



Semplicità e chiarezza in banca.

Chi siamo

Sviluppare un mercato finanziario sempre più trasparente e concorrenziale, dove gli operatori si confrontano secondo regole chiare e dove i clienti dispongono di strumenti semplici per comprendere l'offerta delle banche e migliorare la propria conoscenza in ambito economico-finanziario.

Per realizzare questo scenario in Italia è nato nel 2003 PattiChiari, il Consorzio di banche italiane con la missione di offrire ai cittadini strumenti per capire i prodotti finanziari e scegliere quelli più adatti alle proprie esigenze.

Attraverso una relazione con i diversi portatori d'interesse della società civile, PattiChiari promuove la qualità e l'efficienza del mercato e l'educazione finanziaria nel nostro Paese.

Sviluppa, inoltre, programmi, strumenti e regole per favorire una migliore relazione banca-cliente e per aiutare i cittadini a far scelte consapevoli in materia economico finanziaria.

Consorzio PattiChiari
Piazza del Gesù, 49
00186 ROMA
tel. 06 6767209
fax 06 6767634
Cod. Fisc. 97313300580
P. IVA 07671171002
IBAN IT81B0504803200000000008930

Il Consorzio PattiChiari si configura oggi come “veicolo di settore” per l’attuazione del Piano di azione che prevede la produzione, gestione e diffusione esterna di strumenti di semplicità, chiarezza, comparabilità e mobilità per la clientela - gli “Impegni per la Qualità”-, nonché la realizzazione di programmi di educazione finanziaria destinati ai cittadini, in particolar modo alle giovani generazioni.

La governance del Consorzio PattiChiari

A partire da gennaio 2009, il Consorzio PattiChiari si è dotato di nuove regole di governance, secondo un modello che prevede la partecipazione di soggetti esterni al settore bancario e una piena separazione tra la “gestione” del Consorzio e il “controllo” delle sue attività verso la clientela. Le funzioni di controllo sono, infatti, demandate a organi indipendenti e rette da procedure verificabili.

Il nuovo modello di governance prevede 2 organi multistakeholder – il Comitato di Consultazione e il Comitato Tecnico di Informazione e Confronto – composti da soggetti interessati alla competitività e all’efficienza del mercato finanziario retail e allo sviluppo dell’educazione finanziaria dei consumatori, tra cui 13 Associazioni dei Consumatori, accademici e professionisti.

Presidente del Consorzio PattiChiari è il Prof. Filippo Cavazzuti, Professore Ordinario di Economia e Regolamentazione dei Mercati Finanziari presso la Facoltà di Economia dell’Università di Bologna e Presidente della Cassa di Risparmio di Bologna.

L'Assemblea dei consorziati

E' costituita da tutti i Consorziati e tutti hanno diritto a un voto.

Il Consiglio Direttivo

Presieduto dal Presidente del Consorzio, è composto dal Presidente dell'ABI e da rappresentanti scelti fra i componenti della Direzione Generale delle banche consorziate, eletti dall'Assemblea del Consorzio.

Il Consiglio ha mandato di:

- deliberare sulle richieste di adesione al Consorzio,
- deliberare in ordine al piano generale di attività del Consorzio nell'ambito delle direttive generali approvate dall'Assemblea,
- promuovere le iniziative di educazione e informazione finanziaria per la collettività ed ogni altra iniziativa utile alla realizzazione delle finalità del Consorzio,
- approvare il regolamento recante disposizioni integrative delle previsioni dello Statuto (il "Regolamento").

Il Presidente del Consorzio è eletto dal Consiglio Direttivo tra i suoi componenti. E' il legale rappresentante del Consorzio, convoca e presiede le riunioni dell'Assemblea e del Consiglio

Il Segretario Generale

Il Segretario Generale è preposto al funzionamento della Segreteria Tecnica e coadiuva il Presidente del Consorzio nell'espletamento delle sue funzioni.

