



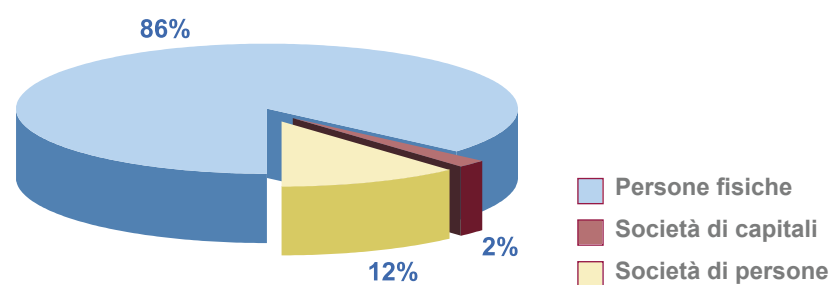
ANALISI DELLA CLIENTELA

della Cassa Rurale Alto Garda

a cura di Omezzolli Claudio
Resp. Ufficio marketing

Riprendendo ed ampliando l'analisi della clientela, effettuata l'anno scorso, si pubblicano i risultati principali dello studio annuale effettuato dall'Ufficio marketing. 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 2004 ha raggiunto la cifra di 23.872 unità. La composizione della clientela può essere analizzata mediante le categorie di persone fisiche e società, ottenendo il grafico seguente:

COMPOSIZIONE DELLA CLIENTELA PER MACRO CATEGORIE

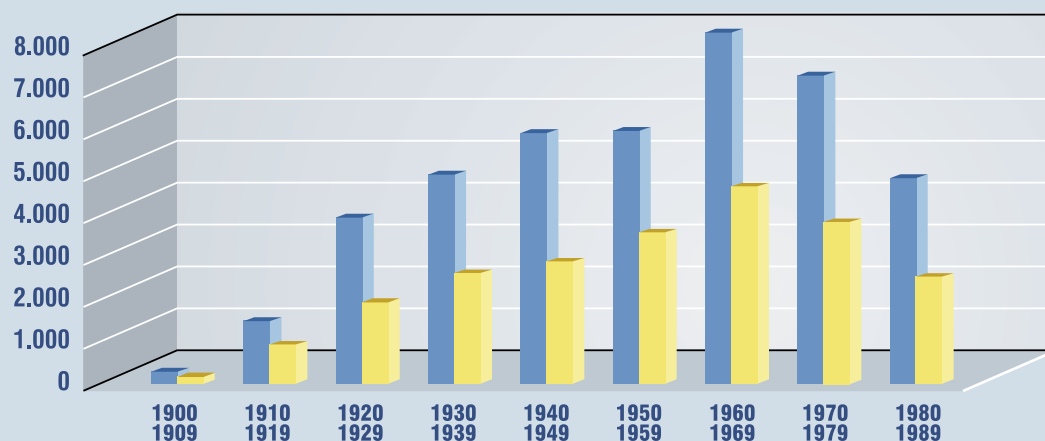


Persone fisiche:

Il numero di persone clienti della banca al 31 dicembre è pari a 20.643. La quota di mercato della banca calcolata sul numero di clienti persone fisiche è pari al 47,03%, e rappresenta una percentuale molto elevata; praticamente un residente su due nelle zone di competenza è cliente della nostra banca. L'analisi è stata fatta più approfonditamente per quanto concerne i comuni rientranti nella provincia di Trento. Di seguito una tabella riassuntiva del numero di clienti per fascia d'età, distinti tra maschi e femmine, paragonati con il numero di residenti nei comuni trentini di nostra competenza. Dalla tabella, così come dal grafico successivo, si coglie la copertura della banca sulle varie fasce d'età.

