



chiacchiere alla luce del sole

Ha un pannello fotovoltaico e si ricarica con l'energia solare il cellulare PM1005 Eco di PosteMobile. Prodotto con il 75% di materiale di riciclo, consente 330 minuti di conversazione e 180 ore di standby e, per i clienti PosteMobile, permette di fare operazioni sul conto corrente e acquistare on line. Prezzo: 59,90 euro. INFO: www.postemobile.it

MONETA ELETTRONICA

Costi a confronto

Prepagate: è boom

Non sono più sicure delle carte di credito per comprare online. Se fanno da conto corrente ci sono meno tutele.

Nel portafoglio degli italiani ci sono sette milioni di carte prepagate, che hanno per lo più la sagoma gialla di Postepay, la carta firmata dalle Poste che, con 5 milioni e mezzo di carte emesse, fa la parte del leone. Non solo nel Belpaese, anche in Europa. Negli ultimi anni le prepagate hanno avuto un grande successo: solo nel 2009 c'è stato un aumento del 12%.

Il boom è stato trainato dalla pubblicità, che le promuove come i mezzi di pagamento più sicuri per fare acquisti su internet.

Un mito da sfatare

Questa aurea di maggiore sicurezza spinge anche chi ha già una carta di credito a comprare una prepagata per fare shopping online, convinto di correre meno rischi. Non è così. La legge tutela ampiamente i titolari di carte di pagamento in caso di uso fraudolento a seguito di furto o smarrimento, lasciando a carico del titolare solo 150 euro al massimo prima del blocco della carta, nulla dopo. La società emittente dovrà quindi rimborsare quasi tutto il malto. Insomma, la legge fa, giustamente, ricadere tutte le conseguenze delle falle di un sistema informatico non ancora protetto in maniera adeguata su chi emette le carte e sui negozianti.

La prepagata, quindi, non serve se si ha già una carta di credito, perché la tutela è la stessa anche per gli acquisti online. Una carta in più nel portafoglio significa solo rimpinguare le casse di banche ed enti emittenti e più spese e commissioni per chi se la accolla. Solo in alcuni casi la prepagata può entrare in gioco in maniera vincente. Il primo caso è

quando non si ha una carta di credito (e non si ha intenzione di sottoscriverne una) e si vuole fare shopping su internet. Il secondo caso è quando si vuole mandare un figlio minorenni all'estero (la carta di credito richiede la maggiore età).

La carta giusta per comprare online

Per chi non ha una carta di credito e vuole fare shopping in un negozio virtuale, la prepagata da usare deve essere collegata al circuito Visa electron e Mastercard. Da evitare le carte utilizzabili solo sul circuito Pagobancomat, che non opera su internet. Tenete conto che se si sceglie una carta Maestro bisogna farsi rilasciare un numero virtuale del circuito Mastercard (diverso da quello riportato sulla carta). Tra le carte disponibili sul mercato abbiamo individuato la più conveniente ipotizzando tre ricariche e confrontando il costo medio nell'arco di due anni (quello di emissione e il successivo). Sono gli studenti di due università meridionali a fare gli affari migliori. Sono riservate a loro le carte più convenienti: Spider Università della Calabria (il costo medio su due anni, comprensivo di emissione e secondo anno: 3 euro) e Spider Università di Catania (4 euro). Fuori dal "club degli studenti", la prima

prepagata accessibile a tutti è Carta Jeans di Banca Popolare di Milano (costo medio: 4,25 euro). La più cara è Carta Ateneum, emessa da Iccrea e riservata agli studenti dell'Università di Salerno: costo medio di 26 euro.

Vacanza-studio all'estero

Pochi contanti e una prepagata, all'occorrenza ricaricabile anche a distanza da mamma e papà. Per Luca, 17 anni, che va a fare una bella vacanza studio in Inghilterra (vedi nel box a destra il tipo di utilizzo considerato), la prepagata più conveniente è firmata Credem (Carta Ego Gang e Carta Ego Friends) con un





costo medio su due anni di 26,47 euro. A soli tre centesimi di distanza troviamo anche la prepagata di Ubi Banca: Carta Sempre Prepagata (26,50 euro). La carta da non mettere nello zaino di Luca è Carta Cash card, emessa dalle Banche popolari italiane: costo medio di ben 66,50 euro.

