This is the peer reviewd version of the followng article:

Regole e risoluzione alternativa delle controversie: quali riflessi sul credito ai consumatori / Cosma, Stefano; Pattarin, Francesco; Vezzani, Paola. - In: BANCA IMPRESA SOCIETÀ. - ISSN 1120-9453. - 2:(2019), pp. 269-306. [10.1435/94744]

Terms of use:

The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

19/05/2024 11:27

(Article begins on next page)

ACCEPTED MANUSCRIPT

Regole e risoluzione alternativa delle controversie quali riflessi sul credito ai consumatori

Stefano Cosma

Dipartimento di Economia Marco Biagi, UNIMORE, mail:stefano.cosma@unimore.it

Francesco Pattarin

Dipartimento di Economia Marco Biagi, UNIMORE, mail:francesco.pattarin@unimore.it

Paola Vezzani

Dipartimento di Comunicazione e Economia, UNIMORE, mail:paola.vezzani@unimore.it

Abstract

The article analyses the effects of consumer protection rules starting from the adoption of 248/2008 UE Directive and the introduction of an ADR system.

In particular, this study aims to assess the effects on volumes of loans and on interest rates applied to customers. Furthermore, through the analysis of data related to customer complaints and appeals to the Banking and Financial Arbitrator (ABF), the purpose is to assess the effects on the behaviour of customers and financial intermediaries and on the quality of their relationship.

The effects on volumes of credit and interest rates are positive. There are not evidence of restrictions on credit supply. Furthermore, we did not identify cost increases directly imputable to new regulation. The same positive result emerges with reference to the ADR system. Consumers are increasing the use of this system to solve their disputes with financial intermediaries. In particular, there is an improvement of the complaints' management by financial intermediaries and a positive learning effect is attributed to ABF' activity.

Keywords – Consumers' protection, credit, alternative resolution system, financial institution, complaint, appeal

JEL Classification, G21, G23, G28

G21 Banks • Depository Institutions • Micro Finance Institutions • Mortgages

G23 Non-bank Financial Institutions • Financial Instruments • Institutional Investors

G28 Government Policy and Regulation

ACCEPTED MANUSCRIPT

1. Introduzione

La regolamentazione dell'attività di credito al consumo o di credito ai consumatori, con il recepimento della direttiva europea 48/2008, è stata modificata in misura rilevante. Il periodo compreso tra il 2009 e 2011 ha registrato importanti novità regolamentari che, di fatto, hanno rivisitato il lato dell'offerta di detti servizi creditizi, sia sotto un profilo relazionale che strutturale. Sotto un profilo relazionale, l'insieme di interventi normativi prevedevano meccanismi di tutela diretta per il consumatore nell'intero processo creditizio che riguardavano la fase di ricerca del finanziamento e di interazione pre contrattuale con gli intermediari finanziari ed eventuali canali distributivi terzi, la fase di perfezionamento del contratto e la fase di adempimento post contrattuale delle obbligazioni assunte. Sotto un profilo strutturale, l'introduzione di una riserva agli intermediari finanziari autorizzati, iscritti in un apposito albo tenuto dalla Banca d'Italia per l'esercizio dell'attività di credito nei confronti del pubblico (art. 106 T.U.B.) e l'introduzione di specifici requisiti per gli intermediari del credito (art. 128 quater e ss. T.U.B.) hanno radicalmente modificato la struttura e la composizione del lato dell'offerta del mercato del credito ai consumatori. Parallelamente, anche se non in modo sincrono, l'introduzione e il successivo rafforzamento del sistema di *Alternative Dispute Resolution (ADR)* hanno contribuito a rinforzare e, per molti versi, rendere più efficace il sistema di enforcement del nuovo sistema di regole.

Questo lavoro si propone di valutare gli effetti sul mercato del credito ai consumatori della progressiva attuazione della nuova regolamentazione verificandone gli impatti sui volumi di credito erogato e sui tassi applicati alla clientela. Inoltre, attraverso l'analisi dei dati relativi ai reclami della clientela e ai ricorsi all'Arbitro Bancario e Finanziario (ABF) si propone di valutare gli effetti sui comportamenti della clientela e degli intermediari finanziari.

La decisione di limitare l'analisi al solo credito al consumo nasce dalla constatazione che detta attività si è sviluppata in tempi relativamente recenti, soprattutto a partire dagli anni novanta, in presenza di una regolamentazione non specifica. Gli elevati tassi di sviluppo hanno determinato l'ingresso sul mercato di numerosi nuovi operatori, italiani ed esteri, specializzati nella produzione e/o nella commercializzazione di singoli prodotti e strumenti. La possibilità di tracciare un perimetro ben definito, sia in senso temporale che operativo, costituisce una valida opportunità per studiare gli effetti di un intervento regolamentare ampio ed organico e l'efficacia dei sistemi di risoluzione alternativa delle controversie, quali modalità di rafforzamento delle tutele dei consumatori.

L'analisi riguarda il periodo 2010-2017 con riferimento agli effetti su quantità e prezzi mentre l'analisi sulle controversie fra consumatori e intermediari finanziari si riferisce al periodo 2012-2018. Emerge un quadro positivo sia per quanto riguarda la riconfigurazione della struttura del lato dell'offerta del credito ai consumatori, sia per quanto riguarda la rinnovata articolazione dei canali distributivi che contribuiscono ad ampliare la fruibilità dei servizi e la disponibilità di credito, ampliando la varietà dell'offerta di credito e raggiungendo un maggiore platea di consumatori con esigenze finanziarie differenti. Gli effetti sui volumi di credito intermediati e sui tassi applicati non individuano restrizioni alla domanda e aggravi di costo direttamente imputabili agli interventi regolamentari. Il medesimo bilancio positivo emerge dall'istituzione di un sistema di ADR e dall'analisi dell'attività dell'ABF. Si rileva un crescente ricorso dei consumatori a tali sistemi per la soluzione della propria insoddisfazione e per la richiesta di ristoro delle proprie ragioni supposte danneggiate dai comportamenti degli intermediari finanziari o degli intermediari del credito. Si rileva,

in particolare, un progressivo miglioramento della gestione dei reclami da parte degli intermediari finanziari e un effetto apprendimento dalle decisioni e dagli orientamenti dell'ABF che si traducono in una riduzione dei reclami fondati e dei ricorsi accolti. Non mancano segnali di opportunismo nell'utilizzo del sistema di ADR che, tuttavia, possono essere accettabili alla luce delle finalità del sistema e degli effetti positivi menzionati.

Il contributo, dopo una rapida rassegna degli interventi normativi relativi al credito ai consumatori verificatisi nel periodo 2009-2011 (par. 2), analizza gli ambiti di intervento e i principali effetti sulla struttura del lato dell'offerta del mercato (par. 3), analizza gli effetti dei citati interventi sul volume di credito erogato e sui tassi effettivi applicati alla clientela (par. 4), effettua una rassegna teorica dei sistemi di gestione dei reclami della clientela (par. 5) e analizza gli effetti dell'introduzione di sistema di ADR sul mercato italiano (par. 6).

2. L'evoluzione del quadro regolamentare di riferimento

L'evoluzione del quadro regolamentare relativo al credito ai consumatori a cui si fa riferimento prende avvio il 7 aprile del 2008 quando, dopo un lungo periodo di negoziazione tra Commissione, Parlamento e Consiglio, viene approvata in via definitiva la direttiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 23 aprile 2008, relativa ai contratti di credito ai consumatori in GU L. 133/66 del 22/5/2008. Il provvedimento persegue la «piena armonizzazione» delle regole, per garantire un livello elevato ed equivalente di tutela dei consumatori dell'Unione europea al fine di assicurare la fiducia di questi ultimi e, per suo tramite, la libera circolazione delle offerte di credito «nelle migliori condizioni sia per gli operatori dell'offerta sia per i soggetti che rappresentano la domanda» (Considerando n. 8, direttiva 2008/48/CE). La direttiva 2008/48/CE è recepita in Italia con il d.lgs. 141/2010.

Lo spirito e gli obiettivi della direttiva sono stati ripresi ed ampliati nell'ambito della delega data al governo in materia di recepimento della direttiva. In essa si colgono indicazioni al governo che muovono verso una riconfigurazione del rapporto finanziatore-consumatore. Esse riconoscono, da un lato l'importanza dell'educazione finanziaria quale strumento di autotutela del consumatore, dall'altro sollecitano una maggiore circolarità delle informazioni creditizie (tese a ridurre l'asimmetria informativa verticale e orizzontale presente nel mercato). Il contenuto della direttiva è stato affiancato da una serie di previsioni finalizzate ad estendere le tutele previste dalla normativa.

Il d.lgs 141/2010, al fine di assicurare la presenza sul mercato di operatori solidi e professionalmente capaci, estende una serie di previsioni anche a soggetti prima non regolamentati ed impone requisiti di accesso più severi e regole di comportamento più stringenti. Esso elimina o, quanto meno, attenua alcune distorsioni presenti nel processo creditizio e ridefinisce il lato dell'offerta del mercato del credito ai consumatori, agendo sugli intermediari finanziari (finanziatori), sui mediatori creditizi e sugli agenti in attività finanziaria (intermediari del credito). Con riferimento a questi ultimi, il D. Lgs 141/2010 prevede rinforzati requisiti professionali e di trasparenza delle caratteristiche societarie, patrimoniali, gestionali, organizzative che gli intermediari del credito devono possedere per poter operare nell'ambito del credito ai consumatori e le specifiche responsabilità, civili e penali, che da tale attività originano in caso di condotta non corretta. A tal fine, è manifestata l'esigenza di istituire

un organismo di controllo, con autonomia organizzativa e statutaria, sottoposto alla vigilanza della Banca d'Italia, con compiti di supervisione e di gestione degli elenchi.

Prima del recepimento della direttiva 2008/48/CE, in Italia, le norme sul credito al consumo sono inserite nel titolo VI del d.lgs. 1° settembre 1993, n. 385 (T.U.B.), dedicato alla trasparenza delle condizioni contrattuali, interamente applicabile alle operazioni di credito al consumo, già modificate, in senso conforme all'impianto normativo adottato in sede europea, con le disposizioni relative alla "Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti" del 29 luglio 2009 e successivamente integrate dal disposto della normativa primaria e secondaria attraverso cui si è attuato il recepimento della direttiva.

Con riferimento al sistema di risoluzione delle controversie dei consumatori relative a servizi di natura bancaria e finanziaria, l'art. 128 bis del T.U.B.[1] stabilisce che le banche e gli intermediari finanziari a cui si applicano le norme per la trasparenza delle condizioni contrattuali e dei rapporti con i clienti nell'ambito delle operazioni e servizi bancari e finanziari (art. 115 T.U.B.) aderiscano a sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela.

In Italia, il funzionamento operativo del sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela relative ai servizi bancari e finanziari è stato regolamentato dalla normativa secondaria rappresentata dalla delibera del CICR n. 275 del 29 luglio 2008 che, su proposta della Banca d'Italia, ha disposto i princìpi e i criteri per lo svolgimento delle procedure di risoluzione stragiudiziale e ha affidato alla Banca d'Italia il compito di curarne l'organizzazione e il funzionamento. La Banca d'Italia è intervenuta attraverso differenti provvedimenti. In particolare occorre richiamare le disposizioni della Banca d'Italia del 29 luglio 2009 (e successivi aggiornamenti) prima citate in cui si evidenzia il legame imprescindibile fra gestione stragiudiziale delle controversie ed efficacia della disciplina sulla correttezza della relazione intermediario – cliente poiché dette procedure contribuiscono a definire e a diffondere modelli di comportamento funzionali al miglioramento dei rapporti con la clientela e a innalzare il grado di condivisione e di effettività della normativa in materia di trasparenza.

Il provvedimento specificamente riguardante il funzionamento della procedura di gestione stragiudiziale delle controversie emanato da Banca d'Italia è rappresentato dalle disposizioni sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie in materia di operazioni e servizi bancari e finanziari emanate il 18 giugno 2009, successivamente modificate in seguito al recepimento della direttiva europea 2013/11/UE del 21 maggio 2013 (c.d. direttiva sull'ADR per i consumatori) che ha stabilito i requisiti minimi di armonizzazione in materia di organismi e procedure ADR per garantire l'accesso dei consumatori a meccanismi extragiudiziali "facili, efficaci, rapidi e a basso costo" per risolvere le controversie con operatori professionali[2]. La direttiva 2013/11/UE è stata recepita in Italia dal d.lgs 6 agosto 2015, n. 130 di attuazione della direttiva 2013/11/UE sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori che ha declinato in dettaglio i requisiti di stabilità, efficienza,

[1] Articolo inserito dall'articolo 29, l. 28 dicembre 2005, n. 262 e sostituito dall'art. 4, comma 3, d.lgs. 13 agosto 2010, n. 141.

[2] Essa si propone esplicitamente l'obiettivo di "contribuire, mediante il raggiungimento di un livello elevato di protezione dei consumatori, al corretto funzionamento del mercato interno garantendo che i consumatori possano, su base volontaria, presentare reclamo nei confronti di professionisti dinanzi a organismi che offrono procedure indipendenti, imparziali, trasparenti, efficaci, rapide ed eque di risoluzione alternativa delle controversie" (direttiva 2013/11/UE Capo I, Articolo I).

