

25 aprile 2003 0:00

"4YOU". DOPO LA "STRIGLIATA" DEI REVISORI, BANCA MPS CAMBI DRASTICAMENTE ROTTA

Firenze 25 aprile 2003 - Il collegio dei sindaci revisori della Banca MPS ha, sebbene in modo felpato (come tradizione dei revisori), strigliato il modo di vendere i prodotti finanziari degli sportelli dicendo che *"non sempre gli sportelli periferici del Monte dei Paschi informano in modo corretto e puntuale il pubblico sulla rischiosita' degli investimenti che propongono. Possono migliorare"*.

La perdita di credibilita' dell'istituto senese a causa della vendita dei prodotti finanziari come il "4You" ha scoperchiato un vaso di pandora. La verita' e' che vi e' un malcostume diffuso nella vendita dei prodotti finanziari derivato dalla necessita' di raggiungere gli obiettivi fissati dai budget di vendita. Questo e' vero per Banca MPS come per tutto il sistema bancario.

Contestualmente il testo unico della finanza introdotto nel 1998 ha fissato degli obblighi stringenti per chi vende prodotti finanziari e questi obblighi non sono ancora stati recepiti, nella prassi, dal sistema bancario in generale. Abbiamo rilevato moltissime infrazioni dello spirito e della lettera del testo unico, nel collocamento dei prodotti "4You" (e non solo) ed alcune infrazioni sono anche di carattere penale.

E' giunto il momento che la Banca MPS modifichi radicalmente il modo di vendere i prodotti finanziari. Non si tratta solo dei singoli casi di funzionari "poco attenti", **Il problema e' legato alle pressioni di vendita derivanti dagli obiettivi fissati nei budget**. E' necessario porre le esigenze del cliente, e non il budget, al centro del servizio, modificando drasticamente la struttura delle commissioni. E' necessario ripensare l'intero approccio agli investimenti finanziari. Dalla crisi di fiducia che la banca sta vivendo a causa del grave errore commesso commercializzando un prodotto assurdo come il "4You" puo' derivare un nuovo e piu' efficiente modo di pensare il rapporto con i clienti-risparmiatori.

Se la Banca MPS non prendera' questa strada le decine di migliaia di sottoscrittori dei prodotti "4You" e simili saranno una inestinguibile fonte di pubblicita' negativa che potrebbe minare definitivamente il rapporto di fiducia con i clienti. Non pensino i nuovi dirigenti che verranno nominati di risolvere la cosa con un accordo che salvaguardi solo pochi casi.

Alessandro Pedone, consulente Aduc per gli investimenti finanziari
clicca qui (<http://investire.aduc.it>)