Il gioco delle carte

Che differenza c'è tra una prepagata e una carta di credito? Sono entrambe strumenti di pagamento che possono essere usati per fare acquisti nei negozi reali o virtuali, ma la prepagata può essere utilizzata

QUANDO SERVE

Minore all'estero e acquisti online

La prepagata è utile solo se si devono fare acquisti online e non si ha la carta di credito e per mandare un minore in vacanza all'estero con in tasca uno strumento di pagamento flessibile e sicuro. Qui sotto vediamo i due profili considerati.



SARA, 35 ANNI

Non ha la carta di credito e vuole fare acquisti online. Fa tre ricariche in un anno. Il costo indicato è quello medio su due anni, calcolato facendo una media tra quello di emissione e del secondo anno.

■ La più conveniente

Carta Jeans di Banca Popolare di Milano:

- costo medio su due anni: 4,25 euro.
- costo ricarica in filiale: 1 euro; allo sportello automatico: 1 euro; su internet: 0,75 euro.
- prelievo da sportello automatico: 0,50 euro; da altre banche: 1,85 euro.
- prelievo all'estero (nei Paesi Uem): 1,85 euro; extra Uem: 2,50 euro.

■ **Seconda in classifica** carta Spider Università della Calabria e Spider Università di Catania sono i Migliori Acquisti per gli studenti (3 e 4 euro all'anno).

■ **La più cara** Carta Ateneum, riservata agli studenti dell'Università di Salerno. Costo medio: 26 euro.

■ **RISPARMIO:** 21,75 euro



LUCA, 17 ANNI

Va in Gran Bretagna per un soggiorno-studio. Fa pagamenti all'estero per 450 euro, 3 ricariche, 3 prelievi da Atm della banca emittente in Italia, 2 prelievi da Atm di altre banche, 3 prelievi extraUem.

■ La più conveniente

Carta Ego Gang o Carta Ego Friends di Credem:

- costo medio su due anni: 26,47 euro.
- costo ricarica in filiale: 1,99 euro; su internet: 0,49 euro
- prelievo da sportello automatico: 1,50 euro; da altre banche: 1,50 euro.
- prelievo all'estero (nei Paesi Uem): 1,50 euro; extra Uem: 1,50 euro.

■ **Seconda in classifica** a pochi centesimi: Carta Sempre Prepagata emessa da Ubi Banca. Costo medio su due anni: 26,50 euro.

■ **La più cara** Carta Cash Card, emessa dall'Istituto delle Banche popolari italiane, che ha un costo medio di 66,50 euro.

■ **RISPARMIO:** 40,03 euro

▶ solo nei limiti del denaro già caricato non oltre, mentre la carta di credito permette di pagare il mese dopo gli acquisti fatti in un determinato mese. La prepagata, invece è una carta di debito, perché gli acquisti sono addebitati nel momento in cui sono stati fatti. Non è legata a un conto corrente, quindi può essere acquistata anche da chi non ce l'ha, a differenza della carta di credito. Ce ne sono di due tipi: usa e getta (terminato il credito bisogna chiederne un'altra) o ricaricabili, che si possono caricare più volte fino alla loro naturale scadenza (in genere, tre anni, ma ci sono anche prodotti che

arrivano a 10 anni dall'emissione). L'altra caratteristica che le distingue da una carta di credito è che le prepagate possono essere emesse a favore di un minore, se autorizzato da un maggiorenne che si assume la responsabilità degli utilizzi nel contratto di richiesta della carta (un minore non può assumere obblighi contrattuali).

Il valzer delle commissioni

Il boom delle prepagate nel nostro Paese si spiega anche per il fatto che sono percepite come uno strumento "giovane" ed economico. In realtà, ci si lascia ingannare dal fatto che in genere non hanno un canone annuo (come la carta di credito), ma l'uso si paga: ci sono commissioni per le ricariche (fino a 4 euro, in ricevitoria Sisal 5 euro) e per i prelievi agli sportelli automatici. Persino il rimborso del residuo è a pagamento, in media 2,50 euro, ma si arriva anche a 10 euro. Può essere chiesto, in genere, entro 12 mesi dalla scadenza della carta. Alcune carte fanno pure la cresta e consentono il rimborso solo se il residuo è superiore a un minimo (in genere 10 euro). Da segnalare anche le commissioni per il blocco della carta che non poche banche intascano: da 5 euro ai 10 di Carta Chiara e delle carte di Banca Sella. Quasi tutte le carte hanno anche un costo all'emissione, una tantum, che vale fino alla scadenza della carta (da 3 a 10 anni). Tutte queste spese rischiano di non essere mai percepite nel loro insieme, per cui chi compra la prepagata non

fa i conti per capire se ricaricarla ogni mese non costi di più che utilizzarla in un anno una carta di credito.