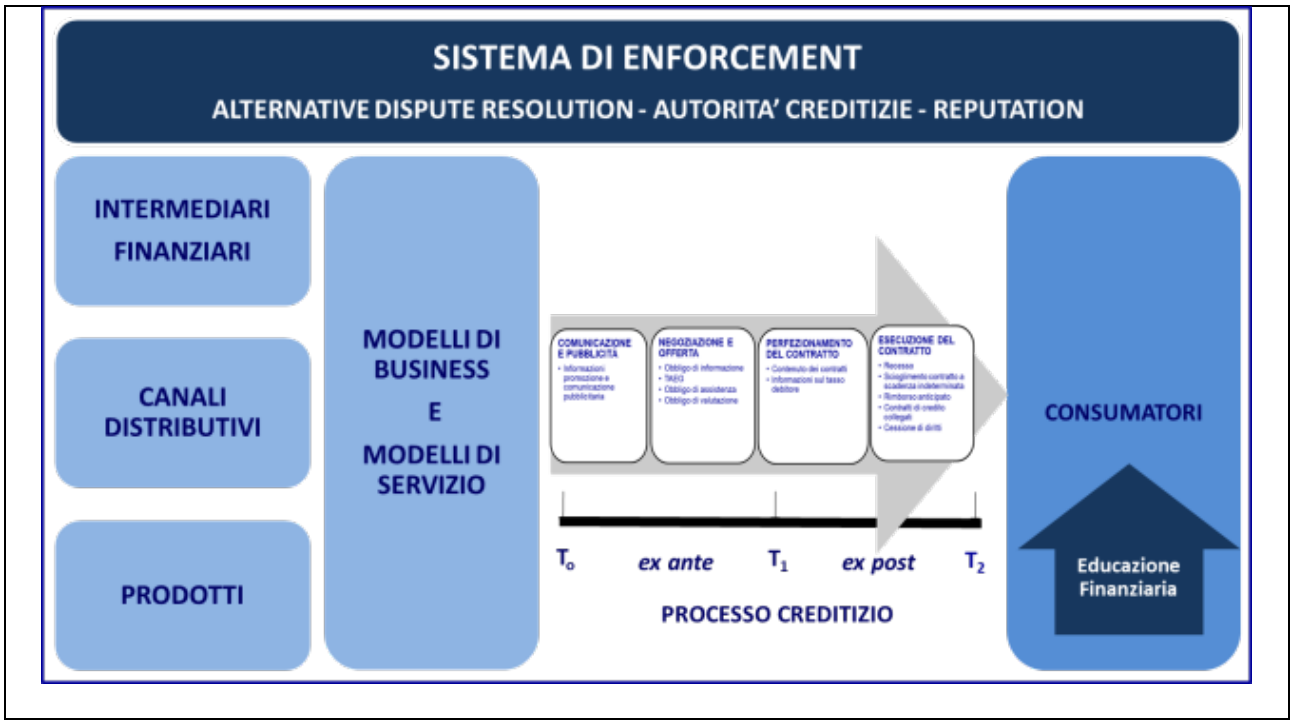
imparzialità e tendenziale non onerosità per il consumatore che gli organismi ADR sono tenuti a rispettare, secondo quanto previsto dalla direttiva, affidandone il monitoraggio alle autorità nazionali competenti appositamente individuate nei diversi settori di competenza.

3. La ridefinizione del lato dell'offerta del mercato del credito ai consumatori

Le disposizioni normative dianzi indicate non sono esaustive dell'evoluzione regolamentare registrata dall'attività di credito ai consumatori nel periodo di osservazione. Tuttavia, è possibile affermare che esse rappresentino un significativo mutamento del quadro regolamentare e che il loro combinato disposto abbia prodotto una sostanziale rivisitazione del mercato del credito ai consumatori, dei processi di affidamento e relazionali fra consumatore e intermediari finanziari.

La Figura 1 sintetizza gli ambiti di intervento regolamentare nel mercato del credito ai consumatori.

Figura 1: Intervento regolamentare e mercato del credito ai consumatori



Sotto un profilo economico, il quadro regolamentare perfezionatosi nel periodo 2011-2012 modifica le dinamiche competitive esistenti, le scelte distributive e l'efficacia dei modelli di business sino ad allora utilizzati dagli intermediari finanziari e dai gruppi bancari.

Gli intermediari finanziari

Il d.lgs 141/2010 dedica due dei quattro titoli di cui si compone alla regolamentazione del lato dell'offerta del mercato del credito al consumo ridefinendo le caratteristiche e le attività degli intermediari finanziari (finanziatori) e dei canali distributivi attraverso cui essi operano. Si tratta di interventi che configurano meccanismi di tutela indiretta dei consumatori, perseguita attraverso una

migliore configurazione degli attori e dei loro ruoli nei processi di affidamento e di interazione con i clienti, tesa a una maggiore efficienza, trasparenza e concorrenzialità del mercato.

La normativa introduce una specifica riserva di attività a favore degli intermediari finanziari autorizzati per quanto riguarda l'esercizio nei confronti del pubblico dell'attività di credito, specificamente autorizzati dalla Banca d'Italia e iscritti in un apposito albo. Ciò contribuisce a determinare, di fatto, una maggiore stabilità, anche patrimoniale, dei singoli intermediari finanziari, e un miglioramento dell'attività di supervisione e controllo delle autorità di vigilanza. Si ricordi che il mercato alla fine del 2010 vedeva numerosissimi intermediari finanziari, di piccole dimensioni, che agivano sul mercato con uno scarso controllo e generavano criticità nei rapporti con la clientela e, non ultimo, nella sostenibilità dell'indebitamento dei consumatori.

L'estensione degli obblighi relativi alla forma giuridica, ai requisiti di professionalità e correttezza degli amministratori, alla struttura organizzativa, amministrativa e contabile, all'adeguatezza patrimoniale, al contenimento del rischio nelle sue diverse configurazioni, all'organizzazione dei controlli interni a tutti coloro che operano nel credito ai consumatori determina l'uscita dal mercato di numerosi intermediari finanziari e contribuisce a una rapida riqualificazione del lato dell'offerta, anche attraverso l'eliminazione di un'asimmetria competitiva e di vigilanza fra gli intermediari che aveva contribuito a generare un sistema troppo articolato e non equilibrato in termini di tutele per i consumatori.

Per avere un'idea delle dimensioni del fenomeno, si pensi che fino al 2010 erano iscritte complessivamente 1403 società all'elenco ex art. 106 T.U.B. (ante d.lgs. 141/2010) e 195 società all'elenco ex art. 107 T.U.B. (ante d.lgs. 141/2010). Alla fine del 2018 risultano iscritte complessivamente circa 200 società finanziarie all'albo unico ex art. 106 T.U.B..

Gli intermediari del credito

Un ulteriore ambito dell'intervento normativo ha riguardato le filiere distributive esistenti nel credito al consumo, in particolare gli agenti in attività finanziaria, i mediatori creditizi e i fornitori di beni e dei prestatori di servizi (dealer commerciali).

Il d.lgs. 141/2010 e la normativa secondaria che ne è seguita regolamentano specificamente gli agenti in attività finanziaria e i mediatori creditizi, mentre in molti punti disciplinano il ruolo e l'intervento dei dealer commerciali nel processo di finanziamento dei consumatori.

La crucialità competitiva dei canali distributivi nell'ambito del mercato del credito ai consumatori, il loro presidio, spesso unico, dell'interazione con il cliente e il loro contributo al raggiungimento di una maggiore efficienza allocativa del credito hanno reso necessario un intervento normativo volto ad assicurare un migliore standing professionale e comportamentale degli intermediari del credito. Il d.lgs. 141/2010 specifica il ruolo, l'attività e l'ampiezza di intervento degli agenti, dei mediatori creditizi e degli esercizi commerciali nell'ambito del processo creditizio, esplicitandone le responsabilità e interrompendo la commistione e, spesso, la sovrapposizione dei ruoli in capo al medesimo soggetto. Allo scopo di ridurre al minimo i conflitti di interesse, gli agenti non possono essere mediatori e viceversa, mentre i dealer commerciali possono unicamente promuovere e partecipare alla conclusione di contratti di finanziamento, per l'acquisto di propri beni e servizi in forza di una specifica convenzione con i finanziatori. Ai mediatori creditizi, al fine di chiarire al

ACCEPTED MANUSCRIPT

meglio il proprio ruolo e la propria indipendenza dalle banche, è stato posto il divieto di concludere contratti, nonché effettuare, per conto di banche o di intermediari finanziari, erogazione di finanziamenti e ogni forma di pagamento o di incasso.

Un secondo ambito di intervento ha riguardato i requisiti societari, patrimoniali, gestionali e professionali che gli intermediari del credito devono possedere per poter garantire una adeguata stabilità e responsabilità patrimoniale nei confronti dei consumatori. Inoltre, sono stati introdotti requisiti di onorabilità e di professionalità nonché di continuità di formazione degli intermediari del credito e dei propri collaboratori e un elenco a cui gli intermediari del credito devono iscriversi. Essi svolgono la loro attività come mono-mandatari di un unico intermediario (o di più intermediari appartenenti al medesimo gruppo) e per rafforzare il loro controllo, la normativa statuisce la responsabilità solidale del mandante per i danni causati dall'agente in attività finanziaria.

Un ultimo ambito di intervento ha riguardato il controllo dell'operato e dell'attività degli intermediari del credito e la gestione degli elenchi degli agenti e dei mediatori creditizi. A questo scopo è stato creato l'Organismo degli Agenti e dei Mediatori (OAM), avente personalità giuridica, con autonomia statutaria, organizzativa e finanziaria, vigilato dalla Banca d'Italia che, in ogni caso, mantiene poteri di intervento e vigila sul rispetto delle norme relative alla trasparenza delle condizioni contrattuali e della correttezza nei rapporti con i clienti, anche mediante ispezioni dirette.

I risultati di questo intervento regolamentare possono essere sintetizzati dal confronto fra l'elenco degli Agenti in attività finanziaria e i mediatori creditizi pre e post applicazione della nuova disciplina. Alla fine del 2010, l'elenco degli agenti in attività finanziaria contava circa 70.000 agenti persone fisiche, mentre all'inizio del 2019 esso consta di 5.361 agenti, di cui 4.507 persone fisiche e 854 società. I mediatori creditizi nello stesso periodo sono passati da 122.102 persone fisiche e 9.207 società a 320 società all'inizio del 2019.

I modelli di business nel credito ai consumatori

L'introduzione di meccanismi di tutela diretta**,** intesi come obblighi e responsabilità in capo al finanziatore, determinano rilevanti e costosi adempimenti nel processo di affidamento e aumentano la responsabilità degli intermediari finanziari. Le responsabilità del finanziatore nei contratti collegati, le responsabilità relative alla correttezza delle informazioni pre-contrattuali "personalizzate e comparabili", le responsabilità relative alla trasparenza e alla corretta assistenza del consumatore associate alla responsabilità solidale del finanziatore e dell'intermediario del credito, modificano la convenienza di modelli distributivi intermediati.

Sul fronte più relazionale, le numerose tutele dirette introdotte sotto forma di diritti e facoltà attribuiti al consumatore (diritto di recesso, estinzione anticipata, tutela in caso di inadempimento del fornitore, ecc.) accrescono la contendibilità della clientela e generano la necessità di un più stretto presidio del rapporto con il consumatore che, spesso, non conosce neppure il nome del finanziatore, identificandolo con i dealer commerciali dove ha richiesto il finanziamento oppure con gli intermediari del credito.

Si assiste a un graduale processo di internalizzazione della gestione del business da parte dei gruppi bancari e a una progressiva disintermediazione dei processi creditizi a favore di canali distributivi propri, più corti e più controllabili. Ciò si riflette nell'aumento del ruolo delle filiali e dei canali propri,

sia degli intermediari specializzati che dei gruppi bancari, e nella crescita della quota di credito personale rispetto al credito finalizzato.

I modelli di business esistenti alla fine del 2010 vedeva un'elevata presenza di società specializzate e un forte ricorso alle reti distributive terze anche da parte dei gruppi bancari (Cosma e Filotto 2011). Numerosi gruppi bancari avevano acquisito o costituito società specializzate all'interno del gruppo bancario per assicurarsi una propria presenza sul mercato del credito ai consumatori[3]. Nel 2009, secondo l'Osservatorio Assofin, circa l'88% del credito ai consumatori era erogato da società specializzate e solo il 12% da banche "generaliste". Il ruolo rilevante delle società specializzate nel credito ai consumatori è una particolarità del sistema creditizio italiano, senza paralleli a livello europeo (Osservatorio ECCRI, anni vari). Le società specializzate sono nella quasi totalità dei casi controllate da gruppi bancari, italiani e esteri, oppure espressione di gruppi industriali e commerciali. Nell'ambito dei gruppi bancari, dette società operano con differenti ruoli in relazione all'offerta complessiva dei gruppi: in alcuni casi possiedono una propria rete distributiva e un proprio marchio e operano in modo completamente autonomo rispetto al gruppo di appartenenza, in alcuni casi operano in maniera sinergica al gruppo, costituendosi una propria presenza sul mercato e, al contempo, operando attraverso le filiali del gruppo, in altri casi ancora, si configurano come società prodotto, specializzate nella produzione di uno specifico servizio di credito che poi viene erogato unicamente attraverso le reti distributive del gruppo (Cosma 2009).

Le modifiche introdotte dal legislatore hanno prodotto un significativo effetto sulla struttura del lato dell'offerta del credito ai consumatori. Esse, come si è visto, modificano, da un lato la numerosità degli attori che popolano i processi produttivi e distributivi, dall'altro la convenienza dei precedenti modelli di business e la distribuzione dei rischi fra i differenti soggetti coinvolti, contribuendo ad accelerare i fenomeni di disintermediazione lentamente già avviatisi.

Tenendo conto anche degli effetti della crisi finanziaria del 2008 e della crisi del debito sovrano sull'equilibrio patrimoniale dei gruppi bancari, si avvia un processo di internalizzazione da parte dei gruppi bancari dell'attività di credito ai consumatori. Esso conduce all'incorporazione delle società specializzate, senza distinzione fra società prodotto, società integrate e società con una propria presenza sul mercato. Alla fine del 2010, 19 gruppi bancari esprimono 25 società specializzate nel credito ai consumatori, quattro anni più tardi solo 11 gruppi bancari possiedono 14 società.

Sul fronte distributivo, l'introduzione del mono mandato e della responsabilità solidale con gli intermediari del credito e con i dealer commerciali determinano una sostanziale riconfigurazione del loro ruolo all'interno della filiera distributiva e una più stretta interazione fra le reti e gli intermediari. La maggiore stabilità dei rapporti di agenzia, la loro esclusività, il più ampio controllo da parte degli intermediari e la generale riqualificazione delle reti in seguito ai più stringenti requisiti di operatività e professionalità introdotti dalla normativa attribuiscono ad esse un ruolo più integrato e sinergico con l'attività e le scelte distributive operate dagli intermediari finanziari. Se da un lato si riducono i

[3] Alla base di queste scelte si possono individuare ragioni legate alle peculiarità del business, alle competenze specialistiche necessarie, alla snellezza e alla rapidità dei processi decisionali imposti dalle dinamiche del mercato e dalla elevata contendibilità della clientela, alle logiche di standardizzazione e industrializzazione richieste dai processi di valutazione ed erogazione dei finanziamenti che risultavano poco conciliabili con la cultura bancaria tradizionale e, non ultimi, alle preferenze e ai comportamenti d'acquisto dei consumatori. A ciò si affiancava la necessità di utilizzare canali distributivi differenti dalle filiali bancarie per sviluppare i volumi di credito e intercettare i clienti nel momento delle decisioni di consumo e, quindi, di indebitamento.

volumi di credito personale intermediati dalle reti terze, rimane sostanzialmente invariato il loro ruolo nel credito finalizzato, soprattutto automotive, e nell'intermediazione di prestiti contro cessione del quinto dello stipendio o della pensione. La quota di credito intermediato dalle reti terze era pari a circa il 15% delle erogazioni alla fine del 2010, mentre risulta pari a circa il 12% alla fine del 2017. Parallelamente, la quota di credito ai consumatori erogata direttamente dagli intermediari finanziari attraverso le proprie filiali passa dal 48% al 62% tenendo conto anche del credito erogato on line (Prometeia – Assofin - Crif 2018).