Il Collegio dei Revisori

I Revisori dei Conti controllano la gestione amministrativa del Consorzio ed accertano la regolare tenuta della contabilità. Partecipano alle riunioni del Consiglio Direttivo e redigono verbale delle loro riunioni; presentano un loro rapporto all'Assemblea in occasione dell'approvazione del Bilancio Consuntivo della gestione.

La Segreteria Tecnica.

Il Consorzio si avvale di una Segreteria Tecnica, coordinata dal Segretario Generale con il compito di provvedere, secondo le direttive impartite dal Presidente del Consorzio, all'esecuzione delle delibere degli organi del Consorzio.

Il Comitato di Consultazione

E' un comitato composto da rappresentanti delle associazioni dei consumatori e del mondo accademico e professionale, che ha incarico di vigilare sulla correttezza dell'attività complessiva del Consorzio e di monitorare l'attuazione degli "Impegni per la Qualità".

E' presieduto dal Professor Pippo Ranci, Professore di Etica dell'economia e della finanza presso la Facoltà di Scienze bancarie finanziarie e assicurative dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano ed è composto da:

- Prof. Guido Alpa, Presidente del Consiglio Nazionale Forense;
- Avv. Ettore Battelli, Ricercatore di Diritto Privato presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Roma Tre;
- Avv. Luciano Fanti, Responsabile Nazionale Coordinamento delle Associazioni per la Difesa dell'Ambiente e la Tutela dei Diritti di Utenti e Consumatori, Codacons;
- Dott. Stefano Godano, Vice Presidente Adoc;
- Prof. Valerio Onida, Giudice e Presidente emerito della Corte Costituzionale;
- Prof. Pierluigi Parcu, Chairman Studio Economico Parcu & Associati;
- Prof. Francesco Silva, Professore ordinario di Economia applicata presso l'Università Bicocca di Milano;
- Dott. Giustino Trincia, Vice Segretario Generale Cittadinanzattiva.

Il Comitato Tecnico per i Motori di Informazione e Confronto,

E' l'organo preposto all'organizzazione e gestione dei Motori di Informazione e Confronto per il mercato accessibili via web e svolge un ruolo di indirizzo e sorveglianza sui predetti strumenti.

Il Comitato Tecnico dei Motori di Informazione e Confronto è presieduto dal Prof. Paolo Legrenzi Professore Ordinario di Psicologia Cognitiva all'Università IUAV di Venezia ed è composto da:

- Prof. Marco Gambaro, Professore Associato di Economia della comunicazione e di Economia dei media presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Statale di Milano;
- Prof. Paolo Onofri, Professore Ordinario di Economia Politica presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Bologna;
- Prof. Lorenzo Sacconi, Professore di Politica Economica e titolare della cattedra Unicredit per l'Etica Economica e la Responsabilità Sociale dell'Impresa presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Trento;
- Dott.ssa Maria Stella Anastasi, Studio Legale Lega Consumatori;
- Dott.ssa Anna Vizzari, Ufficio Studi economico - giuridici Altroconsumo.

Le associazioni dei consumatori.

Costituire una nuova struttura di governance composta da soggetti diversi dall'industria bancaria e autonoma da ABI, con il fine di sviluppare l'educazione finanziaria della collettività e promuovere un mercato sempre più efficiente, trasparente e rispondente alle esigenze dei consumatori: con questo duplice obiettivo nasce una nuova collaborazione di PattiChiari con tredici Associazioni dei Consumatori con le quali è stato attivato un processo di consultazione rispetto al nuovo Statuto del Consorzio e al piano degli "Impegni per la Qualità".

Le Associazioni dei Consumatori sono presenti all'interno dei Comitati di PattiChiari, creati esplicitamente per separare la gestione del Consorzio dal controllo delle sue attività verso i clienti.

