

BANCHE E BANCARI

Quel concorso interno di Mps sulle gemme

**Nicola
Borzi**

Nel Monte dei Paschi di Siena sul collocamento dei diamanti ai clienti si facevano anche "concorsi a premi" (*contest*) aperti, però, solamente ad alcuni dipendenti. Lo testimonia un comunicato datato 12 ottobre 2016 intitolato "Un diamante è per sempre, ma non per tutti", cinque giorni prima della prima puntata di Report (la trasmissione d'inchiesta di Rai3) sul settore, firmato dalla Rsa della **Uilca** di Genova e Liguria di Mps. Il volantino affermava che «in questi giorni l'incaricato Dpi gira le filiali per andare a portare il "verbo" del come si vende. I bancari di questo istituto lo sanno benissimo come si vende e in maniera appropriata e per il bene della banca».

Il comunicato proseguiva: «Il *contest*, vedi circolare aziendale pubblicata il 14 luglio 2016 con validità sino al 31 dicembre 2016, con le solite modalità di promozione, prevede i seguenti riconoscimenti ai colleghi che proporranno diamanti alla clientela: A - almeno 5 segnalazioni: premio un paio di orecchini da 0,2 carati del valore di

mercato di circa 250 euro; B - almeno 10 segnalazioni: premio smartphone del valore di mercato di circa 800 euro; C - almeno 15 segnalazioni: premio solitario con diamante del valore di mercato di circa 900 euro». La **Uilca** delle rappresentanze sindacali territoriali liguri segnalava che il *contest* era rivolto solo ai dipendenti del settore *private* e non a tutti i bancari e chiedeva: «È una scelta della banca per evitare che ancora altri colleghi del *private* si dimettano portando via i clienti? Se questi sono i premi dati ai gestori *private* c'è qualcuno che prende premi ancora più alti?».

Ma le domande più rilevanti, pubblicate lo scorso anno dalla **Uilca** territoriale del Monte dei Paschi, sono queste: «Che scopo ha continuare a perdere raccolta, visto che gran parte di questi investimenti non provengono da denaro fresco? Quanto è insana e di corto respiro per la banca la rincorsa alla commissione

immediata che comporta una perdita di raccolta? Quanta raccolta è stata persa in questi due anni in cui offriamo questo servizio?». Per il collocamento di diamanti allo sportello l'Antitrust ha sanzionato come «gravemente ingannevoli e omissive le modalità di offerta dei diamanti da investimento» e ha comminato a Mps una sanzione di 2 milioni: di certo non è una gran somma rispetto alle commissioni incassate, ma qual è la dimensione del danno reputazionale?

nicola.borzi@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