4. Gli effetti della riforma sul mercato del credito al consumo

Come si è detto in precedenza, l'entrata in vigore delle disposizioni del d.lgs 141/2010 ha comportato la progressiva e sensibile riduzione del numero degli operatori autorizzati a concedere finanziamenti ai consumatori, razionalizzando un mercato molto eterogeno e frammentato. Ciò si è tradotto nella scomparsa degli operatori marginali dal lato dell'offerta di credito, riducendone la frammentazione, ed è stato accompagnato da una riconfigurazione del canale distributivo degli agenti finanziari e dei mediatori creditizi. Sembra perciò interessante cercare di comprendere se questo processo abbia avuto effetti sui prezzi e sui volumi del credito ai consumatori. In particolare, è utile investigare se gli effetti positivi della riforma, in termini di maggior tutela dei consumatori, abbiamo comportato per questi ultimi oneri maggiori sul credito ricevuto o, altresì, un ridimensionamento dei volumi dei finanziamenti ad essi erogati.

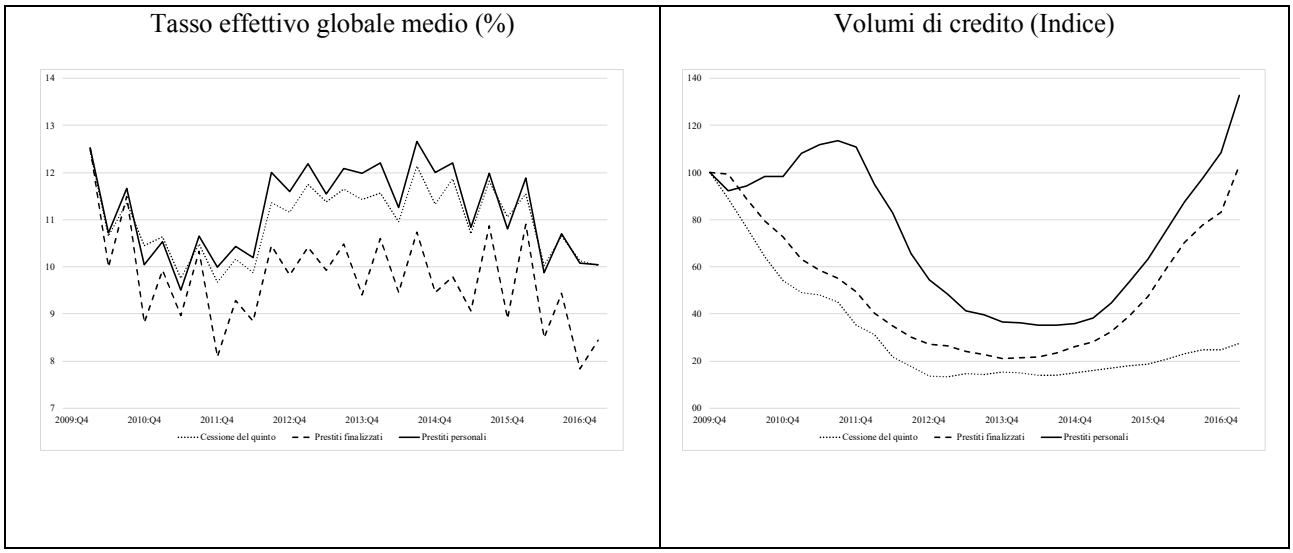
Per valutare questi aspetti, si è deciso di analizzare i dati sui volumi di credito e sui tassi medi delle operazioni di credito prima, durante e dopo l'attuazione delle nuove disposizioni normative. A tal fine, sono stati ottenuti da Assofin – Associazione italiana del credito al consumo e immobiliare – le serie storiche trimestrali dei volumi di credito erogato dagli intermediari associati per tre tipi diversi di operazioni: la cessione del quinto dello stipendio, i prestiti finalizzati e i prestiti personali. Le serie storiche iniziano nel primo trimestre del 2010 e terminano nel medesimo trimestre del 2017, per un totale di 29 osservazioni consecutive. Al fine di misurare i tassi medi di mercato per ciascuno dei tre tipi di credito, si è fatto ricorso alle serie storiche trimestrali dei valori del Tasso effettivo globale medio, calcolato da Banca d'Italia ai fini di vigilanza, nel corso dello stesso periodo, secondo quanto previsto dal d.lgs 70/2011.

L'evoluzione temporale di queste grandezze è illustrata nella Figura 2. Nel grafico a sinistra è mostrato l'andamento dei tassi medi. Per tutti e tre i tipi di operazione, il prezzo del credito tende a ridursi fino alla metà dell'anno 2011 e, successivamente, a crescere tra la fine di quell'anno e l'ultimo trimestre del 2012. Da quel momento in avanti, la dinamica dei tassi è stata più o meno stabile per i successivi tre anni – benché con oscillazioni temporanee talvolta marcate. Tra la fine del 2015 e l'inizio del 2017, il prezzo del credito tende a ridursi, tornado su livelli prossimi, se non inferiori, a quelli precedenti l'entrata in vigore del decreto del 2010. Guardando l'evoluzione dei volumi, nel grafico a destra, essa appare inversa rispetto a quella dei tassi per tutti i tipi di credito. I volumi si contraggono fortemente nel corso del 2012, restano più o meno costanti fino alla fine del 2015 e crescono successivamente.

La semplice osservazione di questi andamenti porterebbe a ritenere che l'introduzione della nuova normativa abbia avuto, nel medio termine, l'effetto di ridurre l'offerta di credito ai consumatori e di

aumentarne il prezzo. Parrebbe infatti che non prima di quattro anni dopo l'attuazione della riforma, le condizioni di mercato siano tornate simili a quelle precedenti. Questa lettura dei dati a disposizione suggerisce che gli effetti della nuova normativa sul mercato, in termini di tassi e di credito erogato, siano stati inizialmente, e per un periodo piuttosto lungo, sfavorevoli per i consumatori. Le maggiori tutele introdotte parrebbero dunque avere avuto un costo, che l'offerta di credito avrebbe trasferito in misura rilevante sulla domanda.

Figura 2: Evoluzione del tasso medio e del volume del credito al consumo per tipo di operazione



Nota: Elaborazioni degli autori su dati Assofin e Banca d'Italia.

Questa interpretazione dà però come scontati significativi margini di approssimazione. Infatti, nel periodo di attuazione della riforma, così come negli anni successivi, il mercato del credito in Italia è stato influenzato da fenomeni macroeconomici di grande rilevanza: in primo luogo, da periodi di rallentamento e di recessione, conseguenti alla crisi finanziaria del 2008; in secondo luogo, dalla contrazione del credito – bancario e in generale – conseguente alla medesima; infine, dal protrarsi di queste condizioni per via della crisi del debito sovrano nazionale tra il 2011 e il 2012, che ha inciso in modo significativo sia sulla politica economica, sia sui bilanci delle banche nazionali. Per cui, nel periodo di attuazione della riforma si sono verificate condizioni che, ugualmente e indipendentemente da essa, potrebbero aver causato una contrazione del credito ai consumatori e ad un aumento del suo prezzo. Inoltre, è verosimile che le medesime condizioni abbiano aumentato l'incertezza dei consumatori, influendo negativamente sulle decisioni di spesa, in particolare riguardo all'acquisto di beni durevoli.

Alla luce di queste considerazioni, è opportuno esaminare la questione degli effetti della riforma sul mercato del credito ai consumatori con maggiore cura, tenendo conto dell'influenza che i fenomeni in parola potrebbero aver avuto su di esso nel contempo della sua attuazione; ossia, cercando di identificare, per quanto possibile, gli effetti della nuova normativa oltre a quanto tali condizioni abbiano potuto determinare. Si è cercato quindi di condurre analisi tali da tener conto dei fattori indipendenti dall'introduzione della nuova regolamentazione che potrebbero aver influenzato la domanda e l'offerta di credito ai consumatori al di là di essa, stimando un sistema di due equazioni che rappresentano, rispettivamente, il lato della domanda e dell'offerta di credito al consumo.

Siccome si ha ragione di ritenere che, nel mercato del credito al consumo, i clienti siano *price-taker* mentre gli intermediari siano *price-setter*, l'equazione di offerta esprime le variazioni trimestrali del tasso medio in funzione di quelle del costo medio della provvista di fondi per questi ultimi. Questa variabile dovrebbe render conto degli effetti che le condizioni generali del mercato del credito hanno avuto sui tassi medi praticati dagli operatori del credito al consumo alla clientela. L'equazione di offerta è quindi, schematicamente:

(1) Tasso medio = $\beta 1$ Costo del funding + $\beta 2$ Indicatori di periodo + ε

in cui gli Indicatori di periodo sono variabili binarie che individuano tre periodi, ovvero: i trimestri prima del 2012, quelli dell'anno 2012 e, infine, quelli successivi alla fine del 2012. I valori delle stime dei coefficienti sugli Indicatori di periodo misurano, pertanto, le variazioni trimestrali medie del Tasso medio oltre a quanto riconducibile alle variazioni nel costo di provvista.

Per quanto riguarda l'equazione di domanda, essa esprime le variazioni trimestrali del volume di credito erogato in funzione di quelle del tasso globale effettivo medio nel trimestre di riferimento e di alcune variabili di controllo, che intendono rappresentare quei fattori macroeconomici esogeni che potrebbero aver influito sulla domanda di credito; schematicamente, l'equazione è:

(2) Volume di credito = β_1 Tasso medio + β_2 Indicatori di periodo + β_2 Fattori macroeconomici + ν

Anche in questo caso, tra le variabili esplicative compaiono i medesimi indicatori di periodo che figurano nell'equazione di offerta, i cui coefficienti stimati misurano le variazioni medie di periodo al di là di quanto attribuibile alle variazioni di prezzo e ai fattori macroeconomici considerati.

Si noti che nel sistema formato dalle equazioni (1) e (2) non vi sono variabili determinate simultaneamente, in quanto il tasso medio compare nell'equazione di domanda ma i volumi non compaiono in quella di offerta. Pertanto, è teoricamente possibile ottenere stime statisticamente corrette di tutti i coefficienti stimando separatamente le due equazioni con il metodo dei minimi quadrati. D'altro canto, è probabile che i fattori non esplicitamente considerati nel modello, rappresentati dai termini di errore ε e ν, siano correlati l'uno con l'altro. Di ciò si è tenuto conto nella specificazione del sistema, che è quindi del tipo *Seemingly unrelated regressions*, e nella stima, che è stata condotta con la procedura *Feasible generalized least squares*[4].

Le variabili del modello sono, ove rilevante, espresse in termini reali, essendo state deflazionate usando gli indici dei prezzi al consumo di Istat. In particolare, i volumi e i tassi medi delle operazioni di cessione del quinto dello stipendio e di prestito personale sono deflazionati con l'indice dei prezzi sulla spesa totale delle famiglie italiane, mentre quelli relativi alle operazioni di prestito finalizzato sono corretti per l'indice dei prezzi dei beni durevoli. Lo stesso criterio è stato seguito per deflazionare le variabili macroeconomiche di controllo ed il costo della provvista di fondi.

[4] Il modello *Seemingly unrelated regressions* è dovuto a Zellner (1962). Sulla procedura *Feasible generalized least squares* si veda, tra gli altri, Greene (2002). L'ipotesi di esogeneità delle variabili esplicative è stata sottoposta a verifica usando il test originariamente proposto da Hausman (1978); in tutti i casi l'ipotesi di esogeneità non è rifiutata ai livelli di significatività convenzionali. I risultati sono a disposizione su richiesta agli autori. Tutte le elaborazioni statistiche sono state condotte in ambiente R (R Core Team 2013), usando le librerie "systemfit" (Henningsen e Hamann 2007) e "sandwich" (Zeileis 2004; 2006).

Le Tabelle da 1 a 3 mostrano i risultati delle stime del sistema di domanda e offerta per ciascuno dei tre tipi di operazione. A lato delle colonne in cui sono riportati i valori stimati dei coefficienti ed i relativi errori standard, compaiono i P-value dei test di significatività statistica e gli estremi inferiore e superiore degli intervalli di confidenza al 95% degli stimatori[5]. Per ciascuna delle due equazioni sono inoltre riportati il coefficiente di determinazione, l'errore standard dei residui, il numero di osservazioni utilizzate per la stima, i gradi di libertà dell'equazione e il P-value del test di significatività statistica complessiva dell'equazione stimata.

Tabella 1 Cessione del quinto dello stipendio

Variabile	Stima	Errore standard	P-value	2.5%	97.5%
		Equazione di domanda			
Tasso effettivo globale	-1.577	1.584	0.325	-5.686	2.532
Compensi ai dipendenti	-0.135	0.087	0.125	-0.329	0.059
Prima del 2012	-12.314	2.214	< 0.000	-17.215	-7.412
Nel 2012	-20.113	3.073	< 0.000	-26.59	-13.657
Dopo il 2012	4.260	1.432	0.005	1.213	7.305
	R^2 = 0.730	Errore = 6.059	N = 28	GdL = 23	P-value < 0.000
		Equazione di offerta			
Costo del funding	0.893	0.098	< 0.000	0.676	1.111
Prima del 2012	-0.342	0.140	0.018	-0.674	-0.011
Nel 2012	-0.088	0.342	0.800	-0.540	0.365
Dopo il 2012	0.017	0.067	0.806	-0.197	0.230
Statistiche equazione	R^2 = 0.770	Errore = 0.424	N = 28	GdL = 24	P-value < 0.000

Nota: Nell'equazione di domanda le variabile di risposta è la variazione percentuale trimestale del volume di credito erogato. Nell'equazione di offerta, la variabile di risposta è la variazione del tasso effettivo globale medio. I dati sono trimestrali e in valori reali. Il modello stimato è del tipo Seemigly unrelated regressions, per cui i termini di errore delle equazioni di domanda e offerta possono essere correlati contemporaneamente. Di questo si tiene conto nel calcolo degli errori standard dei cefficienti, così si considera come la presenza di componenti stagionali nei termini di errore. 'Prima...', 'Nel...' e 'Dopo...' sono indicatori di periodo. I compensi ai dipendenti sono espressi come variazioni percentuali in termini reali. Il costo del funding è la variazione assoluta in termini reali.

