

29 gennaio 2007 0:00

Bnp-Bnl: altro che efficienza straniera importata in Italia!

di [Giuseppe D'Orta](#)

Avevamo già espresso il nostro scetticismo, basato anche sulle passate esperienze, sul fatto che l'arrivo di banche estere avrebbe aperto il settore e quindi portato più concorrenza, prodotti migliori, minori costi.

Ed ecco i primi fatti concreti che fanno comprendere come le banche straniere comprino quelle italiane col solo scopo di partecipare anch'esse al "gran banchetto" degli istituti di credito nazionali.

Su Milano Finanza di sabato scorso è apparso un articolo sulla "riorganizzazione" della Banca Nazionale del Lavoro ad opera di Bnp-Paribas, articolo che riporta anche le affermazioni di uno dei responsabili.

Come sempre in questo settore, occorre "tradurre in italiano" ciò che viene detto: vediamo di farlo.

BNL ha completato la riorganizzazione dei fondi comuni di casa, passandoli da 34 a 16.: fin qui ci può stare, ancora di più se si considera che la BNL è passata ad un gruppo che possiede già i propri fondi comuni.

Ora gli sforzi si concentrano sulle polizze: si tratta degli "sforzi" commerciali della banca per guadagnare.

Lo sviluppo riguarderà nuove gestioni patrimoniali

(http://investire.aduc.it/articolo/gestioni+patrimoniali+fondi+gestioni+finta_8581.php) e ulteriori polizze unit-linked (http://investire.aduc.it/articolo/polizze+unit+link_5558.php): e figuriamoci se non si "svilupparono" i prodotti meno efficienti e più ricchi di commissioni per chi li vende.

Abbiamo un nuovo modello di segmentazione dell'investitore...cerchiamo di indentificare il suo potenziale: classi di clientela studiate per meglio vendere e sfruttare il "potenziale" di provvigioni che si riesce a prendere al cliente.

La prima unit linked ha raccolto 600milioni in quattro settimane e la seconda, il cui collocamento è in corso, ha già raccolto 700milioni di euro in dieci giorni lavorativi, di cui il 70% dalla conversione del portafoglio titoli della clientela.: tradotto "in italiano" vuol dire che dalla BNL hanno iniziato a telefonare a tappeto alla clientela, invitandola a passare in agenzia perché "c'è un'occasione senza rischio da non perdere" e facendo disinvestire fondi comuni ed altri titoli, magari obbligazioni BNL suggerite in passato dalla stessa banca. Il titolo dell'articolo di MF è, infatti, molto eloquente: **"Meno fondi e più polizze per BNL"**.

È davvero avvilente constatare come ad una banca ancora basti alzare il telefono per vendere qualsiasi cosa desideri vendere. E qui i clienti hanno la loro bella fetta di responsabilità.

Da sottolineare, infine, come l'articolo diventi mano a mano uno spot pubblicitario per le polizze della banca senza alcun contraddittorio. Ma anche a questo siamo abituati.