Facciamoli noi un po' di conti: ipotizzando 12 ricariche in un anno, si spendono da un minimo di 12 euro (carta Jeans e Postepay) a un massimo di 48 euro (Carta Chiara).

Sono mediamente 22,80 euro per 12 ricariche (visto che il costo medio di una ricarica allo sportello della banca è di 1,90 euro). Insomma, ricaricare ogni mese una prepagata potrebbe costare di più che utilizzare in un anno una carta di credito: per esempio se considerate che la carta Altroconsumo, Migliore Acquisto per i soci, costa per il nostro profilo di utilizzo solo 15,52 euro, dimezzato a 7 euro se si opta per l'invio online dell'estratto conto.

Spese sotto controllo

Come faccio a controllare le spese che faccio con la prepagata? La maggior parte di queste carte non prevede l'invio di un estratto conto periodico. Questo non significa che cali il buio sui nostri movimenti.

Le spese posso essere tenute sotto controllo inserendo la carta in uno sportello Atm della banca che l'ha emessa oppure telefonando al servizio clienti. In molti casi è possibile anche attivare gratuitamente un servizio di Sms informativo, che prevede l'invio di un alert sul cellulare a ogni spesa fatta con la carta. Comunque, se il titolare lo desidera, può chiedere un estratto conto. In questo

IL NOSTRO TEST

12 prepagate potenziate a confronto

■ Abbiamo messo a confronto le 12 carte prepagate "potenziate" che fanno da conto corrente, considerando il costo medio su due anni (quello di emissione e il secondo) per il seguente profilo di utilizzo: domiciliazione utenze, accredito stipendio o pensione, sei prelievi Atm dalla stessa banca e sei da altre banche, 12 bonifici con addebito in conto, 6 bonifici nell'area Sepa con addebito in conto, 12 versamenti assegni o contanti.

CARTE PREPAGATE "POTENZIATE" A CONFRONTO

COSTI IN EURO (ottobre 2010)

Carta	Emittente	Circuito di pagamento	Costo medio annuo per profilo	Costo di emissione	Canone annuo	Ricarica sportello	Ricarica online	Ricarica via Atm	Prelievo Italia e Uem	Prelievo Extraeuro	Bonifici Italia e Sepa sportello	Bonifici Italia e Sepa online
Conto Tascabile	Che Banca!	Mastercard Pagobancomat	12	0	12	0	0	0	0	3	0	0
Kdue	Banco Popolare	Mastercard Pay Pass	33	6	12	2,50	0	0	2	5	3	1
SellaMoney Ricarica No Cost	Banca Sella	Visa Electron	37,50	6	6	0	0	0	2	2	2,50	1
SuperFlash	Intesa San Paolo	Mastercard Paypass	41,90	0	9,90	1	1	1	2	5	3,50	0,50
Spider	Monte dei Paschi di Siena	Visa Electron Pagobancomat	53,86; online 47,36	0	10; 7 online	2	0	1	1,81	4	0,50	0,50
Carta Enjoy	Ubi Banca	Mastercard	64	2	12	3	0,50	1	fuori Italia 5	5	4	1
Ricarige	Banca Carige	Visa Pagobancomat	65,50	5	12	2,50	0,50	1	2	4	3,75	1
Contointasca	Credito Valtellinese	Visa Pagobancomat	75	0	0	2,50	1	1,50	1,50	3,50	4	2

caso, però, mettete in conto il pagamento di costi di invio e dell'imposta di bollo di 1,81 euro se il valore è superiore a 77,47 euro.

Se la carta fa da conto corrente

Sul mercato ormai da qualche anno sono spuntate, con grande dispiegamento pubblicitario, carte prepagate "potenziate", che possono essere usate come un conto corrente base in cui accreditare lo stipendio o la pensione, domiciliare le utenze, per pagare le spese o prelevare contanti dagli Atm o per inviare o ricevere bonifici in Italia e nei 31 Paesi europei dell'area Sepa.