Nello scenario attuale è sempre più necessario offrire informazioni semplici ed esaustive sull'articolato mondo dell'economia: dall'educazione al risparmio fino alle modalità di investimento in modo da creare un rapporto più equilibrato nei confronti della banca. Educare il consumatore di servizi bancari e finanziari al confronto e alla concorrenza e gli operatori di mercato ad offrire informazioni semplici e chiare al cliente: è da questa volontà congiunta che nasce la collaborazione tra PattiChiari e le Associazioni dei Consumatori che hanno firmato il Protocollo d'Intesa, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza dei consumatori nella scelta dei servizi BANCARI e finanziari, attraverso lo sviluppo di nuovi strumenti e di programmi di educazione finanziaria.

Le tredici Associazioni dei Consumatori sono:

- Adiconsum
- ADOC
- Altroconsumo
- Assoutenti
- Cittadinanzattiva
- Codacons
- Codici
- Confconsumatori
- La Casa del Consumatore
- Lega Consumatori
- Movimento Consumatori
- Movimento Difesa del Cittadino
- Unione Nazionale Consumatori

Gli Impegni per la qualità

Gli "Impegni per la qualità" promossi da PattiChiari sono un insieme di iniziative che hanno l'obiettivo di semplificare fortemente i rapporti tra le banche e i cittadini e dare ai clienti più assistenza e sicurezza.

Oltre a voler fornire una risposta efficace alle esigenze della clientela, gli Impegni rappresentano un'evoluzione della qualità dell'offerta del settore bancario per incrementare l'efficienza e la competitività del mercato. Queste iniziative si traducono in una serie di servizi che PattiChiari mette a disposizione dei clienti sia allo sportello sia attraverso il sito online.

Le iniziative riguardano **3 principali segmenti di prodotti: conti correnti, risparmio e credito** e sono articolate in **4 tipologie:**

mobilità della clientela
semplicità e chiarezza informativa
assistenza alla clientela
sicurezza

Per una banca che intende far parte del Consorzio PattiChiari, gli Impegni per la Qualità rappresentano un requisito obbligatorio. Sono previste due diverse fasi di attuazione: la prima entro giugno 2009 e la seconda entro la fine dell'anno.

Mobilità della clientela

Gli Impegni per la mobilità realizzano la completa trasferibilità automatica del conto corrente. Non soltanto, dunque, Rid (come già avviene dal febbraio 2007) ma anche i **bonifici**, gli addebiti di rate di **mutui e prestiti**, gli **estratti conto** delle **carte di credito**, le **Ricevute Bancarie**

Per ciascuno dei servizi regolati sul conto, è stata realizzata una specifica procedura di trasferibilità automatica che fornisce ai clienti alcuni fondamentali vantaggi:

- attivare il servizio in modo semplice presso la nuova banca (secondo il principio del cosiddetto "single point of contact");
- garantire al cliente la continuità del servizio;
- favorire la riduzione a livello di settore dei tempi di trasferimento ed aumentare l'efficienza (percentuale di successo) di queste operazioni;
- garantire una tracciatura dei processi sottostanti grazie ad una gestione standardizzata ed elettronica a livello interbancario;
- ridurre gli oneri amministrativi a carico del cliente.

Per garantire la massima efficacia della mobilità verso la clientela finale è stato previsto anche il monitoraggio e pubblicazione dei tempi medi di chiusura del c/c cioè il tempo mediamente impiegato dalla banca per la chiusura delle singole operazioni disposte dal cliente.

Semplicità e chiarezza informativa

Con gli Impegni per la semplicità e la chiarezza informativa, si possono confrontare le schede che riportano, per ogni banca, le **condizioni economiche** ed i **servizi** offerti per ciascun prodotto di conto corrente ordinario, conto corrente a pacchetto e di servizio bancario di base. Per facilitare al cliente la comparazione dei prodotti e la piena consapevolezza del costo dei servizi, le schede sono integrate da **indicatori sintetici del prezzo**: selezionando un "profilo di utilizzo" se ne conosce immediatamente il costo annuo.

Per chi non utilizza Internet, ciascuna banca mette a disposizione la Scheda informativa sintetica e l'Estratto conto facile.