POPOLAZIONE MAGGIORENNE RESIDENTE E NUMERO CLIENTI (elaborazioni dati Provincia ed estrazioni proprie)

	Residenti Alto Garda e Ledro (al 31/12/2003)			Clienti nostra Cassa residenti Alto Garda e Ledro (al 31/12/2004)			COPERTURA
	MASCHI	FEMMINE	TOTALE	MASCHI	FEMMINE	TOTALE	
1900-1909	20	59	79	18	38	56	70,89%
1910-1919	200	505	705	95	199	294	41,70%
1920-1929	1.140	1.899	3.039	492	863	1.355	44,59%
1930-1939	1.922	2.280	4.202	802	977	1.779	42,34%
1940-1949	2.550	2.638	5.188	1.135	1.104	2.239	43,16%
1950-1959	2.424	2.849	5.273	1.454	1.322	2.776	52,65%
1960-1969	3.773	3.727	7.500	2.035	1.860	3.895	51,93%
1970-1979	3.247	3.242	6.489	1.644	1.512	3.156	48,64%
1980-1989	2.076	2.069	4.145	862	809	1.671	40,31%
	17.352	19.268	36.620	8.537	8.684	17.221	47,03%



COPERTURA PER FASCIA D'ETÀ

□ Residenti
■ Clienti



ANALISI DELLA CLIENTELA

La copertura sulle varie fasce d'età oscilla dal 40,31% dei clienti più giovani (nati tra il 1980 ed il 1989) all'elevato 51,93% della fascia d'età compresa tra il 1950 ed il 1959.

Non vi sono particolari differenze tra il numero dei clienti maschi (10.467) ed il numero delle donne (10.176). Evidente è invece la dif-

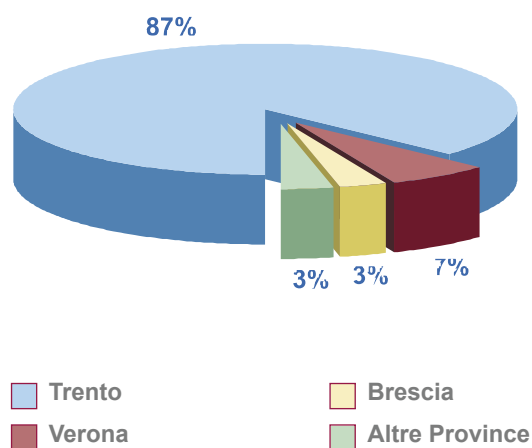
ferenza di composizione quanto al sesso delle varie fasce d'età.

Un dato per tutti: i clienti nati prima del 1930 (1.705) sono per il 65% donne.

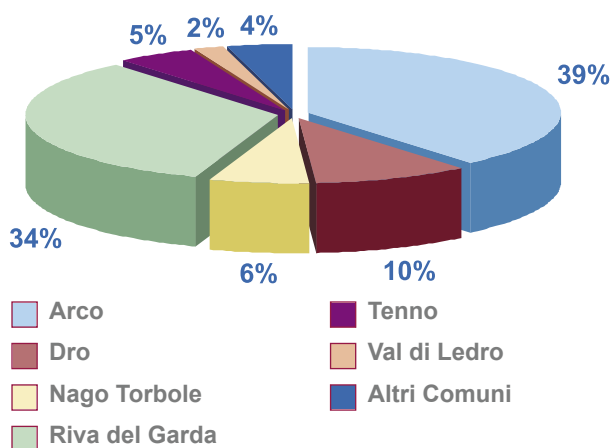
Passando ad un'analisi per Provincia di residenza, risulta, in modo abbastanza ovvio, che la stragrande maggioranza dei nostri clienti risiede in provincia di Trento.

All'interno della provincia di Trento la composizione per Comune di residenza evidenzia i seguenti dati:

CLIENTI PER PROVINCIA DI RESIDENZA



CLIENTI TARENTINI PER COMUNE DI RESIDENZA



Società:

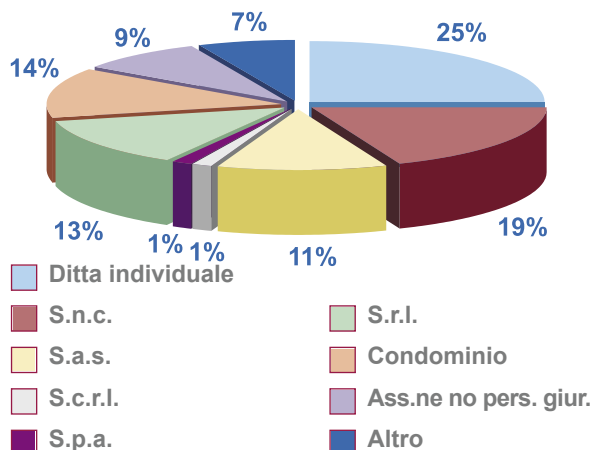
Il numero totale di clienti società è pari a 3.229, di cui 2.764 sono società di persone e 465 sono società di capitali. Entrando nel dettaglio delle forme giuridiche:

I Soci:

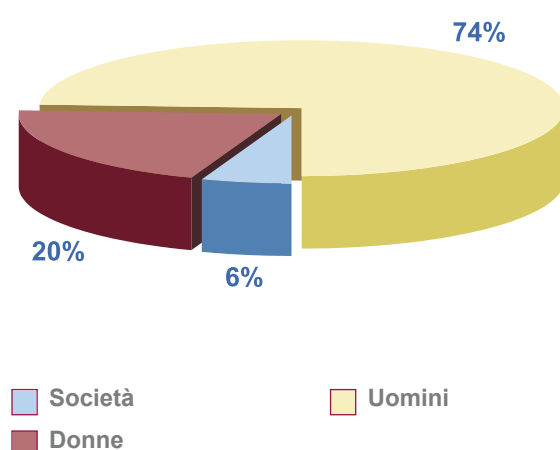
Le analisi appena viste possono essere effettuate sulla compagine sociale.

La Cassa Rurale Alto Garda, al 31 dicembre 2004, ha 3.746 Soci, così suddivisi per macrocategorie:

CLIENTI SOCIETÀ PER FORMA GIURIDICA



COMPOSIZIONE COMPAGINE SOCIALE PER MACRO CATEGORIE





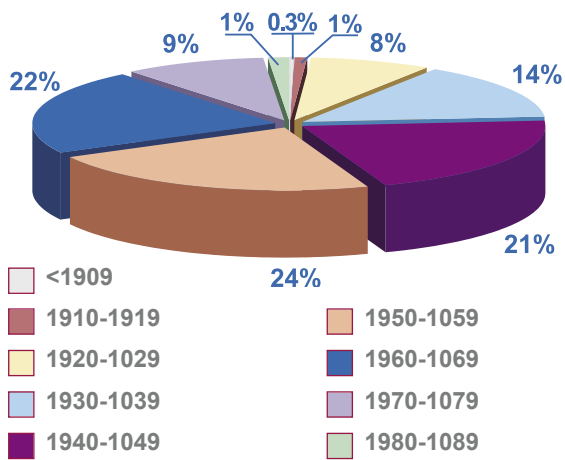
Notevole la preponderanza degli uomini (2.776) sul totale, che rappresentano i due terzi del totale dei Soci.

Interessante è vedere la suddivisione per fascia d'età dei Soci persone fisiche:

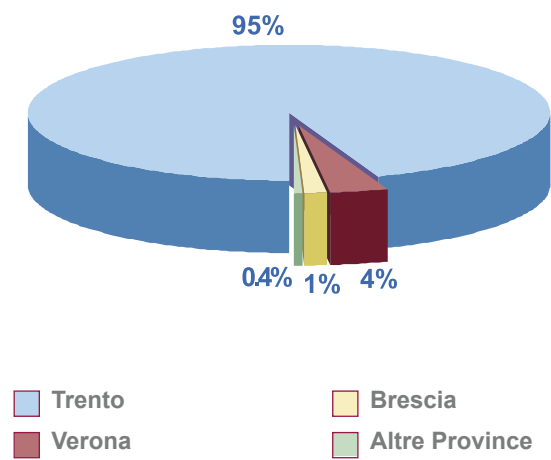
La maggiore concentrazione si ha nella fascia 1950-1959. I Soci nati dal 1940 al 1969 rappresentano ben il 65% del totale dei Soci.