Possono sostituire un conto corrente? Per rispondere a questa domanda, abbiamo considerato il profilo di un correntista che non ha esigenze finanziarie particolari, ma solo di base. Infatti, le prepagate "potenziate" non danno possibilità di scoperto né libretto degli assegni né deposito titoli (quest'ultimo necessario per acquistare prodotti finanziari). Non solo. Essendo prodotti di moneta elettronica non sono coperti dal Fondo interbancario di tutela dei depositi, previsto invece per i rapporti di conto corrente. Quindi, in caso di fallimento della banca emittente, non sono tutelate le somme sulla carta. Inoltre, in molti contratti il titolare è considerato responsabile totalmente in caso di perdita o furto dei codici di accesso al servizio e di uso fraudolento da parte di terzi. In barba, alla nuova normativa sui servizi di pagamento e quindi al limite massimo di 150 euro.

NUOVE FRONTIERE

Pagare con il cellulare

■ La prepagata Postepay delle Poste può essere associata a una sim telefonica Postemobile che consente di usare il cellulare come uno strumento di pagamento per ricaricare la propria Postepay o quella di altri con 1 euro; pagare un bollettino postale (1 euro + 0,15 per sms di conferma); inviare denaro all'estero con Moneygram.

Il telefonino usato come carta di pagamento ne ha gli stessi problemi di sicurezza, ma non la stessa tutela in caso di furto o smarrimento. Come per le carte anche per i cellulari, la legge dovrebbe prevedere che la responsabilità del titolare sia limitata a 150 euro massimo. Al momento non ci sono queste tutele nei contratti con i gestori.



MOLTE PREPAGATE NON TUTELANO IL TITOLARE IN CASO DI FURTO O FRODE: LEGGETE BENE IL CONTRATTO

Le "potenziate" sono competitive

Abbiamo messo a confronto le 12 carte di questo tipo presenti sul mercato. Basta dare un'occhiata al costo annuo del Conto Tascabile di CheBanca! (12 euro), il primo in classifica, per capire quanto siano competitive rispetto a un conto corrente tradizionale.

Infatti, sul mercato solo un conto online, il Conto Corrente Arancio di Ing Direct fa meglio azzerando il costo annuo, perché tiene a suo carico anche l'imposta di bollo prevista dalla legge (34,20 euro).

Gli altri conti tradizionali sono tutti più cari del Conto Tascabile di CheBanca! perché anche se il costo annuo è zero, i 34,20 euro dell'imposta di bollo restano a carico del correntista. Le prepagate potenziate godono dell'indubbio vantaggio derivante dal fatto di non dover sottostare al pagamento dell'imposta.

Anche messe a confronto con i cosiddetti "conti semplici" lanciati all'inizio dell'anno scorso a seguito di un accordo tra Abi e associazioni dei consumatori sono molto più convenienti. Il target è lo stesso, correntisti con esigenze base, ma i prodotti finora comparsi sul mercato sono davvero deludenti e poco competitivi. Basti pensare che l'offerta migliore è quella di Banco Popolare: 70,20 euro all'anno.

Una politica dei prezzi da rivedere, considerando l'obiettivo dell'accordo di calmierare i costi. Forse, l'offerta di conti semplici da volontaria dovrebbe diventare obbligatoria per attivare il meccanismo della concorrenza e portare a una reale riduzione dei canoni. Del resto è questo lo scopo dell'iniziativa. ■

TESSERA DEL TIFOSO E PREPAGATA

Dal Milan alla Juve: il tifo nel portafoglio

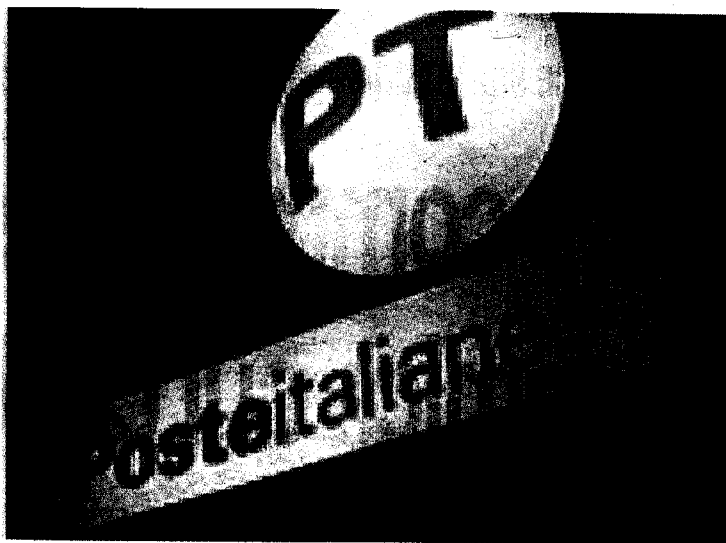
■ Nei portafogli dei tifosi di calcio spuntano i profili delle carte prepagate a loro dedicate, che hanno debuttato l'anno scorso in concomitanza con l'obbligo di sottoscrivere la "tessera del tifoso" per poter comprare un abbonamento allo stadio. Le società emittenti hanno fiutato subito l'affare e hanno abbinato alla tessera del tifoso la