[5] Gli errori standard dei coefficienti sono stati calcolati con lo stimatore robusto alla varianza non costante e alla correlazione seriale degli errori proposto da Lumley e Heagerty (1999). Questa scelta è motivata dalla possibile stagionalità nelle variazioni dei tassi medi e dei volumi di credito. Si vedano anche la Figura 2 e la nota 3 al riguardo.

La Tabella 1 mostra le stime condotte sulle operazioni di cessione del quinto dello stipendio. Le variazioni positive del Tasso effettivo globale riducono la domanda di credito di circa 1,6% per ogni punto percentuale di aumento del tasso, ma il coefficiente ha un grado di significatività statistica molto basso, tale da far presumere che la domanda di credito sia rigida alle variazioni di prezzo. La stima del coefficiente sull'indicatore di periodo relativo all'anno 2012 è fortemente significativa e suggerisce un impatto negativo di circa il 20% trimestrale sull'erogazione del credito nella fase di entrata a regime della riforma. Questo impatto si esaurisce però rapidamente, tanto che l'effetto medio trimestrale sui volumi dopo il 2012 è positivo e fortemente significativo, pari al 4,3% circa. Dal lato dell'offerta, il tasso medio praticato dagli operatori varia in modo quasi direttamente proporzionale con il Costo del funding. Le stime dei coefficienti sugli indicatori di periodo suggeriscono che non vi siano stati impatti significativi della riforma sul prezzo medio delle operazioni di cessione del quinto dello stipendio, nell'immediato come dopo il 2012.

Tabella 2 Prestiti finalizzati

Variabile	Stima	Errore standard	P-value	2.5%	97.5%
		Equazione di domanda			
Lag di Prestiti finalizzati	0.770	0.103	< 0.000	0.514	1.026
Tasso effettivo globale	1.662	0.758	0.033	-0.130	3.455
Spesa in beni durevoli	0.269	0.151	0.082	-0.065	0.603
Clima di fiducia	-0.156	0.218	0.476	-0.749	0.436
Prima del 2012	-1.713	2.231	0.447	-7.123	3.697
Nel 2012	-3.675	2.957	0.220	-10.621	3.271
Dopo il 2012	3.541	1.719	0.045	0.028	7.054
	R^2 = 0.866	Errore = 5.446	N = 28	GdL = 21	P-value < 0.000
		Equazione di offerta			
Costo del funding	1.559	0.170	< 0.000	1.141	1.977
Prima del 2012	-0.535	0.214	0.016	-1.171	0.101
Nel 2012	-0.365	0.496	0.465	-1.234	0.503
Dopo il 2012	0.063	0.157	0.690	-0.347	0.473
Statistiche equazione	R^2 = 0.727	Errore = 0.815	N = 28	GdL = 24	P-value < 0.000

Nota: Nell'equazione di domanda le variabile di risposta è la variazione percentuale trimestale del volume di credito erogato. Nell'equazione di offerta, la variabile di risposta è la variazione del tasso effettivo globale medio. I dati sono trimestrali e in valori reali. Il modello stimato è del tipo Seemigly unrelated regressions, per cui i termini di errore delle equazioni di domanda e offerta possono essere correlati contemporaneamente. Di questo si tiene conto nel calcolo degli errori standard dei cefficienti, così si considera come la presenza di componenti stagionali nei termini di errore. 'Prima...', 'Nel...' e 'Dopo...' sono indicatori di periodo. Il costo del funding è espresso come variazione assoluta in termini reali. La spesa in beni durevoli è la variazione percentuale in termini reali. Il clima di fiducia è espresso come variazione percentuale del relativo indice.

Il sistema stimato sui prestiti finalizzati, illustrato nella Tabella 2, rivela, dal lato della domanda, un certo effetto di trascinamento nelle variazioni dei volumi; infatti, il coefficiente sulla variazione del credito nel trimestre precedente (Lag di finalizzati) è positivo e fortemente significativo. Il coefficiente sulle variazioni del Tasso effettivo globale è positivo; ciò indica che al crescere del prezzo del credito anche i volumi erogati crescono. Questa evidenza è difficile da spiegare, ma è comunque opportuno osservare che l'intervallo di confidenza dello stimatore comprende lo zero, ed è quindi compatibile con un effetto nullo del prezzo sulla domanda – anche in questo caso interpretabile come rigidità della domanda. Gli effetti dell'attuazione della riforma sui volumi di credito non sono significativi nell'immediato, mentre dal 2013 in avanti le variazioni medie trimestrali sono positive, significative e pari al 3,5% in media. Dal lato dell'offerta, il tasso medio dipende positivamente e in modo più che proporzionale dal costo della provvista: una variazione dell'1% del Costo del funding produce mediamente un aumento dell'1,6% circa del Tasso globale effettivo. Come per le operazioni di cessione del quinto, non risulta alcun effetto significativo della riforma sul prezzo del credito, nel breve come nel lungo periodo.

Infine, le stime condotte per il mercato dei prestiti personali, riportate nella Tabella 3, evidenziano, dal lato della domanda, una certa inerzia delle variazioni nel volume di credito, analogamente a quanto accade per i prestiti finalizzati, benché in misura inferiore. Le variazioni nei volumi trimestrali non dipendono in modo significativo da quelle dei tassi medi, per cui, come nel caso degli altri tipi di operazioni, la domanda di credito finalizzato pare rigida al prezzo. L'impatto immediato della riforma è stimato in una riduzione del credito pari al 3,7% per trimestre, ma il coefficiente non è statisticamente significativo e il relativo intervallo di confidenza è piuttosto ampio – da un minimo di –10 ad un massimo di +3% circa. Viceversa, dal 2013 in poi si stima che i volumi siano cresciuti in media del 4,4% per trimestre, valore che è statisticamente significativo. Nel complesso, l'evoluzione dei volumi dei prestiti personali dal 2012 in avanti è simile a quello dei prestiti finalizzati. Dal lato dell'offerta, il Tasso effettivo globale risponde proporzionalmente alle variazioni del Costo del funding. L'effetto immediato dell'attuazione della riforma sul prezzo del credito non è significativo, così come non lo è quello di lungo termine.

ACCEPTED MANUSCRIPT

Tabella 3 Prestiti personali

Variabile	Stima	Errore standard	P-value	2.5%	97.5%
		Equazione di domanda			
Lag di Prestiti personali	0.622	0.111	< 0.000	0.398	0.845
Tasso effettivo globale	-1.564	1.207	0.202	-4.323	1.195
Disoccupazione	-9.082	3.207	0.007	-16.736	-1.428
Compensi dipendenti	-0.147	0.077	0.072	-0.308	0.014
Clima di fiducia	-0.402	0.317	0.212	-0.993	0.190
Prima del 2012	1.822	1.451	0.216	-2.323	5.967
Nel 2012	-3.671	3.300	0.272	-10.180	2.838
Dopo il 2012	4.392	1.319	0.002	1.463	7.322
	R^2 = 0.874	Errore = 5.006	N = 28	GdL = 20	P-value < 0.000
		Equazione di offerta			
Costo del funding	1.156	0.109	< 0.000	0.910	1.401
Prima del 2012	-0.289	0.174	0.104	-0.664	0.087
Nel 2012	-0.195	0.428	0.651	-0.707	0.317
Dopo il 2012	0.016	0.083	0.848	-0.226	0.258
Statistiche equazione	R^2 = 0.806	Errore = 0.481	N = 28	GdL = 24	P-value < 0.000

Nota: Nell'equazione di domanda le variabile di risposta è la variazione percentuale trimestale del volume di credito erogato. Nell'equazione di offerta, la variabile di risposta è la variazione del tasso effettivo globale medio. I dati sono trimestrali e in valori reali. Il modello stimato è del tipo Seemigly unrelated regressions, per cui i termini di errore delle equazioni di domanda e offerta possono essere correlati contemporaneamente. Di questo si tiene conto nel calcolo degli errori standard dei cefficienti, così si considera come la presenza di componenti stagionali nei termini di errore. 'Prima...', 'Nel...' e 'Dopo...' sono indicatori di periodo. Il costo del funding è espresso come variazione assoluta in termini reali. La disoccupazioe è la variazione assoluta del tasso di disoccupazione. I compensi ai dipendenti sono variazioni percentuale in termini reali. Il clima di fiducia è espresso come variazione percentuale del relativo indice.

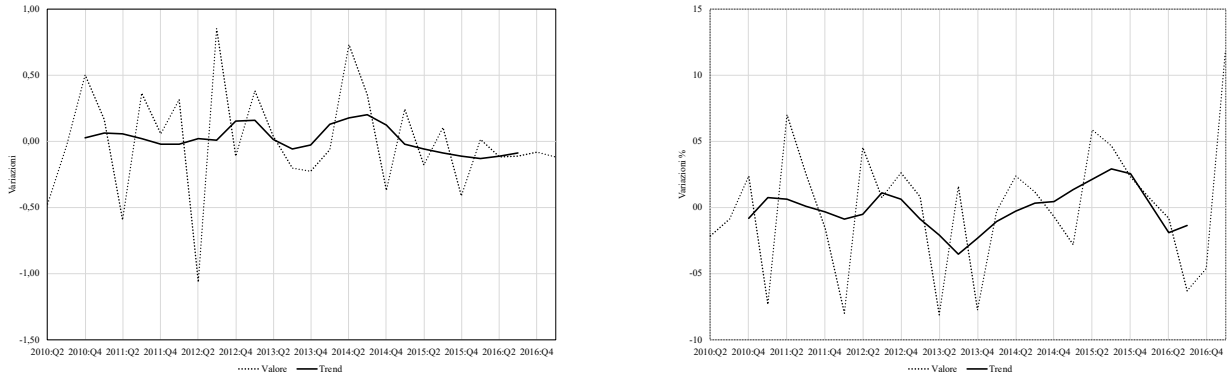
In conclusione, le analisi econometriche sul mercato del credito ai consumatori forniscono evidenza che, nel complesso, non vi siano stati effetti rilevanti di aumento dei prezzi o di contrazione dei volumi di credito concesso a seguito dell'attuazione della nuova normativa introdotta dal d.lgs 141/2010. Nel solo caso delle operazioni di cessione del quinto, le stime rivelano un impatto negativo immediato sui volumi di credito, probabilmente riconducibile alla razionalizzazione delle reti di distribuzione che, in questo segmento di mercato, hanno un'importanza molto maggiore che in quelli dei prestiti. Tale impatto è stato comunque di natura temporanea e pare sia stato riassorbito dal 2013 in poi. Controllando per i fattori che potrebbero aver influito sulla domanda e sull'offerta, le stime indicano che i volumi di credito per tutti i tipi di operazione sono aumentati tra il 2013 e l'inizio del 2017 a tassi medi prossimi o superiori al 4%.

La portata di questi risultati è in qualche misura contenuta dal fatto che le osservazioni disponibili per la stima non sono molto numerose, trattandosi di 28 trimestri effettivi, indipendentemente dal tipo di operazione. Questo fatto potrebbe limitare l'accuratezza e la precisione degli stimatori utilizzati e, di conseguenza, l'affidabilità dei risultati ottenuti e delle conclusioni che ne conseguono. Nondimeno, l'entità della crescita dei volumi dopo il 2013 è tale da far ritenere che difficilmente l'attuazione della riforma possa aver avuto effetti restrittivi sul credito erogato ai consumatori; così come, nello stesso periodo, le variazioni medie stimate dei tassi di mercato sono sufficientemente piccole da suggerire che nemmeno un effetto significativo sui prezzi vi sia stato; ciò anche prescindendo dagli esiti dei test statistici, qualora non li si ritenesse affidabili per via del modesto numero di osservazioni disponibili. Volendo tener conto di questa eventualità, rimane comunque possibile interpretare le equazioni di domanda e di offerta come semplici filtri che depurano le variazioni dei tassi e dei volumi da quelle delle variabili esplicative. In questo senso, la Figura 3 mostra l'andamento dei residui delle sei regressioni discusse sopra, a cui sono stati aggiunti i valori dei coefficienti stimati sugli indicatori di periodo, assieme ad una stima dei trend temporali di evoluzione degli stessi[6].

Per ogni tipo di operazione, le variazioni medie tendenziali dei residui relativi ai tassi medi non appaiono sistematicamente positive, né crescenti dal 2012 in avanti; quelle dei volumi di credito sono negative nei periodi successivi e vicini all'attuazione della riforma, ma diventano positive e sostenute dalla metà del 2014 in poi per tutti i tipi di operazione. Anche limitandosi a questo tipo di evidenza, non pare vi siano elementi per ritenere che l'attuazione della riforma abbia avuto effetti negativi persistenti sulla clientela, né in termini di maggior costo, né di minori volumi del credito.

Figura 3 Variazioni del tasso medio e del volume del credito al consumo per tipo di operazione

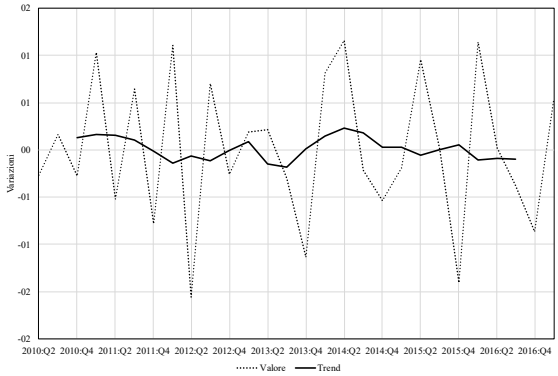
Valori depurati degli effetti di domanda e offerta e relativi trend



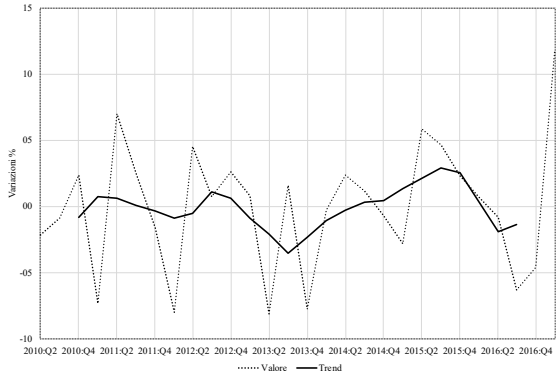
[6] Si assume che la componente di trend sia additiva alle componenti stagionale e casuale. Si noti come le variazioni periodiche nei valori dei residui suggeriscano la presenza di stagionalità nelle serie storiche dei volumi e dei tassi medi.

