COMMERCIALI AGGRESSIVE, BENEFICI POCO CHIARI:**

ECCO LA MAPPA CON I 10 PERICOLI DEL DIGITAL BANKING

**SILEONI: «C'È IL RISCHIO DI TRASFORMARE IL SETTORE IN UN DISCOUNT DEL CREDITO,
LA BANCA TRADIZIONALE RESTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO, COL NUOVO CONTRATTO
PIU' TUTELE PER I CLIENTI»**

Risparmi di costo non concreti, offerte civetta, praticità solo apparente. Benefici e rischi per i clienti non sempre chiari sia per la sicurezza delle transazioni sia per le trappole nelle tariffe su specifiche operazioni, talora offerte con limitazioni significative (come i prelievi e i bonifici). Assistenza affidata a personale non strettamente bancario. E ancora: campagne promozionali aggressive per i prestiti - concessi senza adeguati screening - che spesso mascherano la vendita di prodotti assicurativi. È quanto emerge dalla Guida della Fabi (Federazione autonoma bancari Italia) sul mondo dell'*online banking* e delle piattaforme internet che consentono di comparare sul web prezzi e tariffe dei prodotti finanziari. Dieci, in tutto, i motivi individuati nella mappa dei rischi realizzata dalla Fabi. Eccoli: risparmi virtuali sulle tariffe, costi nascosti e trappole, offerte civetta, benefici per i clienti poco chiari, praticità solo apparente, forti limitazioni all'operatività, promozioni aggressive, concessione di prestiti senza adeguata valutazione, vendita mascherata di altri prodotti, assistenza da personale non bancario.

«L'uso dell'*online* spinto all'eccesso corre il rischio di trasformare il settore in un *discount* del credito, mentre, secondo noi, la banca tradizionale viene ancora percepita dalla clientela come più sicura e affidabile, perché la consulenza offerta allo sportello resta un punto di riferimento per gli utenti. Anche per questo motivo il prossimo contratto

nazionale di lavoro, che stiamo negoziando con l'Abi, dovrà tutelare sia i clienti sia le lavoratrici e i lavoratori bancari» afferma il segretario generale della Fabi, Lando Maria Sileoni.

La Guida della Fabi mette dunque in fila le criticità del mondo del *digital banking* e delle piattaforme che offrono la comparazione di prezzi sia dei servizi bancari sia dei prodotti di finanziamento: depositi, conti correnti, mutui per l'acquisto di abitazioni, credito al consumo e prestiti personali. Un quadro, quello che spesso si trova davanti un utente magari non esperto, che non è sempre particolarmente trasparente e che appare più orientato agli aspetti commerciali con offerte civetta e prezzi poco chiari: tutto finalizzato alla vendita di prodotti di credito o di investimento, come le polizze assicurative. Tuttavia, in una prima fase, sia la valutazione del merito di credito sia l'adeguatezza dei profili di rischio risultano approssimativi, poiché si confida nelle informazioni inserite liberamente dai consumatori nei moduli *online*.

Questa situazione sta creando i presupposti per la trasformazione del settore in un *discount* del credito e del risparmio con tutto quello che ne consegue per la sicurezza dei risparmiatori e la tutela degli investimenti.

ONLINE BANKING: LA MAPPA FABI DEI 10 RISCHI

RISPARMI VIRTUALI SULLE TARIFFE

FORTI LIMITAZIONI ALL'OPERATIVITÀ

COSTI NASCOSTI E TRAPPOLE

PROMOZIONI AGGRESSIVE

OFFERTE CIVETTA

PRESTITI SENZA ADEGUATA VALUTAZIONE

BENEFICI PER I CLIENTI POCO CHIARI

VENDITA MASCHERATA DI ALTRI PRODOTTI

PRATICITÀ SOLO APPARENTE

ASSISTENZA DA PERSONALE NON BANCARIO

ANALISI: BANCHE TRADIZIONALI PERCEPITE PIÙ SICURE DAGLI UTENTI

Il mondo dell'online banking ha rivoluzionato, in apparenza, l'offerta dei servizi bancari a volte con soluzioni innovative, ampi servizi e condizioni economiche appetibili.