possibilità di attivare la funzione di prepagata. Bisogna dire che tifo e convenienza non vanno a braccetto. Ma, si sa, la fede calcistica... Sappiate

che Carta Flash Orgoglio Viola, Siamo Rossoblu, Juventus Card, Flash Cuore Rossonero, Siamo Noi (Inter) non sono tra i nostri Migliori Acquisti.



Lo sportello di via Ascenzi dedicato ai professionisti sarà attivo fino alle 19 PostaImpresa apre anche nel pomeriggio



Con la ripresa delle attività produttive e la riapertura degli studi professionali dopo le festività natalizie, torna a disposizione degli operatori economici anche nel turno pomeridiano il PostaImpresa di Via Ascenzi, l'ufficio di Poste Italiane ideato e sviluppato per i professionisti, le aziende, le Associazioni e la Pubblica Amministrazione. Il PostaImpresa è quindi di nuovo a disposizione della clientela con orario continuato dalle 8.00 alle 19.00 dal lunedì al venerdì e dalle 8.00 alle 13.15 il sabato. I clienti business possono rivolgersi agli sportelli del PostaImpresa per accedere ai prodotti finanziari, all'intera offerta dei prodotti e servizi per inviare o ricevere pacchi e corrispondenza, ai servizi di Direct Marketing come ad esempio Posta Target, una soluzione che consente di spedire comunicazioni pubblicitarie, promozionali e personalizzate raggiungendo specifici segmenti di clientela su tutto il territorio italiano. A disposizione presso l'ufficio di Via Ascenzi anche i servizi telefonici PosteMobile Impresa con piani tariffari dedicati e soluzioni personalizzate convenienti.



In Breve

PosteImpresa, torna l'apertura pomeridiana

VASTO. Dopo le festività natalizie, torna ad aprire anche nelle ore pomeridiane l'ufficio PosteImpresa di via Giulio Cesare, il servizio per i professionisti, le aziende, le associazioni e la pubblica amministrazione. "Il PosteImpresa - si legge in una nota di Poste Italiane - è quindi di nuovo a disposizione della clientela con orario continuato dalle 8 alle 18.30 dal lunedì al venerdì e dalle 8.00 alle 12.30. I clienti business possono rivolgersi agli sportelli del PosteImpresa per accedere ai prodotti finanziari, all'intera offerta dei prodotti e servizi per inviare o ricevere pacchi e corrispondenza, ai servizi di Direct Marketing come ad esempio Posta Target, una soluzione che consente di spedire comunicazioni pubblicitarie, promozionali e personalizzate raggiungendo specifici segmenti di clientela su tutto il territorio italiano. A disposizione presso l'ufficio di via Giulio Cesare anche i servizi telefonici PosteMobile Impresa con piani tariffari dedicati e soluzioni personalizzate convenienti".



Servizi In via Ascenzi
PosteImpresa
anche
di pomeriggio

VITERBO - Con la ripresa delle attività produttive e la riapertura degli studi professionali dopo le festività natalizie, torna a disposizione degli operatori economici anche nel turno pomeridiano il PosteImpresa di via Ascenzi, l'ufficio di Poste Italiane ideato e sviluppato per i professionisti, le aziende, le associazioni e la pubblica amministrazione. Il PosteImpresa è quindi di nuovo a disposizione della clientela con orario continuato dalle 8 alle 19 dal lunedì al venerdì e dalle 8 alle 13,15 il sabato. I clienti business possono rivolgersi agli sportelli del PosteImpresa per accedere ai prodotti finanziari, all'intera offerta dei prodotti e servizi per inviare o ricevere pacchi e corrispondenza, ai servizi di Direct Marketing come ad esempio Posta Target, una soluzione che consente di spedire comunicazioni pubblicitarie, promozionali e personalizzate raggiungendo specifici segmenti di clientela su tutto il territorio italiano. A disposizione presso l'ufficio di Via Ascenzi anche i servizi telefonici PosteMobile Impresa con piani tariffari dedicati e soluzioni personalizzate convenienti.