Prestiti finalizzati

Tasso effettivo globale (%)

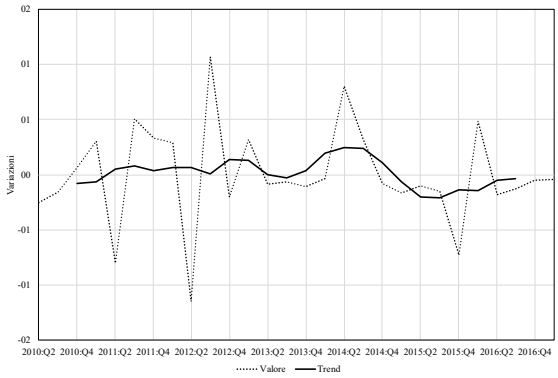


Volume di credito (Variazioni %)

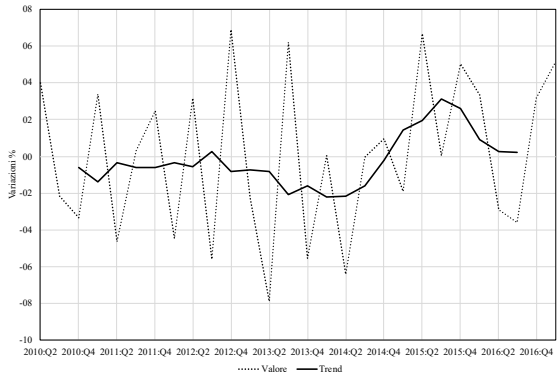


Prestiti personali

Tasso effettivo globale (%)



Volume di credito (Variazioni %)



5. Il sistema di risoluzione alternativa delle controversie bancarie: quali effetti nella relazione con i consumatori

Con l'introduzione dell'art. 128 bis del T.U.B. si stabilisce che le banche e gli intermediari finanziari aderiscano a sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela e dal 2009 è stato istituito l'Arbitro Bancario e Finanziario, organo deputato a decidere in merito a dette controversie. La sua istituzione rafforza il sistema dei controlli già esistente sul comportamento degli intermediari finanziari e le tutele a favore dei consumatori. Infatti, i livelli medi non soddisfacenti di educazione finanziaria, sotto molti profili, possono vanificare le tutele istituite a favore dei consumatori per la loro scarsa conoscenza delle stesse. L'esistenza di un sistema di ADR non è risolutiva di ciò. Infatti, il livello di competenza finanziaria di coloro che hanno presentato un ricorso all'ABF risultano lievemente superiori alla media dei consumatori (Banca d'Italia 2019). In ogni caso, l'esistenza di un sistema, almeno negli obiettivi, "*facile, efficace, rapido e a basso costo*" di risoluzione delle controversie fra clienti e intermediari, aumenta le possibilità di correggere eventuali inadempimenti normativi o situazioni che generano criticità e danni per i consumatori.

L'istituzione dell'ABF e di un sistema di gestione dei reclami, incentiva l'avvio di un processo, non solo normativo, di rivisitazione della relazione con i consumatori, da un lato aumentando le

probabilità di soddisfazione delle ragioni dei consumatori, dall'altro incentivando un migliore e più corretto comportamento degli intermediari finanziari e delle filiere distributive. Dal punto di vista degli intermediari, la gestione dei reclami e delle lamentele dei clienti non dovrebbe essere interpretata unicamente come il portato regolamentare, da gestire, quindi, come un adempimento normativo e di Compliance e dovrebbe generare una crescente sensibilità gestionale delle relazioni di clientela (*Customer Complaining Management*), anticipando il sorgere di situazioni di conflittualità e, laddove esistenti, generando valore proprio dalla gestione di tali fasi critiche.

I reclami della clientela sono oggetto di analisi nella letteratura manageriale e di marketing sin dagli anni '60-'70. Il quadro analitico classico inquadra le contestazioni della clientela nel tema del *Consumer Complaining Behaviour (CCB)*, cioè in quell'area di ricerca relativa all'identificazione e all'analisi di tutti gli aspetti coinvolti nella reazione del consumatore all'utilizzo di un prodotto o alla fruizione di un servizio che si siano tradotti in un'esperienza negativa con conseguente insoddisfazione. È proprio da questo filone teorico di ricerca che occorre partire per estrapolare e comprendere quanto rilevante e più specifico per l'industria dei servizi finanziari.

Il primo modello teorico descrittivo delle reazioni dei clienti insoddisfatti venne proposto da Hirschman nel 1970 con l'individuazione di tre possibili reazioni del cliente: abbandono (*Exit*), protesta (*Voice*) o fedeltà (*Loyalty*). Tale modello fu successivamente sviluppato da altri studiosi che suggerirono modifiche alla tassonomia di base per profilare ancor più le reazioni dei consumatori insoddisfatti (Day e Landon 1976; Singh 1988; Maute e Forrester 1993; Broadbridge e Marshall 1995; Blodgett *et al.* 1995).

Prescindendo dal fatto che ogni cliente insoddisfatto dovrebbe essere oggetto di attenzione da parte dell'impresa, nell'ambito del presente contributo rileva in misura maggiore la reazione '*Voice',* cioè quella del cliente che decide di esprimere la sua insoddisfazione, nei confronti della controparte responsabile, attraverso l'azione del reclamo[7]. La letteratura sulla reazione '*Voice'*, decisamente ampia al riguardo, può essere classificata secondo differenti gruppi di 'variabili determinanti' della decisione del consumatore di reclamare:

I. Variabili relative alle peculiarità dell'oggetto del contendere o al contesto di mercato (*Product/Service/Market related variables*) – I consumatori sembrano sperimentare una maggiore insoddisfazione per i servizi rispetto ai prodotti e, laddove si riferiscano ai prodotti, a quelli acquistati con minore frequenza (Best e Andreasen 1977). La percentuale di reazioni negative è maggiore per i beni durevoli rispetto a quelli non durevoli (Day e Ash 1979). Più alto è il prezzo del prodotto/servizio, maggiori sono le attese e il cliente diventa più incline al reclamo (Day 1977). Inoltre la propensione al reclamo risulta positivamente correlata con un elevato sviluppo economico, una rigorosa regolamentazione del mercato e un ruolo attivo delle associazioni di consumatori (Day *et al.* 1981).
II. Variabili relative ad aspetti comportamentali del consumatore che reclama (*Consumer behavioural related variables*) – Le esperienze passate contano nello spiegare l'attitudine al reclamo (Crie 2003) e i clienti sono più inclini a lamentarsi se le precedenti esperienze di reclamo sono state positive (Day e Landon 1976). La gestione dei reclami è importante poiché estende

[7] Occorre peraltro tenere distinto il reclamo diretto dal reclamo indiretto. Il primo ha luogo al momento del fallimento-disservizio del prodotto o del servizio, mentre il secondo si verifica successivamente. I reclami relativi a prodotti e servizi bancari-finanziari presentati agli intermediari finanziari dai clienti rientrano in questa seconda fattispecie.

anche a coloro che non hanno reclamato i miglioramenti appresi nei reclami passati (Davidow e Dacin 1997). Determinati aspetti della personalità (es. fiducia in sé stessi, desiderio di equità, rivalsa dei propri diritti) influenzano l'azione del reclamo (Davidow e Dacin 1997) e se, in alcuni studi, il reclamo non viene considerato un comportamento appropriato (Richins 1982), lo stesso autore rileva per altri consumatori l'espressione del malcontento come un importante obbligo morale. Ulteriori interessanti analisi sono quelle che correlano il valore percepito dell'esito e la probabilità di successo del reclamo (Grønhaug e Gilly 1991; Kim *et al.* 2003).

III. Variabili relative alle caratteristiche socio-demografiche del consumatore che reclama (*Consumer socio-demograpichs related variables*) – Vasta è la letteratura che ha cercato di profilare i clienti che reclamano in base a diverse caratteristiche socio-demografiche: età, etnia, genere, istruzione, reddito, ecc. Gli esiti di tali studi tuttavia non appaiono quasi mai univoci anche se tra i risultati più frequenti emerge una correlazione positiva tra il livello di istruzione (Lau e Ng 2001; Reiboldt 2003) o il reddito più elevato (Warland *et al.* 1975) e la propensione a reclamare.

Se si passa dalle 'variabili determinanti' dei reclami agli effetti più propriamente gestionali, emerge come l'attività di *Customer Compaining Management (CCM)* consenta di scoprire criticità e problematiche non altrimenti individuabili e di migliorare la capacità di *value creation* per la clientela. All'opposto, l'assenza o l'inadeguatezza di un'attività di CCM espone anche a ulteriori potenziali criticità. Ciò è ancor più vero nell'ambito del settore bancario-finanziario. Numerosi sono gli studi teorici ed empirici su questi due contrapposti esiti che per semplicità definiremo 'aspetti positivi o negativi della gestione dei reclami', soprattutto nella letteratura manageriale e di marketing.

Aspetti positivi – La gestione dei reclami permette di generare maggiore soddisfazione e fidelizzazione della clientela rispetto alla gestione ordinaria della relazione poiché, in diversi casi, di dimostra il cd 'paradosso del recupero'[8]; tuttavia è stato anche provato come ciò risulti vero solo se il reclamo è gestito bene al primo tentativo (Kau e Loh 2006). I reclami forniscono numerosi e utili dati sulle esigenze dei consumatori, oltre a preziose informazioni su quelle future: "*La comprensione dei reclami è equivalente a scoprire una miniera d'oro*" (Sanes 1993) o "*A complaint is a gift*" (Barlow e Møller 2008) o ancora "*The day we stop receiving customer complaints is the day I will start to worry about the future of British Petroleum*" (*Chairman of British Petroleum* citato in Zairi 2000). Diverse le analisi relative alle migliori pratiche di gestione dei reclami (Zairi 2000; Johnston e Mehra 2002) e quelle indaganti la correlazione esistente tra gestione dei reclami e profittabilità aziendale (Johnston 2001; Stauss e Schoeler 2004), nonostante la maggior parte delle aziende presenti difficoltà nel calcolo della redditività della gestione dei reclami e non conosca il proprio *Return on Complaint Management* (Johnston 2001; Stauss e Schoeler 2004).

Aspetti negativi – Nonostante i potenziali benefici di un'efficace gestione dei reclami, alcuni studi affrontano l'aspetto opposto ed evidenziano come molte aziende non gestiscono i reclami dei clienti adeguatamente (Voorhees *et al.* 2006; Homburg e Fürst 2007). Esistono, inoltre, consumatori che esprimono consapevolmente 'falsi reclami', che rappresentano il lato disonesto e opportunistico del CCB (Jacoby e Jaccard 1981; Reynolds e Harris 2005; Berry e Seiders 2008; Huang e Miao 2016). L'esistenza di un sistema di gestione dei reclami incentiva comportamenti opportunistici; ciò è più

[8] Il paradosso del recupero raffigura una situazione in cui la soddisfazione post-fallimento dei clienti supera la soddisfazione pre-fallimento, quindi un efficace servizio di recupero può andare oltre il semplice mantenimento della soddisfazione del cliente, ma può anche condurlo a un livello superiore, conquistare i clienti e generare fidelizzazione a lungo termine.

frequente verso imprese di grande dimensione, con clienti occasionali e contendibili e maggiore concorrenzialità nel settore (Baker *et al.* 2012).

Nel settore bancario-finanziario la soddisfazione del cliente è una variabile chiave che consente la differenziazione dai concorrenti. L'attività di gestione dei reclami rappresenta un campo di ricerca integrato nel più ampio processo di gestione della relazione (*Customer Relationship Management, CRM*). La natura dei servizi bancari/finanziari rende infatti difficoltosa la valutazione dei servizi ricevuti e amplifica il rischio di reclami. La letteratura in materia, più contenuta rispetto a quella presente per altri settori industriali, conferma numerose evidenze empiriche rilevate anche per altri prodotti/servizi.

In particolare, nell'ambito dei reclami relativi a servizi finanziari risultano frequentemente determinanti: il momento del contatto (Bloemer *et al.* 1998), i tempi di attesa (Srijumpa *et al.* 2007), le risposte sbagliate (Jugenissova *et al.* 2014) e i comportamenti del personale legati, anche, alla soddisfazione dei dipendenti (Devlin e Gerrad 2004; Barboza e Roth 2009; Khartabiel e Saydam 2014)

La propensione a reclamare per servizi bancari e finanziari deriva, in generale, dalla percezione della qualità del servizio (Hart *et al.* 1990; Van der Wiele *et al.* 2002) e dalle maggiori difficoltà di valutazione del servizio a causa della sua natura intangibile (Marinkovic e Obradovic 2015). Emerge una maggiore inclinazione al reclamo dei clienti nuovi rispetto a quelli storici (Taghizadeh e Panahi 2013) e diversi comportamenti, a livello internazionale, del cliente che reclama in termini di l'attitudine allo *switch* e tipologia di servizio finanziario (Suomi e Järvinen 2018).

I consumatori attribuiscono importanza alla specifica modalità di gestione del reclamo che deve "stupire" positivamente il cliente (Wang *et al.* 2003; Bougie *et al.* 2003) e, infatti, si conferma, anche nel settore finanziario, l'esistenza del paradosso del recupero (Lok e Matthews 2007; Garg 2013).

Con riferimento agli intermediari finanziari, la capacità dell'attività di CCM di generare valore relazionale è stata indagata sotto il profilo dell'efficacia dei processi con cui vengono forniti i servizi, considerando anche il trattamento della clientela nelle diverse fasi di gestione del processo del reclamo (Uppal 2010; Hakiri 2012) e approfondita, sotto il profilo del *risk-profile* dell'intermediario, verificando la propensione a intervenire volontariamente per l'accoglimento delle richieste del cliente prima della decisione dell'ABF (Gambetta *et al.* 2015).

I contributi sul tema applicati al sistema bancario nazionale mostrano anche in questo caso evidenze empiriche riscontrate in altri paesi e/o settori industriali. In dettaglio emergono alcuni risultati: l'uso dei reclami come *proxy* dell'insoddisfazione della clientela (Malinconico *et al.* 2013), l'individuazione del momento più rilevante – la raccolta delle informazioni - del processo di gestione del reclamo (Guido *et al.* 2015), la relazione esistente tra *disclosure* dei reclami e variabili finanziarie e organizzative (D'Apolito e Sylos Labini 2014), una maggior propensione al reclamo da parte dei clienti più rischiosi e in difficoltà nella restituzione del prestito (Cosma *et al.* 2017).