Passando ad osservare la residenza, riguardo alla provincia, ben il 95% dei nostri Soci risiede nella provincia di Trento; percentuali ben minori si hanno per quanto riguarda la provincia di Verona (4%) e di Brescia (1%):

SOCI PERSONE FISICHE PER FASCIA D'ETÀ



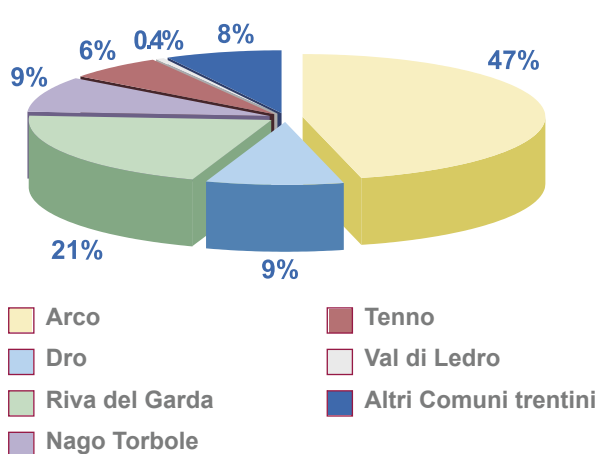
SOCI PERSONE FISICHE PER PROVINCIA DI RESIDENZA



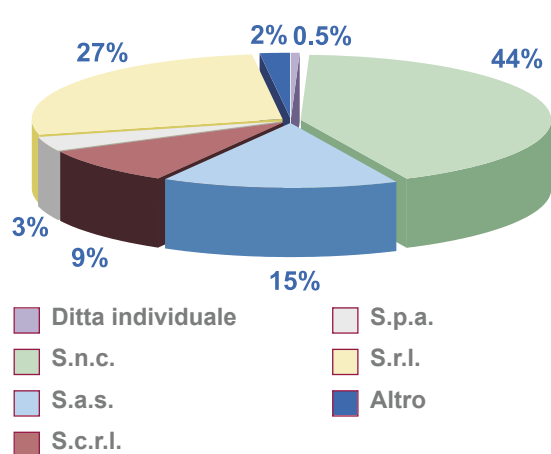
All'interno della Provincia di Trento, poi, la suddivisione nei vari comuni evidenzia una prevalenza del comune di Arco (1.628 Soci), seguito da Riva del Garda (733 Soci), Nago Torbole (329 Soci), Dro (328 Soci), Tenno (229 Soci), Comuni della Val di Ledro (14 Soci).

I Soci diversi dalle persone fisiche sono 207 e la loro suddivisione per forma giuridica è la seguente:

SOCI PERSONE FISICHE PER COMUNE DI RESIDENZA



SOCI SOCIETÀ PER FORMA GIURIDICA





ANALISI DELLA CLIENTELA

PRODOTTI POSSEDUTI:

L'analisi sui prodotti posseduti dai nostri clienti viene fatta raggruppando tutti i prodotti che la banca vende, in 10 famiglie di prodotti, esemplificative dei principali bisogni che la banca soddisfa nei confronti della clientela.

Per ogni famiglia di prodotto vengono indicati il numero di clienti che ne è titolare al 31 dicembre 2004 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: 23.336
Indice di penetrazione: 77,79%

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: 12.308
Indice di penetrazione: 41,03%

Raccolta gestita

Principalmente si tratta delle gestioni patrimoniali in fondi.

Numero: 2.252
Indice di penetrazione: 7,51%

Coperture assicurative

Si tratta dei prodotti assicurativi venduti dalla banca non rientranti in prodotti a pacchetto.

Numero: 672
Indice di penetrazione: 2,24%

Mutui

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

Numero: 5.002
Indice di penetrazione: 16,67%

Leasing

Numero: 130
Indice di penetrazione: 0,43%

Finanziamenti a breve

Tipicamente si tratta degli affidamenti in conto corrente.

Numero: 5.110
Indice di penetrazione: 17,03%

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: 19.202
Indice di penetrazione: 64,01%

Carte di pagamento

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

Numero: 17.206
Indice di penetrazione: 57,36%

Home banking

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

Numero: 3.081
Indice di penetrazione: 10,27%

INDICE DI PENETRAZIONE DELLE FAMIGLIE PRODOTTO