L'iniziativa

Posta, gli sconti nei negozi accreditati sul conto

Sconti BancoPosta, il programma di loyalty attivo in oltre 15 mila punti vendita convenzionati in tutta Italia, di cui oltre sessantacinque a Caserta e provincia, ha consentito l'accredito sui conti correnti BancoPosta di oltre un milione di euro di sconti in poco più di due mesi dal lancio dell'iniziativa. Sconti BancoPosta, si legge in una nota, «è molto più di una raccolta punti, è risparmio vero perché garantisce sconti dal 2 al 40% che vengono accreditati direttamente sul conto del cliente e che, in questo periodo, si sommano ai saldi stagionali. Gli sconti sono riservati ai titolari di

Carta Postamat, Carta Postamat Click, Carta BancoPosta Più, Postepay New Gift, Postepay Roma, Postepay Lazio e Postepay PosteMobile che effettuano acquisti nel circuito convenzionato, cui aderiscono catene di distribuzione organizzata, piccole catene locali e singoli punti vendita, anche online, appartenenti a tutte le categorie merceologiche: supermercati, negozi di abbigliamento, ristoranti, distributori di carburante, hotel, elettronica, trasporti. Tra i punti vendita ci sono partner prestigiosi. Gli sconti accumulati vengono

rimborsati direttamente sul conto del cliente ogni volta che si raggiungono dieci euro o comunque alla fine dell'anno, in caso di accumulo sconti inferiore a dieci euro. L'adesione al programma di sconti è automatica e gratuita. È possibile verificare l'elenco degli esercizi convenzionati tramite l'esposizione nel punto vendita del logo Sconti BancoPosta, contattando il Servizio Clienti «BancoPostarisponde» o consultando il sito www.scontibancoposta.it e la guida agli sconti che viene inviata a casa dei clienti da BancoPosta.



PER UTENTI BANCOPOSTA

Sconti agli acquisti grazie alle Poste

Iniziativa accreditata in quindici punti vendita in provincia di Gorizia

Sconti BancoPosta, il programma di Loyalty attivo in oltre 15mila punti vendita convenzionati in tutta Italia, di cui oltre venti nella provincia di Gorizia, ha consentito l'accredito sui conti correnti BancoPosta di oltre 1 milione di euro di sconti in poco più di due mesi dal lancio dell'iniziativa. Sconti BancoPosta garantisce riduzioni dal 2% al 40% che vengono accreditati direttamente sul conto del cliente e che, in questo periodo, si sommano ai saldi stagionali.

Gli sconti sono riservati ai titolari di Carta Postamat, Carta Postamat Click, Carta BancoPosta Più, Postepay New Gift, Postepay Roma, Postepay Lazio e Postepay PosteMobile che effettuano acquisti nel circuito convenzionato, cui aderiscono catene di distribuzione organizzata, piccole catene locali e singoli punti vendita, anche online, appartenenti a tutte le categorie merceologiche: supermercati, negozi di abbigliamento, ristoranti, distributori di carburante, hotel, elettronica, trasporti. Tra i punti vendita ci sono partner prestigiosi come Euronics, Shell, Tamoil, MyChef, PosteMobile, Shopping24.

Gli sconti accumulati vengono rimborsati direttamente sul conto del cliente ogni volta che si raggiungono 10 euro o comunque alla fine dell'anno, in caso di accumulo sconti inferiore a 10 euro. L'adesione al programma di sconti è automatica e gratuita. È possibile verificare l'elenco degli Esercizi Convenzionati tramite l'esposizione nel punto vendita del logo Sconti BancoPosta, contattando il Servizio Clienti "BancoPostarisponde" (numero gratuito 800.00.33.22), o consultando il sito www.scontibancoposta.it e la Guida agli Sconti che viene inviata a casa dei clienti da BancoPosta.