Interessanti, sempre con riferimento al sistema bancario nazionale, sono gli studi compiuti utilizzando i dati pubblicamente disponibili dei ricorsi all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF). Da tali contributi si evincono alcuni esiti: in che misura tale ADR sia stato utilizzato dai consumatori italiani e quali effetti ne derivino in termini di comportamento delle banche con la clientela (Malinconico *et al.* 2011), l'uso dei ricorsi all'ABF come proxy dell'insoddisfazione del cliente derivante non solo dalla

scarsa qualità dei servizi forniti, ma anche dalla velocità con cui la banca è in grado di gestire i reclami (Malinconico e Fuccio 2016), il comportamento dei consumatori che ricorrono all'ABF e l'eventuale effetto di attrazione ex-post di altri reclami simili (Filotto *et al.* 2016), l'esistenza di un legame tra performance e cattiva gestione bancaria attraverso l'analisi dei reclami bancari e dei ricorsi all'ABF (Sampagnaro 2018).

La disamina della letteratura e le evidenze emerse consentono di svolgere alcune riflessioni in termini di opportunità e criticità collegate al CCM nel settore bancario-finanziario. Fra le opportunità rilevano:

1. *Miglioramento della relazione con il cliente* - La corretta gestione del reclamo, con particolare riferimento ai tempi di risposta e alla qualità delle informazioni fornite, rappresenta un aspetto del comportamento della banca indispensabile per la soddisfazione del cliente e per stabilire un rapporto duraturo con lo stesso mantenendo o addirittura migliorando la relazione.
2. *Miglioramento della qualità dei prodotti/servizi* – Lo sviluppo di una base-dati sui reclami per tipologia di prodotti-servizi offerti e di altri utili profili di classificazione, produce preziose informative necessarie per migliorare la qualità dei prodotti/servizi e generare ulteriori opportunità: aumento delle informazioni lato cliente, miglioramento del processo di front-office, incremento della qualità percepita del servizio con approccio sempre più olistico alla gestione delle esigenze del cliente, ecc.
3. *Incremento, in modo spesso automatico e inerziale, di una cultura della qualità* – Un sistema di gestione dei reclami efficace e professionale permette di sensibilizzare i dipendenti a tutti i livelli, grazie anche all'implementazione di misure di miglioramento trasversali all'organizzazione generando un aumento della soddisfazione interna per la minore frustrazione derivante dalle lamentele della clientela, contribuendo alla nascita (o rinascita) di un atteggiamento mentale positivo nei confronti della qualità in generale.
4. *Miglioramento della consapevolezza organizzativa dei processi* – Le informazioni prodotte dai reclami costituiscono, se opportunamente valorizzate, un utile strumento per agire sulle inadeguatezze dei processi che determinano la qualità dei servizi. Sotto questo profilo, si genera anche un canale privilegiato di informazione interna che migliora la consapevolezza organizzativa del management della capacità di *execution* e del funzionamento e dei comportamenti della struttura operativa e distributiva. Un processo strutturato di gestione dei reclami costituisce un valido presidio organizzativo in grado di individuare le disfunzioni interne e assicurare un crescente livello di efficacia dei processi meno performanti.
5. *Controllo e mitigazione del rischio reputazionale* – La gestione dei reclami consente, a livello micro, di mitigare gli effetti negativi sulle relazioni con i clienti e, a livello di intermediario, contribuisce a mitigare i rischi legali e reputazionali. Un cliente che reclama, se ascoltato e a seguire soddisfatto, può divenire il miglior testimonial della banca.

Parallelamente la complessa (e obbligatoria nella maggior parte dei sistemi finanziari) gestione dei reclami presenta anche delle criticità. In particolare:

1. *Aumento degli oneri (operativi e di compliance)* – La predisposizione, e soprattutto il mantenimento, di un efficiente sistema di gestione dei reclami comporti costi organizzativi, amministrativi, di trasparenza, di reporting e di risposte alla clientela, nonché oneri legati alla formazione e all'aggiornamento dei dipendenti, che non possono essere sottovalutati nella pianificazione a medio-lungo termine.
2. *Incremento di comportamenti opportunistici della clientela* – Altrettanto importanti risultano i

costi determinati dal rischio di comportamenti opportunistici di quei clienti che approfittando dell'assenza di costi e disincentivi propongono reclami infondati volti unicamente a qualche forma di vantaggio economico. In quest'ultimo caso, la qualità di risposta del sistema di gestione dei reclami, la capacità di coinvolgere tempestivamente le funzioni e gli uffici interessati dal reclamo e la puntualità nel circostanziare i fatti e l'infondatezza del reclamo costituiscono un presidio organizzativo imprescindibile per evitare sul nascere possibili comportamenti imitativi.

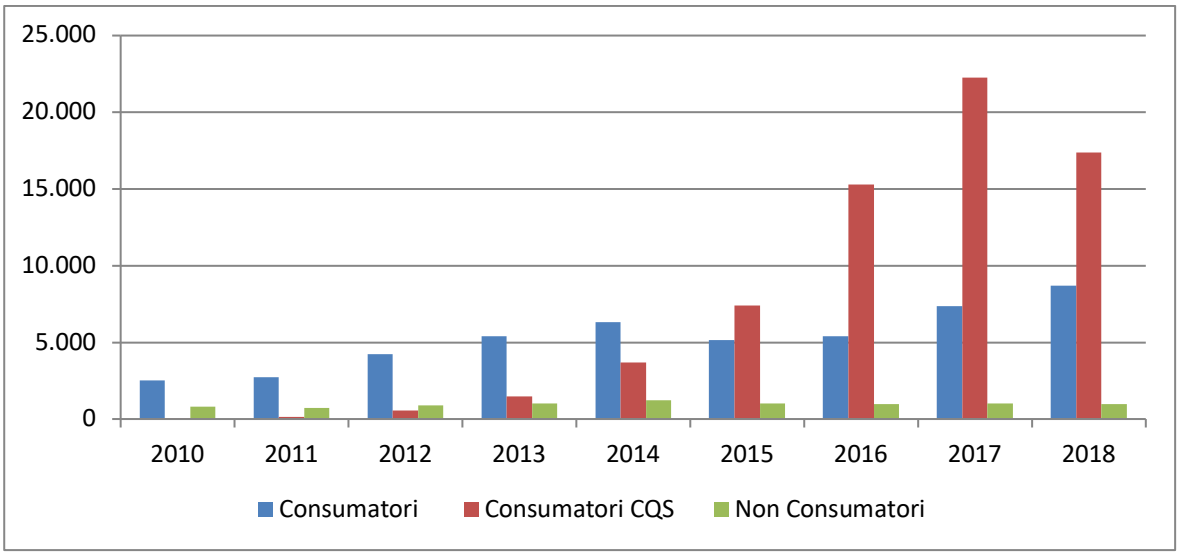
3. *Aumento di spese di refusione della clientela per ragioni diverse da quelle legalmente dovute* – Il processo di gestione dei reclami può generare uscite monetarie aggiuntive rispetto a quelle legalmente dovute alla clientela in conseguenza dell'esito finale del reclamo (es. accordi di transazione). Tale aspetto può leggersi anche come modalità – almeno parziale – di recupero della relazione con il cliente che non abbandona la banca, nonché di tutela e controllo del rischio reputazionale.

Il bilancio definitivo sui costi-benefici di un sistema di gestione dei reclami dipende, per ciascun intermediario, dal confronto fra i costi sostenuti per la gestione dell'insoddisfazione della clientela e i ricavi generati dalla risoluzione delle problematiche e dal miglioramento della gestione del CCM. L'interazione delle opportunità dovrebbe permettere, soprattutto nel medio termine, la generazione di valore e una maggiore attrattività di clientela insoddisfatta da altri intermediari. Il CCM può quindi leggersi anche come una potenziale fonte di utili.

6. Sistemi di risoluzione alternativa delle controversie e relazione consumatori-intermediari finanziari

Al fine di valutare gli effetti derivanti dall'introduzione di un sistema di ADR e dall'istituzione dell'ABF quale organo decidente sui processi di credito ai consumatori e sulle relazioni di clientela, è interessante analizzare le dinamiche registrate negli ultimi anni. Questa verifica è effettuata attraverso l'analisi delle evidenze provenienti dalla gestione dei reclami presentati direttamente agli intermediari finanziari e dalle decisioni dell'ABF relative ai ricorsi bancari.

Figura 4 Evoluzione dei ricorsi presentati all'ABF



Fonte: Relazione annuale dell'ABF (Anni vari)

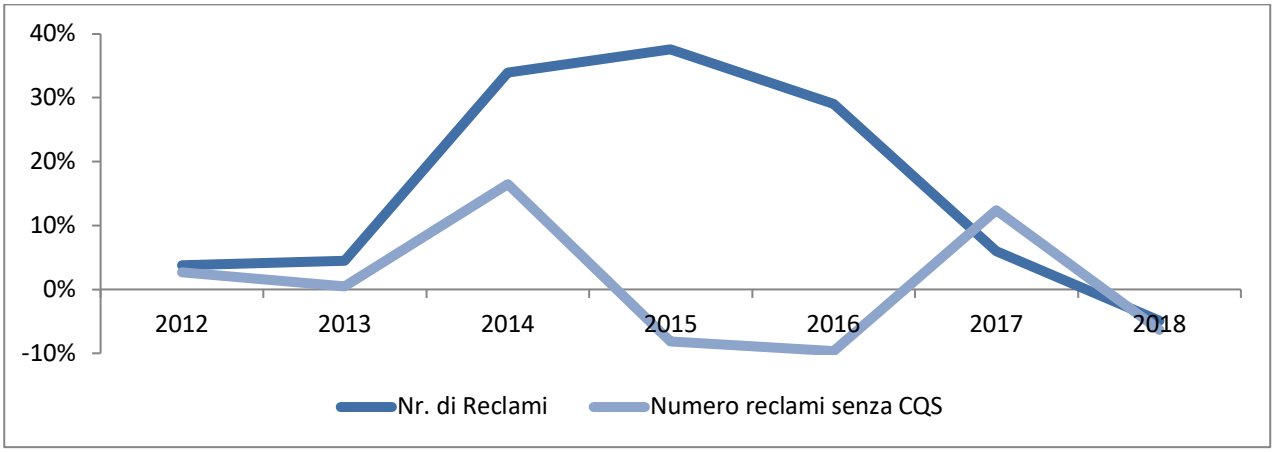
L'osservazione dei ricorsi presentati all'ABF evidenzia alcuni fenomeni. Innanzitutto, una crescita significativa che testimonia la progressiva diffusione dell'utilizzo di detto sistema per risolvere liti e controversie con le banche da parte dei consumatori. Sono proprio questi ultimi ad animare l'attività dell'ABF, mentre si evince uno scarso utilizzo da parte dei non consumatori delle procedure di ADR, scarsamente spiegabile dalle caratteristiche dei limiti di importo presenti nei ricorsi e forse ascrivibile alla ridotta informazione oppure alla migliore capacità di composizione delle controversie nell'ambito dei rapporti relazionali.

Purtroppo l'elevato utilizzo da parte dei consumatori è riconducibile principalmente alle controversie relative ai finanziamenti contro cessione del quinto, osservazione che, per alcuni versi, potrebbe limitare il giudizio positivo sulla crescente conoscenza dei sistemi di ADR e sul loro utilizzo quale modalità ordinaria di composizione delle controversie con gli intermediari finanziari.

Le ragioni dell'intensità dei ricorsi relativi alle cessioni del quinto sono molteplici e riguardano sicuramente la condotta non corretta di alcuni intermediari finanziari e delle reti terze ma anche la lentezza con cui la normativa è giunta a regolamentare efficacemente questo prodotto, tenuto conto anche delle caratteristiche ancora "manuali" che contraddistinguono i processi produttivi e distributivi con cui questo finanziamento si perfeziona. L'aspetto critico principale è determinato dalle condizioni applicate e dai comportamenti dell'offerta nelle fasi di estinzione anticipata e, eventuale, rinnovo dei finanziamenti, definitivamente risolto attraverso il protocollo di autoregolamentazione promosso da Assofin nel 2017 e dal successivo intervento della Banca d'Italia del 2018 sulle buone prassi nell'offerta di finanziamenti contro cessione del quinto.

I ricorsi relativi ad altri prodotti presentano una dinamica più contenuta e altalenante che, dopo il biennio 2015-2016 di tendenziale riduzione, ha ripreso ad aumentare nell'ultimo biennio. Si coglie una sorta di andamento ciclico, determinato non solo dal manifestarsi di criticità a livello di sistema o di intermediari di elevate dimensioni ma anche da ambiti di controversia su cui maturano decisioni favorevoli alla clientela e che tendono a stimolano la presentazione di ricorsi da parte dei clienti o dei loro rappresentanti.

Figura 5 Evoluzione dei reclami presentati all'ABF



Fonte: Relazione annuale dell'ABF (Anni vari)

Mentre i reclami complessivi sono aumentati progressivamente nel corso degli ultimi anni, i reclami relativi al credito ai consumatori presentano un andamento che, tenuto conto dei reclami relativi alla cessione del quinto, tende a essere decrescente. Nonostante anche in questo mercato si presentino dei picchi originati dai medesimi fenomeni citati per i ricorsi all'ABF, il dato di tendenziale calo dei reclami può essere, almeno in parte, attribuito ai miglioramenti dei processi creditizi e alla riqualificazione delle relazioni con i clienti. Gli effetti citati sulla struttura dell'offerta del credito ai consumatori si riflettono sulla qualità delle relazioni e si traducono in un progressivo calo delle criticità che possono originare i reclami.