La prima fornisce, in modo semplice e chiaro, le principali informazioni utili per conoscere costi e servizi dei diversi profili di conto corrente, poter comparare i prodotti e fare scelte pienamente consapevoli.

L'estratto conto facile è una tabella, all'interno dell'estratto conto della banca, che riporta il numero, il tipo ed il costo delle operazioni effettuate nonché il prezzo annuale del prodotto confrontato con quello dell'anno precedente.

La **Guida Cambio Conto**, la **Guida Cambio Mutuo** e la **Guida sulla Sicurezza** che le banche si impegnano a consegnare ai clienti, offrono informazioni semplici e complete sulla chiusura del conto ed il trasferimento dei servizi, la mobilità e la gestione dei mutui, l'utilizzo sicuro dei servizi bancari

Infine, nell'area dedicata agli investimenti è disponibile il nuovo servizio informativo dedicato alle obbligazioni, il cui obiettivo è volto ad erogare alla clientela bancaria nozioni di carattere generale e contenuti di approfondimento a supporto dell'attività di investimento.

Assistenza alla clientela

In tema di assistenza alla clientela, gli "Impegni" prevedono una serie di iniziative il cui scopo è quello di monitorare la qualità dei servizi erogati ed offrire assistenza ai clienti, semplificando la relazione con la banca.

Le iniziative che rientrano in questi Impegni sono:

- Monitoraggio dei tempi medi di chiusura del c/c (fase 1)

Per offrire alla clientela un servizio più efficiente, tutte le operazioni di chiusura del conto corrente sono sottoposte a tracciatura e monitoraggio, rilevando così su base periodica il tempo impiegato dalla banca per svolgere le operazioni di chiusura.

- Monitoraggio dei livelli di qualità delle macchine ATM (fase 2)

Gli "Impegni" prevedono che la banca monitori costantemente i livelli di servizio in circolarità dei propri ATM. L'obiettivo è quello di portare la banca, dopo un virtuoso percorso di avvicinamento, ad offrire alla clientela un livello di funzionamento mensile del servizio Bancomat

- Call center (centralizzato) FARO (fase 2)

Un call center centralizzato attivo 24 ore su 24 e accessibile tramite numero verde che fornisce informazioni dettagliate sul funzionamento dei Bancomat più vicini indicando al cliente, tramite SMS, il percorso più rapido per raggiungerli sia in macchina sia a piedi.

- Servizio Bancario di Base (fase 2)

Il Servizio Bancario di Base è un prodotto facilmente accessibile per semplicità e costo rivolto a coloro che non possiedono ancora un conto corrente.

- Informativa su terminale ATM su commissioni Bancomat (fase 1)

L'iniziativa, già attiva dal 31 maggio u.s., prevede che per i prelievi Bancomat in circolarità, il cliente sia avvertito (prima dell'esecuzione dell'operazione) attraverso la visualizzazione sull'ATM di un messaggio informativo che indica l'esistenza di una possibile commissione aggiuntiva: "Al prelievo potrà essere applicata una commissione, se previsto dalla Sua Banca" 7.

- L'assistenza al credito viene supportata da due Impegni: il Codice deontologico dei mediatori creditizi e l'Attestazione per la deducibilità fiscale degli interessi sui mutui. Il Codice prevede norme dettagliate e rigorose riguardo i requisiti dei mediatori finanziari e dei prodotti offerti, le regole di trasparenza, assistenza, responsabilità e riservatezza, le procedure di controllo e le verifiche periodiche.

Sicurezza degli strumenti di pagamento

Gli Impegni per la sicurezza della clientela intendono diffondere fiducia rispetto all'uso delle nuove tecnologie e nei canali alternativi di utilizzo dei servizi bancari.

Gli Impegni di quest'area includono:

- la definizione di **Linee guida** in tema di protezione del cliente contro utilizzi indebiti di carte, e di elevazione degli standard di sicurezza per l'accesso all'internet banking;
- la definizione di tempi prestabiliti per il **rimborso** al cliente di **addebiti errati** e non autorizzati su carte.

