

# NOI L'AVEVAMO DETTO...

Ogni tanto riusciamo a levarci qualche soddisfazione ed indubbiamente gli articoli comparsi qualche giorno fa sulla stampa economica dimostrano che predicare nel deserto, alla fine, non è sempre inutile.

Ci riferiamo ai rilievi mossi dalla Consob alle cinque principali banche italiane per il modo in cui costringono gli addetti alla vendita a collocare i loro prodotti. I nomi sono stati resi noti, per la prima volta: Unicredit, Intesa Sanpaolo, Mps, Banco Popolare, Bnl. Istituti che hanno insieme 15.000 sportelli, quasi la metà di quelli esistenti in Italia. Secondo la Consob, le politiche commerciali adottate dalle cinque banche per la selezione dell'offerta di servizi ai clienti e le politiche di incentivazione del personale "sono risultate in larga parte imperniate su logiche di prodotto (quantitativi di prodotti da vendere, di norma di raccolta propria o del gruppo) anziché di servizio reso nell'interesse della clientela". Questo comportamento "non è idoneo a contenere potenziali conflitti d'interesse tra banca e cliente" poiché il personale "può essere indotto a collocare i prodotti, spesso quelli sviluppati dalla casa, secondo criteri a budget, indipendentemente dall'adeguatezza degli investimenti per la clientela" (da Il sole 24ore del 4 maggio scorso).

I comportamenti delle banche sono una chiara elusione della direttiva Mifid sui servizi d'investimento, che impone agli intermediari di "servire al meglio gli interessi dei clienti". La Consob invita quindi le società a convocare i propri C.d.A. per rivedere le procedure di vendita dei servizi finanziari. L'iniziativa dell'autorità di vigilanza è importante perché evidenzia che il cliente rappresenta comunque "il soggetto debole" del contratto e che il principio della Mifid, di servirlo al meglio, è prioritario rispetto alle esigenze del budget.

La Consob ufficializza cose che tutti i bancari fanno e che noi andiamo ripetendo da anni. Ci sarebbe semmai da estendere il discorso anche ad altre banche, perché quasi tutte adottano le stesse pratiche. Occorre dare una svolta alle politiche di vendita, aggressive e inadeguate, riportandole a criteri di coerenza, di adeguatezza, di rispetto della normativa e delle direttive sulla tutela del risparmio. I colleghi che fanno i consulenti e i gestori devono poter lavorare in sicurezza e tranquillità, per poter affrontare con la massima serenità le turbolenti vicende dei mercati, oggi più che mai nell'occhio del ciclone.

E' bene ricordare che i rischi assunti in prima persona, nello "spingere" i prodotti consigliati, si traducono spesso in fattore di stress e di disaffezione al lavoro, soprattutto quando le ipotesi e gli scenari previsti dai grandi specialisti del vertice aziendale si rivelano completamente sballati, come spesso è accaduto e accadrà ancora.

La fiducia e la confidenza dei clienti è più importante della realizzazione dei budget e anche di quella misera manecchia che arriva ai gestori con il premio incentivante: le vere milionate arrivano ai dirigenti e agli azionisti, che spesso non hanno mai visto in faccia neanche un cliente e non hanno mai dovuto gestire le criticità conseguenti alle proprie scelte.

Nell'attesa di vedere come l'invito della Consob venga recepito dagli organi societari delle banche (e senza coltivare soverchie illusioni in proposito), sappiamo di avere comunque uno strumento in più per poter difendere la deontologia professionale dei colleghi che, tante volte, hanno salvato la propria azienda disobbedendo alle direttive dei vertici, vendendo quello che era giusto anziché quello che faceva conto economico.

**C.U.B.-S.A.L.L.C.A. *Credito e Assicurazioni***

[www.sallcacub.org](http://www.sallcacub.org)

[sallca.cub@sallcacub.org](mailto:sallca.cub@sallcacub.org)

Sede Legale: Milano - Viale Lombardia 20; tel. 02/70631804-02/70634875; fax 02/70602409

Sede Operativa: Torino - Corso Marconi 34; tel. 011/655454; fax 011/6680433 cicl.in prop. 18/05/2010