L'effetto apprendimento per gli intermediari e i miglioramenti delle relazioni di clientela possono essere approfonditi attraverso l'osservazione degli esiti dei ricorsi e dei reclami

Tabella 4 Esiti dei ricorsi all'ABF

	% reclami accolti 2018	Differenza 2018-2013	Differenza 2018-max	Incidenza su ricorsi totali 2018	Composizione ricorsi accolti
Carte di Credito	52%	-35%	**-35%**	4%	2%
Bancomat e Carte di Debito	50%	-32%	**-32%**	6%	3%
Conto Corrente	43%	-23%	**-23%**	3%	1%
SIC	50%	-19%	**-21%**	2%	1%
Altro	36%	-7%	**-20%**	7%	3%
Credito ai Consumatori	38%	-13%	**-13%**	7%	3%
Mutuo	31%	-12%	**-12%**	2%	1%
Cessione del Quinto	80%	0%	**-11%**	64%	51%
Centrale dei Rischi	50%	3%	**0%**	1%	1%
Depositi a Risparmio	49%	1%	**1%**	4%	2%
Totale	**69%**	**-1%**	**-9%**	**100%**	**69%**

Fonte: Relazione annuale ABF (anni vari)

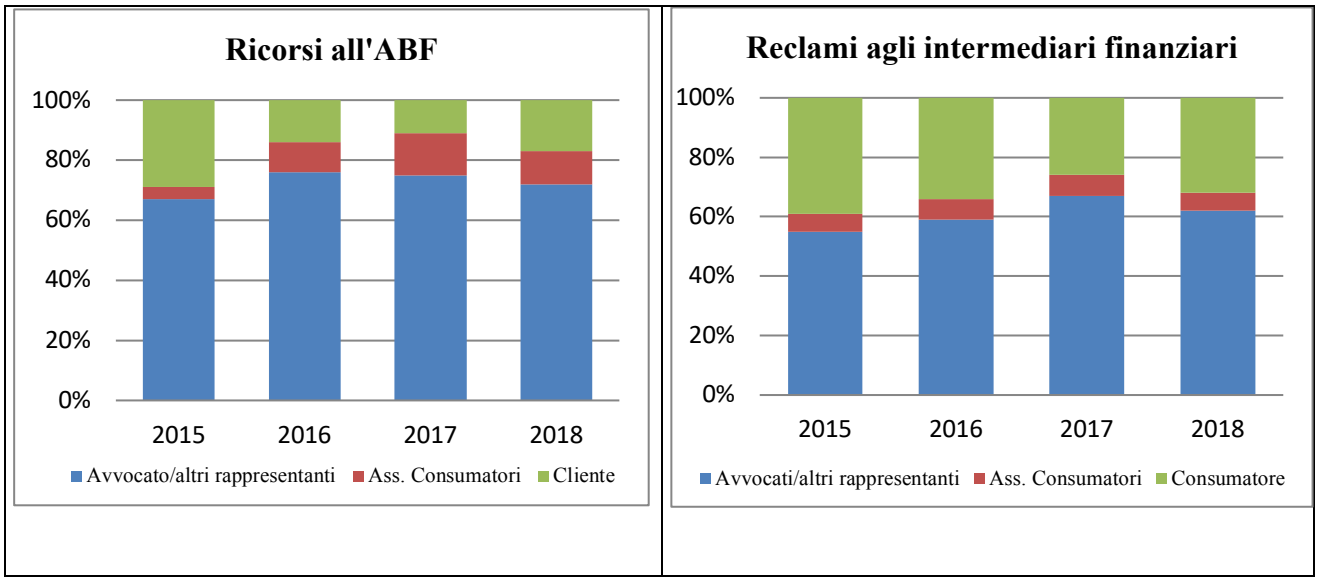
L'analisi dell'andamento degli esiti delle decisioni dell'ABF evidenzia una progressiva riduzione degli esiti favorevoli alla clientela. L'attività dell'ABF ha generato un apprezzabile incentivo a una migliore gestione dei reclami da parte degli intermediari finanziari e a una maggiore correttezza. Se si preferisce, l'attività dell'ABF ha sicuramente aumentato il costo dei comportamenti *non compliant*, agendo non solo sulla probabilità di essere sanzionati ma anche sugli effetti reputazionali, caratterizzandosi quindi per un efficace meccanismo di *enforcement* delle previsioni regolamentari. In termini più virtuosi, non possono essere trascurati gli effetti informativi prodotti dal sistema di gestione dei reclami che ha generato input utili al miglioramento dei processi e alla soluzione delle criticità che possono caratterizzare processi e comportamenti all'interno delle organizzazioni. Nonostante ciò, l'incidenza delle decisioni favorevoli al cliente denota il perdurare di aree di miglioramento su cui gli organi di gestione e di controllo possiedono ampi spazi di miglioramento.

La dinamica di riduzione degli esiti favorevoli alla clientela emerge in modo similare anche dall'analisi delle risposte degli intermediari ai reclami ricevuti dai consumatori nell'ambito dei servizi creditizi, confermando l'esistenza di un effetto apprendimento positivo e simmetrico nei comportamenti assunti dagli intermediari finanziari e nella gestione delle relazioni di clientela. (Osservatorio sui reclami, Assofin 2018). Questa osservazione potrebbe essere sminuita poichè frutto di una valutazione autoreferenziale e di un possibile conflitto d'interessi dell'intermediario finanziario. In realtà, esistono numerosi elementi che riducono la convenienza a non accogliere il

ACCEPTED MANUSCRIPT

reclamo di un proprio cliente, tenuto conto dell'esistenza dell'ABF a cui il reclamo non accolto può essere presentato, dell'onerosità della gestione dei ricorsi all'ABF, degli effetti che un pronunciamento avverso dell'ABF possiede sulla propensione a reclamare (Filotto *et al.* 2016) e, non ultimo come rilevanza, dalla considerazione che i reclami sono un pezzo del quadro informativo a disposizione delle autorità di vigilanza.

Figura 6 Ricorsi e reclami per soggetto ricorrente



Fonte: Relazione annuale ABF (anni vari), Monitoraggio dei reclami Assofin (anni vari)

L'analisi delle modalità con cui i ricorsi e i reclami sono formulati da parte della clientela segnala un rilevante ricorso all'assistenza di professionisti e associazioni di consumatori. Il fenomeno è particolarmente rilevante nel caso dei ricorsi dove oltre l'80% vede la partecipazione di un professionista. Sebbene con intensità inferiore detta evidenza emerge in quasi il 70% dei reclami inoltrati agli intermediari finanziari. Se si parte dall'esplicita impostazione dei sistemi di ADR prevista dalla normativa quali mezzi "*facili, efficaci, rapidi e a basso costo*" per risolvere le controversie, occorsi interrogarsi sulla natura e sulla necessità di tale assistenza. Se tale assistenza dovesse essere necessaria per l'esito positivo del ricorso o del reclamo, ciò significa che i sistemi di ADR hanno reintrodotto una asimmetria cognitiva e la necessità di competenze legali e procedurali che, di fatto, riducono il loro portato in termini di tutela dei consumatori, configurandosi come una struttura parallela che riduce unicamente gli effetti e le inefficienze del sistema giudiziario tradizionale e, forse, i costi complessivi delle dispute per la clientela. Se cosi non fosse, allora occorre interrogarsi sulle ragioni di tale presenza e, non ultimo, sul reale ruolo dei professionisti che, in alcuni casi, sembrano essere il vero *originator* del reclamo e, successivamente del ricorso.

In ogni caso, ragioni di equità e trasparenza, dettano la necessità di regolamentare detti rapporti almeno al fine di impedire che il risarcimento del danno subito dai consumatori non venga eroso dai compensi dovuti ai propri rappresentanti e ai professionisti. Nell'economia dell'intero processo di risoluzione alternativa delle controversie non sono previsti costi a carico del cliente: il reclamo è gratuito e agevole, l'esposto alle autorità è altrettanto gratuito mentre per il ricorso all'ABF è previsto un costo di venti euro, restituito nel caso di esito positivo. Questa imposizione è certamente condivisibile in un'ottica di tutela del consumatore ma potrebbe aver determinato un incentivo

improprio per alcuni professionisti a interpretare i sistemi di ADR come un'area di business piuttosto che come un luogo in cui si difendono le legittime ragioni dei propri assistiti, incrementando anche le contestazioni scarsamente fondate. Un'evidenza indiretta di questo fenomeno è data dall'osservazione che la presenza di professionisti è maggiore già nei reclami e poi nei ricorsi all'ABF che prevedono maggiori probabilità di indennizzo. In ciò è possibile rilevare elementi di opportunismo sia nei comportamenti dei consumatori che dei loro consulenti (Cosma *et al.* 2017).

La numerosità dei pronunciamenti dell'ABF a favore della clientela e dei reclami accolti direttamente dagli intermediari testimonia, tuttavia, l'esistenza di comportamenti non corretti e consente di riconoscere ai professionisti un ruolo di facilitatori della diffusione dei processi di tutela ex post e del ristoro dei consumatori "danneggiati".

L'introduzione dei sistemi di ADR ha comportato un apprezzabile sforzo culturale, gestionale ed economico per gli intermediari finanziari. Essi hanno dovuto strutturare uffici e risorse deputate alla gestione dei reclami, anche sotto l'impulso delle previsioni normative a ciò dedicate e dell'attenzione delle autorità di controllo (Banca d'Italia 2016a). Ciò che rileva maggiormente è, tuttavia, l'incentivo a promuovere una nuova cultura per superare il tradizionale approccio difensivo alla gestione dei reclami e i meccanismi operativi che fossero in grado di coinvolgere l'intera organizzazione, ivi compresi i vertici aziendali, le funzioni produttive e di controllo, al fine non solo di far funzionare dette strutture ma di valorizzarne l'attività.

Tabella 5: Risorse dedicate alla gestione dei reclami (variazioni annue)

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	*Cagr*
Risorse dedicate alla gestione dei reclami	5,0%	6,7%	23,2%	1,4%	11,4%	-2,6%	*11,0%*
N. reclami per dipendente	-0,3%	25,6%	11,7%	27,2%	-13,5%	-3,4%	*13,6%*
Costo unitario di gestione dei reclami	0,5%	-20,4%	-10,5%	-21,4%	15,6%	2,2%	*-9,0%*

Fonte: Nostre elaborazioni su Monitoraggio dei reclami Assofin (anni vari)

Le strutture deputate alla gestione dei reclami degli intermediari finanziari che operano nel mercato del credito al consumo hanno incrementato il proprio organico in modo significativo e continuo fino al 2018. Emergono significative economie di specializzazione che hanno permesso di ridurre il costo di gestione dei reclami mediamente del 10% annuo senza, tuttavia, perdere di efficacia visto che i tempi medi di risposta al cliente sono rimasti pressoché stabili intorno ai 18 giorni e ben al di sotto dei limiti previsti dalla normativa.

7. Qualche riflessione conclusiva

Le riflessioni svolte nelle pagine precedenti permettono di tracciare un bilancio positivo dell'intervento normativo che ha interessato il mercato del credito ai consumatori. Emerge un quadro positivo sia per quanto riguarda la riconfigurazione della struttura del lato dell'offerta del credito ai consumatori, sia per quanto riguarda la rinnovata articolazione dei canali distributivi che contribuiscono ad ampliare la fruibilità dei servizi e la disponibilità di credito, ampliando la varietà dell'offerta di credito e raggiungendo una maggiore platea di consumatori con esigenze finanziarie differenti.

Gli effetti sui volumi di credito intermediati e sui tassi applicati non individuano restrizioni alla domanda e aggravi di costo direttamente imputabili agli interventi regolamentari. Le numerose tutele introdotte per i consumatori e la regolamentazione del lato dell'offerta hanno prodotto una riqualificazione del mercato e della relazione finanziatore-consumatore senza avere impatti significativi e negativi sui volumi di credito intermediati e sui tassi effettivi applicati alla clientela. La gradualità e proporzionalità con cui l'intervento è stato reso operativo ha sicuramente contribuito a calmierare gli effetti. In ogni caso, la riduzione cosi importante della numerosità degli operatori e degli intermediari del credito pre e post riforma induce a pensare che l'intervento normativo abbia impattato sostanzialmente su operatori marginali e di ridotte dimensioni. L'elevata intensità competitiva non ha tradotto la riduzione degli intermediari in una restrizione dell'offerta di credito.

Allo stesso modo, l'effetto quasi nullo sui tassi dei nuovi adempimenti normativi e dei loro costi è stato un risultato apprezzabile probabilmente dovuto, almeno nei primi anni, ad una razionalizzazione dei costi distributivi e alla capacità degli operatori principali di recepire le nuove norme in processi creditizi che, per molti versi, operavano già in modo non troppo distante dalle nuove norme almeno sugli aspetti più sostanziali.

Si trae un bilancio positivo anche dall'istituzione dei sistemi e degli organismi di ADR. Si rileva un crescente ricorso dei consumatori a tali sistemi per la soluzione della propria insoddisfazione e per la richiesta di ristoro delle proprie ragioni supposte danneggiate dai comportamenti degli intermediari finanziari o degli intermediari del credito. Il sistema di ADR sta contribuendo a ridurre i problemi derivanti dalla asimmetria dimensionale, cognitiva ed economica fra intermediari finanziari e clienti, contribuendo a rafforzare la percezione di protezione e di giustizia in caso di condotte non corrette degli intermediari e, indirettamente, la fiducia relazionale e istituzionale della clientela. D'altra parte, è indubbio che l'esistenza di un sistema di ADR costituisce un sensibile incentivo verso comportamenti corretti e genera un effetto apprendimento per gli intermediari finanziari, contribuendo al miglioramento della consapevolezza organizzativa del management (e degli amministratori), del controllo dei rischi e della gestione della relazione. Si rileva, in particolare, un progressivo miglioramento della gestione dei reclami da parte degli intermediari finanziari e un effetto apprendimento dalle decisioni e dagli orientamenti dell'ABF che si traducono in una riduzione dei reclami fondati e dei ricorsi accolti. Non si può negare che esistano aree di miglioramento. L'assenza di disincentivi all'utilizzo «temerario» dei sistemi di ADR ha innescato, nel tempo, anche condotte opportunistiche da parte di alcuni soggetti, determinando inefficienze nel funzionamento dell'ABF e probabili costi e iniquità nella protezione del consumatore. Questi effetti sono stati compensati dai continui miglioramenti organizzativi e di coordinamento dell'attività dei collegi dell'ABF e, non ultimo, dalla crescente chiarezza con cui l'organismo decidente rappresenta i propri orientamenti. Tenuto conto delle finalità del sistema di ADR di rafforzamento della tutela dei consumatori e degli effetti prodotti sui comportamenti degli intermediari finanziari, nonostante qualche segnale di opportunismo nel suo utilizzo, non si può che concludere con una valutazione soddisfacente.

ACCEPTED MANUSCRIPT

Riferimenti bibliografici

Assofin (2012), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2011.

Assofin (2013), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2012.

Assofin (2014), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2013.

Assofin (2015), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2014.

Assofin (2016), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2015.

Assofin (2017), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2016.

Assofin (2018), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2017.

Assofin (2019), *Monitoraggio dei reclami nel credito al consumo*, anno 2018.

Baker M. A. - Magnini V.P. - Perdue R.R. (2012), *Opportunistic customer complaining: Causes, consequences, and managerial alternatives*, in «International Journal of Hospitality Management», 31, pp. 295–303.

Banca d'Italia (2011), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2010.

Banca d'Italia (2012), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2011.

Banca d'Italia (2013), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2012.

Banca d'Italia (2014), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2013.

Banca d'Italia (2014), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2013.

Banca d'Italia (2015), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2014.

Banca d'Italia (2016a), *Organizzazione e funzionamento degli uffici reclami: buone prassi e criticità rilevate nell'attività di controllo*

Banca d'Italia (2017), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2016.

Banca d'Italia (2018), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2017.

Banca d'Italia (2019), *Relazione annuale dell'Arbitro bancario e Finanziario* Anno 2018.

Barboza G. - Roth K. (2009), *Understanding customers' revealed satisfaction preferences: An order probit model for credit unions*, in «Journal of Financial Services Marketing», 13, pp. 330–344.

