

Incipit

Differenziazione di prodotto e prezzo tra istituti bancari in Valle Sabbia e Valle del Chiese

Tematica:
ECONOMICA

Ricercatore:
Bazzani Andrea

Nato il: 03.01.1982

Residente a:
Lodrone (TN)

Titolo di studio:
laureando in Economia
Politica

La differenziazione del prodotto è il fenomeno in funzione del quale, per una data categoria di beni e a parità di prezzo, i prodotti offerti dalle imprese sono diversi, o vengono percepiti come tali, e i consumatori li scelgono a seconda dei loro gusti.

In questo lavoro, dopo un inquadramento teorico con la presentazione del modello di Hotelling, si è scelto di studiare il posizionamento di alcuni istituti bancari (CR Alto Chiese¹, CR Giudicare Valsabbia Paganella, La Valsabbina, Bipop-Carire², Banco di Brescia³, Unicredit Banca) valutando l'ampiezza del portafoglio prodotti (numero e tipologia di conti correnti) e la differenziazione di prezzo per categorie omogenee di servizi (bancomat, bonifici, assegni, mutui, servizio P.O.S., incasso/pagamento effetti, pagamento/domiciliazione utenze, internet banking).

Si è preferito non considerare i tassi di interesse per due motivi: in primo luogo perché la loro determinazione è quasi sempre frutto (almeno per la realtà considerata) della contrattazione; in secondo luogo perché per bassi importi depositati essi incidono meno delle spese, mentre per alti importi i potenziali correntisti potrebbero decidere di rivolgersi ad istituti operanti al di fuori dell'ambito territoriale considerato (dove banche di maggiori dimensioni potrebbero permettersi margini minori sulla forbice tra tassi attivi/passivi, a fronte di masse intermedie considerevolmente maggiori).

Un capitolo a parte, non per questo di minore importanza, è stato dedicato ai cosiddetti costi d'uscita, ovvero tutti quei costi che un cliente si troverebbe a dover sostenere qualora decidesse di cambiare banca: vi rientrano i costi di chiusura dei libretti di risparmio, i costi di trasferimento dei titoli, la penale per l'estinzione anticipata dei mutui, quelli per la disinstallazione dei terminali P.O.S. Va sottolineato che dopo il "decreto Bersani", questa sezione ha perso gran parte della sua significatività.

¹ Oggi Adamello Brenta

² Oggi UBI Banca

³ Oggi UBI Banca

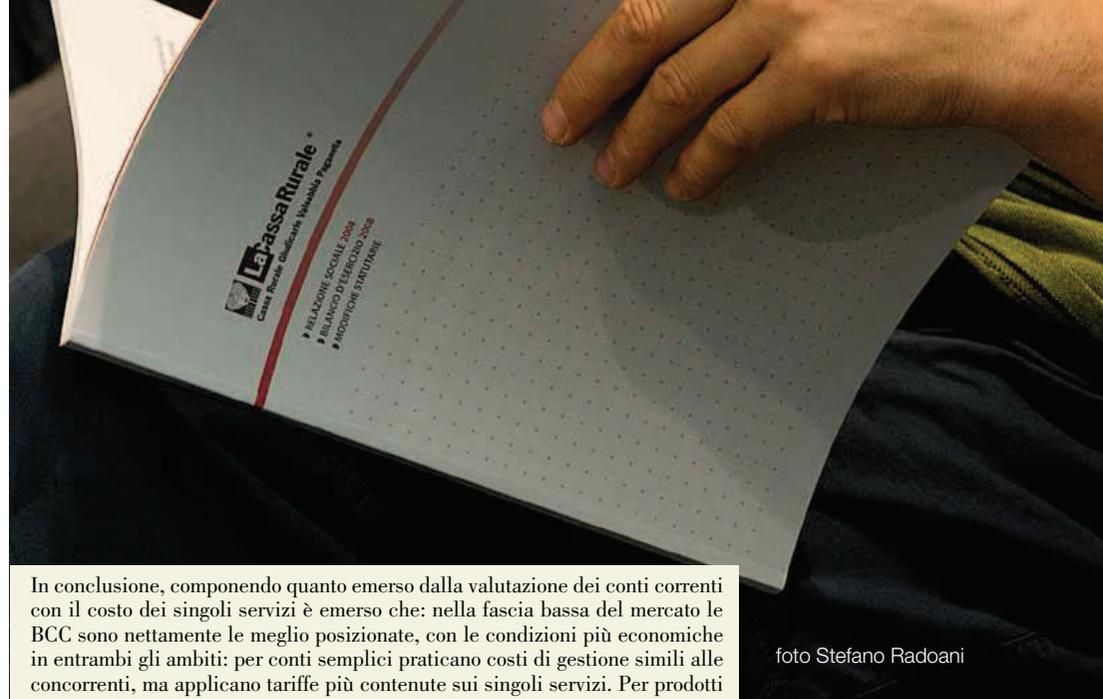


foto Stefano Radoani

In conclusione, componendo quanto emerso dalla valutazione dei conti correnti con il costo dei singoli servizi è emerso che: nella fascia bassa del mercato le BCC sono nettamente le meglio posizionate, con le condizioni più economiche in entrambi gli ambiti: per conti semplici praticano costi di gestione simili alle concorrenti, ma applicano tariffe più contenute sui singoli servizi. Per prodotti più prestigiosi, il mercato è servito solo dalle banche di dimensioni maggiori con una certa dispersione nei prezzi.

Per quanto riguarda i conti per le imprese, gli istituti meglio posizionati sono Alto Chiese e Valsabbina, i quali applicano canoni molto vantaggiosi e servizi a prezzi molto bassi (soprattutto la prima). Bipop e Unicredit hanno un buon posizionamento limitatamente ai conti con operazioni gratuite, mentre GVP e Banco di Brescia sono le più care; fra queste ultime tuttavia GVP offre i singoli servizi a prezzi sensibilmente migliori.

Il lavoro si è concretizzato nella proposizione alla CR Giudicare Valsabbia Paganella di conti correnti e servizi innovativi, alcuni dei quali hanno trovato realizzazione nel corso di questi mesi.

Il Partner territoriale:
La Cassa Rurale Giudicarie Valsabbia Paganella è il frutto della fusione tra la Cassa Rurale di Darzo e Lodrone, fondata nel 1902, e la Cassa Rurale Giudicarie Paganella, nata nel 1988 dalla Cassa Rurale di S.Lorenzo e Andalo (1895) e dalla Cassa Rurale di Bleggio Inferiore (1900). Negli ultimi anni la sua presenza sul territorio si è consolidata sempre più: ad oggi può contare su una rete commerciale di 19 filiali, dislocate tra la provincia di Brescia e quella di Trento. La continua crescita dei numeri testimonia il successo del progetto. La Cassa Rurale infatti è oggi una realtà solida ed organizzata, capace di dare risposte concrete ed attuali ai bisogni dei suoi 7.000 soci e 20.000 clienti.