L'educazione finanziaria

PattiChiari promuove l'educazione finanziaria nel nostro Paese per aiutare i cittadini ad effettuare scelte consapevoli in materia economico- finanziaria e a gestire al meglio il rapporto con la propria banca. Promuovere l'educazione finanziaria dei cittadini non è un impegno finalizzato alla semplice tutela dei consumatori, ma possiede una valenza più ampia, che investe la **crescita di tutto il mercato e, di conseguenza, di tutto il Paese**. Acquisendo gli strumenti e la cultura per richiedere un'offerta più rispondente alle proprie esigenze, i consumatori possono incoraggiare il settore a sviluppare nuovi prodotti e servizi, ad aumentare la competizione tra gli attori presenti sul mercato, a promuovere l'innovazione e il miglioramento della qualità. Autorevoli ricercatori, infatti, hanno dimostrato come i programmi di educazione finanziaria incidano positivamente sia sul numero di persone che decidono di risparmiare in modo strutturato, sia sulla quantità media del loro risparmio.

Una ricerca realizzata da Ambrosetti – The European House e PattiChiari mostra come un maggior livello di partecipazione ai mercati finanziari da parte di consumatori culturalmente più evoluti potrebbe portare a un incremento del volume delle attività finanziarie investite dalle famiglie che, se fosse anche solo nell'ordine dell'1%, nel caso dell'Italia equivarrebbe a 32,7 miliardi di euro, quindi al 2,3% del Pil nazionale.

Nel nostro Paese una cultura finanziaria diffusa è ancora un obiettivo da acquisire: il livello medio di cultura finanziaria in Italia è pari a 3,5 punti (su una scala da 1 a 10). Inoltre, molti studi mostrano una fotografia del nostro Paese agli ultimi posti per alfabetizzazione finanziaria anche nel panorama internazionale.

Il percorso proposto da PattiChiari per la diffusione dell'educazione finanziaria si articola in iniziative e programmi specifici che, con un linguaggio molto semplice e un approccio vicino a chi non è esperto di queste tematiche, aiutano a capire meglio i prodotti finanziari e a scegliere quelli più adatti alle proprie esigenze.

L'impegno europeo

L'Europa con la strategia di Lisbona^[1] ha invitato i Paesi membri a porre maggiormente l'accento sulle conoscenze, sull'innovazione e sulla formazione come elementi chiave per garantire un buon livello di sviluppo economico e di coesione sociale.

A seguito dell'adozione di tale strategia, sono state espresse indicazioni specifiche in tema di istruzione e formazione. Il Parlamento europeo, nella "Raccomandazione relativa a competenze chiave per l'apprendimento permanente" del dicembre 2006, ha inserito numerosi riferimenti alla necessità della comprensione della dimensione socioeconomica, agli aspetti dello sviluppo socioeconomico e alla necessità di una conoscenza generale del funzionamento dell'economia.

A sua volta in Italia il Decreto Ministeriale del 22 agosto 2007, relativo agli adempimenti dell'obbligo di istruzione, definisce la presenza dell'asse storico - sociale e declina tra le competenze quelle di "riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio". La promozione di una cultura economica e imprenditoriale costituisce, quindi, una parte importante di questo sforzo e deve iniziare dai giovani e dall'istruzione scolastica.

In numerosi paesi europei ed extra-europei queste considerazioni hanno da tempo determinato la presenza dell'economia e delle altre scienze sociali all'interno dei sistemi scolastici nazionali, non solo negli indirizzi tecnici-professionali ma anche in quelli generalisti liceali. E' proprio l'inserimento della cultura economica nei licei (come già accade in quelli francesi e inglesi ed inizia in quelli spagnoli e tedeschi), che fanno capire quanto questa disciplina stia a cuore alle popolazioni ed alle loro istituzioni, allo scopo di favorire concezioni e pratiche di cittadinanza attiva e responsabile.

