



ANALISI DELLA CLIENTELA DELLA CASSA RURALE ALTO GARDA

L'Ufficio marketing effettua annualmente un'analisi sulla composizione della clientela della banca, a livello generale e dei Comuni in cui operano le filiali.

Ecco i risultati dell'analisi sulla base dei dati al 31 dicembre.

A livello metodologico si ricorda che sono considerati clienti le persone, o le società, intestatarie o cointestatarie di almeno un rapporto di conto corrente o deposito al risparmio nominativo.

Il numero totale dei clienti della banca al 31 dicembre 2005 ha raggiunto la cifra di 26.609 unità (+1.02% rispetto al dato 2004).

Circa l'85% dei clienti è rappresentato da persone fisiche, il 13% da società di persone ed il 2% da società di capitali.

Persone fisiche:

Il numero di persone clienti della banca al 31 dicembre è pari a 22.633. La quota di mercato della banca calcolata sul numero di clienti persone fisiche è pari al 49.58%, e rappresenta una percentuale molto elevata; un residente su due nelle zone di competenza è cliente della nostra banca.

L'analisi è stata fatta più approfonditamente per quanto concerne i 5 comuni storici di competenza della banca.

Per ogni Comune si presenta una tabella riassuntiva del numero di clienti per fascia d'età, paragonati con il numero di residenti risultanti dalle statistiche fornite dalla Provincia. Nella tabella è poi evidenziato l'indice di copertura per ogni fascia d'età, sia al 31 dicembre 2005 che al 31 dicembre 2004.

Comune di: ARCO

Classe di età	Clienti	Residenti	Indice di copertura	
			31/12/2005	31/12/2004
Tutte	9.033	15.139	59.67%	59.39%
Fino a 25 anni	691	3.751	18.42%	19.35%
Da 25 a 35 anni	1.370	2.248	60.94%	63.83%
Da 35 a 45 anni	1.935	2.653	72.94%	71.96%
Da 45 a 65 anni	2.836	3.781	75.01%	73.50%
Oltre 65 anni	2.201	2.706	81.34%	79.16%

Comune di: RIVA DEL GARDA

Classe di età	Clienti	Residenti	Indice di copertura	
			31/12/2005	31/12/2004
Tutte	7.698	15.128	50.89%	50.76%
Fino a 25 anni	559	3.520	15.88%	16.16%
Da 25 a 35 anni	1.142	2.263	50.46%	53.12%
Da 35 a 45 anni	1.685	2.558	65.87%	66.77%
Da 45 a 65 anni	2.408	3.848	62.58%	61.59%
Oltre 65 anni	1.904	2.939	64.78%	62.27%

Comune di: DRO

Classe di età	Clienti	Residenti	Indice di copertura	
			31/12/2005	31/12/2004
Tutte	2.348	3.498	67.12%	66.90%
Fino a 25 anni	189	875	21.60%	23.09%
Da 25 a 35 anni	363	508	71.46%	72.64%
Da 35 a 45 anni	467	641	72.85%	73.48%
Da 45 a 65 anni	744	853	87.22%	83.59%
Oltre 65 anni	585	621	94.20%	94.20%

Comune di: NAGO-TORBOLE

Classe di età	Clienti	Residenti	Indice di copertura	
			31/12/2005	31/12/2004
Tutte	1.522	2.391	63.66%	62.74%
Fino a 25 anni	100	506	19.76%	21.15%
Da 25 a 35 anni	241	378	63.76%	65.61%
Da 35 a 45 anni	357	438	81.51%	80.14%
Da 45 a 65 anni	469	618	75.89%	73.46%
Oltre 65 anni	355	451	78.71%	75.39%

Comune di: TENNO

Classe di età	Clienti	Residenti	Indice di copertura	
			31/12/2005	31/12/2004
Tutte	1.170	1.807	64.75%	62.98%
Fino a 25 anni	120	452	26.55%	26.77%
Da 25 a 35 anni	203	291	69.76%	72.51%
Da 35 a 45 anni	220	292	75.34%	70.55%
Da 45 a 65 anni	397	509	78.00%	75.44%
Oltre 65 anni	230	263	87.45%	82.13%

Questi Comuni rappresentano una percentuale molto elevata della banca (ca. 82% dei clienti) e in nessuno di essi la quota di mercato è inferiore al 50%. La quota minore si ha a Riva del Garda, con una quota comunque pari al 50.89%.

Non vi sono particolari differenze tra il numero dei clienti uomini (50.67%) ed il numero delle donne (49.33%). Evidente è invece la differenza di composizione quanto al sesso delle varie fasce d'età. Un dato per tutti: i clienti con più di 65 anni sono per oltre il 60% donne.

Passando ad un'analisi per Regione, dal momento che la nostra banca ha oramai le caratteristiche di banca interregionale, risulta, in modo abbastanza ovvio, che la stragrande maggioranza dei nostri clienti risiede in provincia di Trento (ca. 88%). Il 4% risiede in Lombardia ed il 6% in Veneto, il rimanente 2% è distribuito sulle altre regioni italiane.

Prodotti posseduti

L'analisi sui prodotti posseduti dai nostri clienti viene fatta raggruppando tutti i prodotti che la banca vende in 22 famiglie, esemplificative dei

principali bisogni che la banca soddisfa nei confronti della clientela. Di seguito si riportano i dati sulle principali famiglie di prodotti; per ognuna vengono indicati il numero di clienti che ne è titolare al 31 dicembre 2005 ed il relativo indice di penetrazione (clienti titolari / totale clienti).

Conti correnti

vengono raggruppati in questa famiglia tutti i prodotti di conto corrente disponibili presso le filiali della banca: conti Su misura, nelle 5 linee disponibili, conti ordinari, conti Università, conti aziendali, solo per citare i più frequenti.

Numero: 24.305

Indice di penetrazione: 91.34%

Raccolta amministrata

questa famiglia raggruppa tutti i prodotti di investimento offerti alla clientela, nel regime del risparmio amministrato: azioni, titoli di Stato, obbligazioni della cassa rurale, depositi al risparmio, etc.

Numero: 11.468

Indice di penetrazione: 43.09%

Raccolta gestita

principalmente si tratta della gestione patrimoniali in fondi.

Numero: 3.516

Indice di penetrazione: 13.21%



Mutui

Si tratta principalmente dei mutui casa, mutui chirografari, credito al consumo.

Numero: 5.116

Indice di penetrazione: 19.23%

Finanziamenti a breve

Tipicamente si tratta degli affidamenti in conto corrente.

Numero: 5.595

Indice di penetrazione: 21,03%

Servizi di incasso e pagamento

Vengono riuniti in questa famiglia tutti i prodotti che agevolano il cliente nelle sue operazioni di incasso e pagamento: addebiti automatici in conto, RID, ordini permanenti, etc.

Numero: 22.639

Indice di penetrazione: 85.08%

Carte di pagamento

Anche questa famiglia raggruppa numerosi prodotti: carte bancomat, carte di credito, carte prepagate, carte revolving.

Numero: 16.936

Indice di penetrazione: 63.65%

Home banking

Questa famiglia raggruppa i prodotti di Inbank, Inbank gold, trading on line, Onbank.

Numero: 3.347

Indice di penetrazione: 12.58%