Peccato che i **benefici ed i rischi per i clienti non siano sempre chiari**, sia in termini di sicurezza per le transazioni che di costi nascosti e che spesso la risoluzione delle possibili problematiche sia demandata a personale non strettamente bancario.

Fonti ufficiali europee dimostrano che il 51% della popolazione adulta che vive in Europa utilizza l'*internet banking* per i servizi bancari con paesi come la Danimarca e l'Olanda che sfiorano l'85% degli abitanti come utenti della banca online, seguiti dagli altri paesi nordici come la Finlandia e la Svezia.

L'Italia resta fanalino di coda nel mondo digitale europeo perché l'utilizzo della rete per fruire dei servizi bancari *online* è ancora abbastanza limitato. Rispetto a una media registrata nell'Unione europea del 55%, la popolazione italiana che utilizza l'*internet banking* non supera il 30% (16% nel 2009), dimostrando che **le nuove tecnologie offrono più rischi che opportunità**, così come in Portogallo, Grecia, Romania e Bulgaria.

La percezione di maggiore sicurezza e attenzione, l'affidabilità e la fiducia nella consulenza offerta agli sportelli fanno sì che **la banca tradizionale resti un punto di riferimento per gli utenti di servizi bancari**. Infatti, se da un lato l'apparente la convenienza e la praticità sono i primi *driver* per la scelta di una banca *online*, tassi di interessi più o meno bassi per i mutui e altrettanto appetibili per i depositi a termine, nascondono spesso **insidie "velate" da vere e proprie campagne promozionali**.

E-BANKING										
% Popolazione utente servizi digitali	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Unione Europea (UE)	32%	36%	36%	40%	42%	44%	46%	49%	51%	54%
Danimarca	66%	71%	75%	79%	82%	84%	85%	88%	90%	89%
Germania	41%	43%	45%	45%	47%	49%	51%	53%	56%	59%
Grecia	5%	6%	9%	9%	11%	13%	14%	19%	25%	27%
Spagna	23%	26%	27%	31%	33%	37%	39%	43%	46%	49%
Francia	43%	50%	51%	54%	58%	58%	58%	59%	62%	63%
Italia	16%	18%	20%	21%	22%	26%	28%	29%	31%	34%
Portogallo	17%	19%	22%	25%	23%	25%	28%	29%	31%	39%
Romania	2%	3%	4%	3%	4%	4%	5%	5%	7%	7%
Finlandia	72%	76%	79%	82%	84%	86%	86%	86%	87%	89%
Svezia	71%	75%	78%	79%	82%	82%	80%	83%	86%	84%

Fonte: FABI su dati Eurostat

Non si tratta di costi aggiuntivi, per i beneficiari dei servizi *banking* offerti *online*, ma di condizioni economiche che inizialmente sono meritevoli di interesse e attrattive per la clientela e che, **nel medio lungo termine, non presentano più quegli elementi di convenienza e risparmio** sufficienti per giustificare la scelta di un operatore finanziario online.

Se l'interesse del cliente è rivolto al risparmio con un tasso diverso da quello di mercato, **spesso il "costo" di apertura è un deposito e/o un saldo minimo**, senza possibilità di prelievo delle somme entro un termine prefissato. Altro caso è quello del conto corrente *online* che limita il numero delle transazioni in un periodo definito, con **penali esose** in caso di superamento del limite.

Il servizio *online* corre il rischio di far diventare la banca un vero e proprio "**discount del credito**" con campagne promozionali commerciali aggressive che spingono anche il cliente non digitale a provare a chiedere **prestiti personali** e non oppure **prodotti assicurativi** personalizzati. Ma tutto è proposto e concesso **senza un vero e proprio screening oggettivo** della capacità di rimborso del potenziale cliente, solo in cambio di operazioni veloci e che non assicurano neanche la necessaria assistenza.