Barlow J. - Møller K. (2008), *A Complaint is a Gift*, Oakland, CA, US, Berrett-Koehler Publishers. https://www.oreilly.com/library/view/a-complaint-is/9781576755822/

Berry L.L. - Seiders K. (2008), *Serving unfair customers*, in «Business Horizons», 51, pp. 29–37.

Best A. - Andreasen A.R. (1977), *Consumer response to unsatisfactory purchases: a survey of perceiving defects, voicing complaints, and obtaining redress*, in «Law and Society Review», 11, pp. 701–742.

Blodgett J.G. - Wakefield K.L. - Barnes J.H. (1995), *The effects of customer service on consumer complaining behavior*, in «Journal of Services Marketing», 9, 4, pp. 31–42.

ACCEPTED MANUSCRIPT

Bloemer J. - de Ruyter K. - Peeters P. (1998), *Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction*, in «International Journal of Bank Marketing», 16, 7, pp. 276–286.

Bougie R. - Pieters R. - Zeelenberg M. (2003), *Angry Customers Don't Come Back, They Get Back: The Experience and Behavioral Implications of Anger and Dissatisfaction in Services*, in «Journal of the Academy of Marketing Science», 33, 4, pp. 377–393.

Broadbridge A. - Marshall J. (1995), *Consumer complaint behavior: The case of electrical goods*, in «International Journal of Retail and Distribution Management», 23, pp. 8–18.

Cosma S. (2009), *Integrazione e competizione fra banche e società specializzate nel credito al consumo*, in Bracchi G. - Masciandaro D. (a cura di), Dopo la crisi: l'industria finanziaria italiana tra stabilità e sviluppo, pp. 355-383. Roma, Fondazione Rosselli, Bancaria Editrice.

Cosma S. (2011), *Gli intermediari finanziari: struttura e strategia*, in Cosma S. - Filotto U. (a cura di), Il manuale del credito al consumo, Milano, Egea.

Cosma S. - Filotto U. (a cura di) (2011), *Il manuale del credito al consumo*, Milano, Egea.

Cosma S. (2018), *La gestione dei reclami in banca. Aspetti di marketing, normativi e organizzativi e ruolo dell'ABF*, Roma, Bancaria Editrice.

Cosma, S. - Pancotto F. - Vezzani P. (2017), *Complaining in Consumer Credit: which Relationship with Credit Risk*. Paper presented at the Wolpertinger Conference 2017 (European Association of University Teachers of Banking and Finance), Santander, September 1st.

Cosma S. - Pancotto F. - Vezzani P. (2018), *Complaining in Consumer Credit: Evidence from the Italian Financial System*, in Contemporary Issue in Banking. Regulation, Governance and Performance, pp. 123-148, Palgrave MacMillan Studies in Banking and Financial Institutions.

Crié D. (2003), *Consumers' complaint behaviour. Taxonomy, typology and determinants: Towards a unified ontology*, in «Database Marketing & Customer Strategy Management», 11, 1, pp. 60–79.

D'Apolito E. - Sylos Labini S. (2014), *Disclosure e gestione dei reclami in un campione di banche italiane*, in «Rivista Bancaria – Minerva Bancaria», 5-6, pp. 73-102.

Davidow M. - Dacin P.A. (1997), *Understanding and Influencing Consumer Complaint Behavior: Improving Organizational Complaint Management,* in «Advances in Consumer Research», 24, pp. 450–456.

Day R.L. - Ash S.B. (1979), *Consumer Response to Dissatisfaction with Durable Products*, in William L. Wilkie and Ann Abor (eds.), NA – Advances in Consumer Research, 06, pp. 438–444. MI, Association for Consumer Research.

Day R.L. - Grabicke K. - Schaetzle T. - Staubach F. (1981), *The Hidden Agenda of Consumer Complaining*, in «Journal of Retailing», 57, 3, pp. 86–106.

Day R.L. - Landon E.L. Jr. (1976), *Collecting Comprehensive Consumer Compliant Data by Survey Research*, in Beverlee B. Anderson (ed.), NA - Advances in Consumer Research, 03, pp. 263–268. Cincinnati, OH, Association for Consumer Research.

Day R.L. (1977), *Extending the Concept of Consumer Satisfaction*, in William D. Perreault Jr. (ed.), NA - Advances in Consumer Research, 04, pp. 149–154. Atlanta, GA, Association for Consumer Research.

Devlin J.F. - Gerrard P. (2004), *Choice criteria in retail banking: an analysis of trends*, in «Journal of Strategic Marketing», 12, pp. 13–27.

Duygun A. - Menteş A. S. - Kubaş A. (2014), *The Impacts of Complaint Satisfaction on Corporate Reputation: A Study on Banking Sector*, in «International Journal of Trade, Economics and Finance», 5, 2, pp. 159–161.

ECRI (2013), *Lending to households in Europe 1995-2012*, European Credit Research Institute Statistical Package.

Filotto U. - Caratelli M. - Mattarocci G. - Bernardi C. (2016), *The Italian alternative dispute resolution (ADR) mechanism and customer behavior*, in Bracchi G. - Masciandaro D. - Filotto U. (a cura di), The Italian banks: which will be the "New Normal"?, pp. 281–298. Roma, Fondazione Rosselli, Bancaria Editrice.

Gambetta N. - Zorio-Grima A. - García-Benau M.A. (2015), *Complaints management and bank risk profile*, in «Journal of Business Research», 68, pp. 1599–1601.

Garg A. (2013), *Service Recovery Paradox in Indian Banking Industry*, in «The South East Asian Journal of Management», 7, 2, pp. 107–122.

Greene W.H. (2002), *Econometric analysis,* 5th edition, Pearson.

Grønhaug K. - Gilly M.C. (1991), *A transaction cost approach to consumer dissatisfaction and complaint action*s, in «Journal of Economic Psychology», 12, pp. 165–183.

Guido G. - Mileti A. - Prete M.I. - Scamandro V. (2015), *Customer satisfaction e qualità delle informazioni al cliente nelle banche: un'analisi empirica*, in «Bancaria», 7-8, pp.21-35.

Hakiri W. (2012), *For an Efficient Complaints Management System for Banks: A Conceptual Framework and an Exploratory Study*, in «Journal of Marketing Research and Case Studies», Vol. 2012, URL: http://ibimapublishing.com/articles/JMRCS/2012/624789/624789.pdf

Hart C.W.L. - Heskett J.L. - Sasser W.L. Jr. (1990), *The Profitable Art of Service Recovery*, in «Harvard Business Review», July-August, pp. 148–156.

Hausman J. A. (1978), *Specification Tests in Econometrics*, in «*Econometrica*», 46, 6, pp. 1251–1271.

Henningsen A. - Hamann J.D. (2007), *systemfit: A Package for Estimating Systems of Simultaneous Equations in R, in* «Journal of Statistical Software», 23, 4, pp. 1-40, URL http://www.jstatsoft.org/v23/i04/.

Hirschman A.O. (1970), *Exit, voice and loyalty: responses to decline in firms, organizations and states*, Cambridge, Harvard University Press.

Homburg C. - Fürst A. (2007), *See no evil, hear no evil, speak no evil: a study of defensive organizational behavior towards customer complaints*, in «Journal of the Academy of Marketing Science», 35, pp. 523–536.

Huang Z.J. - Miao L. (2016), *Illegitimate Customer Complaining Behaviour in Hospitality Service Encounters: A Frontline Employee Perspective*, in «Journal of Hospitality and Tourism Research», 40, 6, pp. 655–684.

Jacoby J. - Jaccard J.J. (1981), *The sources, meaning, and validity of consumer complaint behaviour: A psychological analysis*, in «Journal of Retailing», 57, 3, pp. 4–24.

Johnston R. - Mehra S. (2002), *Best-Practice Complaint Management*, in «Academy of Management Executive», 16, 4, pp. 145-154.

Johnston R. (2001), *Linking complaint management to profit*, in «International Journal of Service Industry Management», 12, 1, pp. 60–69.

Jugenissova R.S. - Chan Yin-Fah B. - Li-Chen L. - Kok-Siew H. (2014), *A study an unpleasant banking experiences and complaint behavior in Kazakhstan*, in «International Journal of Asian Social Science», 4, 7, pp. 835–843.

Kau, A.K. - Loh W.Y.E. (2006), *The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants and non-complainants*, in «Journal of Services Marketing», 20, 2, pp. 101–111.

Khartabiel M.I. - Saydam S. (2014), *Banks Employees Satisfaction as a Lead to Customers Satisfaction*, in «International Journal of Business and Social Science», 5, 9, 1, pp. 88-96.

Kim C. - Kim S. - Im S. - Shin C. (2003), *The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions*, in «Journal of Consumer Marketing», 20, 4, pp. 352–371.

Lau G.T. - Ng S. (2001), *Individual and Situational Factors Influencing Negative Word-of-Mouth Behaviour*, in «Canadian Journal of Administrative Sciences», 18, 3, pp. 163–178.

Lok E. - Matthews C.D. (2007), *Loathing all the way to the bank? How complaints, disloyalty and dissatisfaction are related in the New Zealand banking industry*?, in Proceedings of 20th Australian Finance and Banking Conference, Sydney, 12–14 December, URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1008413

Lumley T. - Heagerty P. (1999), *Weighted Empirical Adaptive Variance Estimators for Correlated Data Regression*, in «Journal of the Royal Statistical Society. Series B», 61, pp. 459–477.

Malinconico A. - Frigerio C. - Leone A. (2011), *Alternative dispute resolution techniques can work for better services? The case of Italian banking industry. Organizational Excellence in Service*, in 14th Toulon-Verona Conference", University of Alicante, 1-3 September, URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2508318

Malinconico A. - Leone A. - Lucadamo A. (2013), *Customer dissatisfaction in the financial industry: the case of complaints management in Italian banking*, in Proceedings from the 16th Toulon-Verona Conference "Excellence in Services", University of Ljubljana, Slovenia.

Malinconico A. - Fuccio N. (2016), *Customers experience and problem resolutions in retail banking. Some empirical evidence from Italian banking*, in «International Journal Financial Innovation in Banking», 1, 1/2, pp. 109–126.

Marinkovic V. - Obradovic V. (2015), *Customers' emotional reactions in the banking industry*, in «International Journal of Bank Marketing», 33, 3, pp. 243–260.

Maute M.F. - Forrester W.R. (1993), *The structure and determinants of consumer complaint intentions and behavior*, in «Journal of Economic Psychology», 14, pp. 219–247.

Prometeia – Assofin - Crif (2018), *Osservatorio sul credito al dettaglio.*

R Core Team (2013), *R: A language and environment for statistical computing*, R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL http://www.R-project.org/.

Reiboldt W. (2003), *Factors That Influence a Consumer Complainer's Rating of Service Received from a Third Party Complaint-Handling Agency – The Los Angeles Department of Consumer Affairs*, in «Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior», 16, pp. 166–177.

Reynolds K.L. - Harris R.C. (2005), *When service failure is not service failure: an exploration of the forms and motives of "illegitimate" customer complaining*, in «Journal of Services Marketing», 19, 5, pp. 321–335.

Richins M.L. (1982), *An Investigation of Consumers' Attitudes Toward Complaining*, in Andrew Mitchell and Ann Abor (eds.), NA - Advances in Consumer Research, 09, pp. 502–506. MI, Association for Consumer Research.

Sampagnaro G. (2018), *Misconduct risk in banking services: Does a propensity to be sanctioned exist?*, in INFINITI Conference 2019.

Sanes C. (1993), *Complaints are hidden treasures*, in «The Journal for Quality and Participation», 16, 5, pp. 78–82.

Siddiqui M.H. - Tripathi S.N. (2010), *An analytical study of complaining attitudes: With reference to the banking sector*, in «Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing», 18, pp. 119-137.

Singh J. (1988), *Consumer complaint intentions and behavior: definitional and taxonomical issues*, in «Journal of Marketing», 52, pp. 93–107.

Srijumpa R. - Chiarakul T. - Speece M. (2007), *Satisfaction and dissatisfaction in service encounter: Retail stock brokerage and corporate banking in Thailand*, in «International Journal of Bank Marketing», 25, 3, pp. 173–194.

Stauss B. - Schoeler A. (2004), *Complaint management profitability: what do complaint managers know?*, in «Managing Service Quality: An International Journal», 14, 2/3, pp. 147–156.

Suomi K. - Järvinen R. (2018), *European Consumer Complaint Behaviour In the Financial Sector*, in «Journal of Research for Consumers», 33, pp. 38-82.

Taghizadeh H. - Panahi K. (2013), *A comparative study of complaint behavior of loyal customers versus first customers*, in «European Online Journal of Natural and Social Sciences», 1, 3, pp. 330–337.

Uppal R.K. (2010), *Customer complaints in banks: Nature, extend and strategies to mitigation*, in «Journal of Economics and International Finance», 2, 10, pp. 212–220.

ACCEPTED MANUSCRIPT

Van der Wiele T. - Boselie P. - Hesselink M. (2002), *Empirical Evidence for the Relation Between Customer Satisfaction and Business Performance*, Paper for QMOD'2001 Conference in Linköping/Sweden, 12-14 September 2001.

Voorhes C.M. - Brady M.K. - Horowitz D.M. (2006), *A Voice from the Silent Masses: An Exploratory and Comparative Analysis of Noncomplainers*, in «Journal of the Academy of Marketing Science», 34, 4, pp. 514–527.

Wang J. - Lo H.P. - Hui Y.V. (2003), *The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: evidence from the banking industry in China*, in «Managing Service Quality», 13, 1, pp. 72–83.

Warland R.H. - Herrmann R.O. - Willits J. (1975), *Dissatisfied Consumers: Who Gets Upset and Who Takes Action*, in «The Journal of Consumer Affairs», 9, 2, pp. 148–163.

Zairi M. (2000), *Managing customer dissatisfaction through effective complaints management systems*, in «The TQM Magazine», 12, 5, pp. 331-337.

Zeileis A. (2004), *Econometric Computing with HC and HAC Covariance Matrix Estimators*, in «Journal of Statistical Software», 11, 10, pp. 1–17. doi: 10.18637/jss.v011.i10.

Zeileis A. (2006), *Object-Oriented Computation of Sandwich Estimators*, in «Journal of Statistical Software», 16, 9, pp. 1–16. doi: 10.18637/jss.v016.i09.

Zellner A. (1962), *An Efficient Method of Estimating Seemingly Unrelated Regressions and Tests for Aggregation Bias*, in «Journal of the American Statistical Association», 57, pp. 348–368.

ACCEPTED MANUSCRIPT