Banco Posta, sconti in arrivo sui conti dei clienti

BARI - Sconti dal 2 per cento al 40 per cento che vengono accreditati direttamente sul conto del cliente e che, in questo periodo, si sommano ai saldi stagionali. E' risparmio vero quello garantito da 'Sconti BancoPosta0, il programma di loyalty attivo in oltre 200 punti vendita convenzionati di Bari e provincia - più di 15000 in tutta Italia - che ha consentito l'accredito sui conti correnti BancoPosta di oltre 1 milione di euro di sconti in poco più di due mesi dal lancio. Gli sconti sono riservati ai titolari di Carta Postamat, Carta Postamat Click, Carta BancoPosta Più, Postepay New Gift e Postepay PosteMobile che effettuano acquisti nel circuito convenzionato, cui aderiscono catene di distribuzione organizzata, piccole catene locali e singoli punti vendita, anche online, appartenenti a tutte le categorie merceologiche: supermercati, negozi di abbigliamento, ristoranti, distributori di carburante, hotel, elettronica, trasporti. Gli sconti accumulati vengono rimborsati direttamente sul conto del cliente ogni volta che si raggiungono 10 euro o comunque alla fine dell'anno, in caso di accumulo sconti inferiore a 10 euro.

L'adesione al programma di sconti è automatica e gratuita.



La strategia per incentivare l'uso delle carte BancoPosta

Poste Italiane fidelizza coalizzandosi con i brand

DI ANDREA G. LOVELOCK

Sconti e saldi, cuccagna per il consumatore, sono anche i piatti forti dell'operazione lanciata da Banco Posta: è un programma di fidelizzazione che intende incentivare l'uso delle carte BancoPosta, assicurando ai titolari sconti dal 2 al 40% in circa 15 mila punti-vendita in Italia e appartenenti a vari settori merceologici, come negozi di abbigliamento, ristoranti, distributori di carburante, hotel, negozi di elettronica, trasporti.

«Il programma», spiega **Luca Leoni**, responsabile del marketing intelligence di Banco Posta, «è partito nel febbraio dello scorso anno, con il lancio di Carta Posta Più, e ha avuto un primo periodo di rodaggio che ci è servito per verificarne il livello di penetrazione tra la nostra clientela. Con il successivo lancio della carta di debito Banco Postamat, lo scorso ottobre, abbiamo avviato una vera e propria azione di coalition marketing».

Si tratta di sconti che tra l'altro in questo periodo si sommano ai saldi stagionali, resi disponibili nei punti-vendita convenzionati, che vengono contabilizzati e restituiti direttamente sul conto del cliente, senza doverli richiedere direttamente al negoziante. Entro 24 ore, scatta l'accredito automatico sul conto del titolare che può visualizzare in ogni momento gli sconti accumulati.

«Dal momento che lo sconto può scattare al bar o in punti vendita dove si effettuano anche piccoli acquisti», continua il manager, «abbiamo deciso, per motivi tecnici, di far scattare l'accredito al raggiungimento di almeno 10 euro di sconti, ma di fatto se il titolare sceglie costantemente i punti vendita convenzionati l'accumulo diventa interessante».



Luca Leoni

Un meccanismo semplice che si rivolge ai circa 6 milioni di titolari delle nostre carte e che ha già dato ottimi riscontri: in soli due mesi, da ottobre a dicembre, i clienti BancoPosta che hanno sfruttato questa operazione, hanno accumulato sconti per oltre 1,3 milioni di euro».

Tra i partner dell'operazione, oltre a PosteMobile che è l'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane, figurano Euronics, Shell, Tamoil, MyChef, Shopping24. «Ed è proprio da loro», sottolinea Leoni, «che abbiamo ricevuto i primi riscontri positivi: praticamente tutti ci hanno segnalato di aver registrato un considerevole aumento di business, proprio attraverso l'uso delle nostre carte da parte dei clienti. Siamo dunque in presenza, da un lato di una iniziativa che incentiva

va i consumi offrendo comunque dei benefici al cliente e dall'altro di un meccanismo che risulta moltiplicatore del giro d'affari dei partner della distribuzione che ne sono coinvolti».

—© Riproduzione riservata—





Un telefono ecologico

Se stai pensando di cambiare il tuo cellulare, fai una scelta che rispetta l'ambiente: PM1005 Eco è il nuovo telefono di PosteMobile costruito per il 75% con materiale riciclato e che sfrutta l'energia solare per la sua ricarica. Ma non è tutto: una parte del prezzo di vendita è devoluto a sostegno delle Oasi del WWF. Lo trovi in tutti gli uffici postali a 59,90 euro.