Questo grappolo di discipline ha avuto una vita piuttosto difficile nell'ultimo decennio nella scuola italiana, in quanto sono state volute e gestite da una minoranza di insegnanti che credono nell'innovazione dei metodi di apprendimento e nell'importanza di un'apertura alla dimensione della cultura aziendale. La necessità di far capire alle giovani generazioni i temi economici è, quindi, nella società italiana, una sfida sempre più pressante.

[1] Nel marzo del 2000, a Lisbona, il Consiglio Europeo adottò l'obiettivo strategico di "diventare l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale." Inserirne testo (Monica)

Il Consorzio PattiChiari fa parte dell'Expert Group on Financial Education (EGFE) istituito a livello europeo per fornire consulenza alla Commissione sul tema dell'educazione finanziaria, in particolare per la definizione di politiche per la diffusione di iniziative su questo tema negli stati membri e per promuovere i casi di eccellenza. L'esperienza di PattiChiari in campo di autoregolamentazione, ad esempio, è considerato un caso di successo a livello europeo.

I programmi per la scuola e per i cittadini

L'impegno di PattiChiari per l'**informazione** dei cittadini si è concretizzato negli ultimi anni con numerosi progetti, a partire dal mondo della scuola.

-il programma didattico **Io e l'economia**, condotto in collaborazione con Junior Achievement Italia che offre agli studenti della scuola media una gamma di strumenti per conoscere più da vicino i principi dell'economia e della finanza e, inoltre, la presenza in classe di esperti di banca, che, in qualità di volontari, svolgono le lezioni creando un collegamento tra la scuola e il mondo del lavoro;

-il programma didattico **PattiChiari con l'economia** che offre ai ragazzi delle scuole superiori una preparazione adeguata per integrarsi e partecipare attivamente alla realtà sociale, professionale ed economica che li circonda, impartendo le nozioni basilari per poter facilitare una reale conoscenza delle regole economiche.

Inoltre, è stato recentemente inaugurato **Economiamo** un percorso gioco per bambini dedicato al tema del risparmio e dell'uso responsabile del denaro, realizzato in collaborazione con Explora, il Museo dei Bambini di Roma.

A questi progetti si aggiunge **www.economiAscuola.it**, il portale dedicato all'educazione finanziaria rivolto agli insegnanti delle scuole primarie e secondarie di I e II secondo grado che verrà lanciato a maggio con l'obiettivo di farne un punto di riferimento e di aggregazione per gli insegnanti attorno al tema dell'educazione finanziaria, sul modello dei social network e del Web 2.0.

Per la popolazione più adulta il Consorzio ha promosso diverse campagne sul territorio quali **Dialogo**, la prima campagna nazionale di educazione finanziaria sostenuta dal settore privato (novembre 2007), **PattiChiari in Città**, il tour che porta l'educazione finanziaria nelle piazze e nei luoghi di aggregazione delle città italiane e **Porte Aperte a PattiChiari**, l'iniziativa realizzata con alcune Associazioni dei Consumatori che hanno messo a disposizione le loro sedi territoriali per favorire la diffusione e la conoscenza dei contenuti di PattiChiari.

Molte le partnership attivate con le associazioni di categoria: con **Coldiretti** è stata realizzata una Guida dedicata agli imprenditori agricoli con l'illustrazione dei principali indicatori del comparto agrario e con contenuti orientati a tracciare un percorso formativo e informativo sulla gestione aziendale; con **Unioncamere** per sviluppare un piano congiunto di iniziative rivolte agli associati per la diffusione di informazioni economiche; con **Holding Famiglia** per promuovere attività di formazione specifica per i soci, organizzando convegni e seminari su tutto il territorio nazionale.

Il sito **www.edu.pattichiari.it** infine, parla in maniera diretta al pubblico con le aree dedicate ai servizi per confrontare i diversi prodotti e attraverso un'area Education in cui cittadini, studenti e imprese possono accedere a diversi percorsi formativi.



PattiChiari

Semplicità e chiarezza in banca.