

► un incremento vicino al 50% rispetto al 2002. La crescita è stata maggiore proprio nella calzetteria, mentre sul *seamless* c'è stato un lieve decremento, visto l'arrivo dei concorrenti: prima eravamo da soli, ora siamo in 86. Per restare sul mercato con successo, ormai è impossibile continuare a diminuire i costi. Bisogna investire in ricerca, sviluppo, comunicazione, pubblicità».

L'handicap dell'euro. Il distretto mantovano della calza ha come secondo polo Asola, intorno al quale ruotano aziende di medio livello come il Calzificio Mura (15 milioni di euro di fatturato annuo). «La rivalutazione dell'euro sul dollaro per noi è un disastro perché, nella scala dell'importanza dei Paesi nostri clienti, la Russia in primis e i Paesi dell'Est in generale la facevano da padroni, rappresentando il mercato di sbocco più importante» dichiara il titolare, Michele Mura. «E poiché le transazioni avvengono tutte in dollari, i nostri prodotti hanno segnato un aumento di costo pari al 20% a causa proprio del cambio. Così tra calza generalizzata dei consumi, i gusti della moda, la crisi economica dell'Europa occidentale e la rivalutazione dell'euro sul dollaro, ci siamo trovati in questa situazione». «Ho diversificato dedicandomi all'intimo senza cuciture» aggiunge Mura «mentre altri si sono orientati sulle calze da uomo, o su entrambi i filoni contemporaneamente, inoltre, per recuperare un vantaggio competitivo erminato dal super euro per la prima volta si è avviata la delocalizzazione nei Paesi dell'Est dove il costo di lavoro è più basso e c'è la possibilità di produrre direttamente sul mercato di sbocco».

di Sabrina Pinardi
e Luca Bergamin

L'aumento dei prezzi per i prodotti venduti in dollari

FOTO: GETTY IMAGES

BANCA 121 | LA TESTIMONIANZA DI UN PROMOTORE FINANZIARIO

Cercavano Bot e Cct Ma cadevano nella rete

BtpTel e BtpIndex ai risparmiatori con titoli di Stato in scadenza. MyWay e ForYou agli imprenditori che chiedevano fidi. L'importante era vendere. Anche se non si sapeva bene cosa.

Prodotti finanziari rischiosi venduti come fossero stati Buoni del Tesoro. Una scommessa andata male, con migliaia di risparmiatori truffati. Un'inchiesta della magistratura. Una banca nei guai. E un promotore «pentito», che ha deciso di raccontare la sua storia a *Economy*, non per voglia di vendetta, ma per «un'esigenza di chiarezza e per aiutare chi vuole trasparenza nella finanza e nelle banche».

«Non ci davano informazioni sui prodotti, ma ci insegnavano i trucchi per vendere. Di più, sempre di più. Ogni mattina, quando varcavo la porta dell'ufficio era la stessa solfa: quanti MyWay, ForYou, BtpTel hai piazzato? Un incubo». Enrico Battaglia, 50 anni, ex dipendente della Banca 121 (l'ha lasciata nel giugno del 2001), è il promotore finanziario pentito. È stato uno dei primi a rivolgersi al magistrato per raccontargli come andavano le cose nell'istituto di credito del Salento. E grazie an-


che alle sue testimonianze il pubblico ministero di Trani, Antonio Savasta, ha avviato quell'inchiesta che ha coinvolto perfino il governatore della Banca d'Italia, Antonio Fazio.

Signor Battaglia, come ha incominciato a vendere i prodotti finanziari della Banca 121?

Sono entrato in quella che allora si chiamava la Banca di Bisceglie nel febbraio del 1981 e quando l'istituto è stato acquistato dalla Banca del Salento mi sono trovato agli ordini dei dirigenti di Lecce. Come dipendente ho svolto diverse mansioni, fino ad arrivare alla consulenza finanziaria.

Cosa è cambiato per lei e i suoi colleghi con la trasformazione del suo istituto in Banca 121?

Negli ultimi tempi, in particolare dal 1999 al 2001, quando la banca, divenendo Banca 121, ha stravolto la pro- ▶



MONTEPASCHI CONCILIA

Ha venduto prodotti strutturati con nomi simili ai titoli di Stato.

Ha aperto un'inchiesta per truffa che coinvolge i massimi dirigenti.

La controllante di Banca 121 ha avviato i tavoli di conciliazione per rimborsare i clienti.

Enrico Battaglia, ex promotore di Banca 121.

FOTO: GIACOMINOTOTO/FOTOGRAMMA

► **pria mission con una spregiudicata politica di vendita a ogni costo, le mie caratteristiche di promotore finanziario non erano più sufficienti. Anzi, direi che erano sterili e controproducenti per l'azienda. Non solo io, ma anche il capufficio, i direttori di filiale, i consulenti titoli, siamo stati tutti sottoposti ad assfissanti e quotidiane pressioni di vendita.**

Può fare qualche esempio?

Quando la mattina mi recavo sul posto di lavoro, per me era un incubo, perché subivo dei veri interrogatori su quanti MyWay, ForYou, BtpTel avevo venduto. La mia situazione personale, ma non solo la mia, è precipitata con l'insediamento di un nuovo direttore designato dal capo area che appena arrivò mise tutti sotto pressione utilizzando ogni metodo, da quelli diretti ai più subdoli, dall'umiliazione degli impiegati davanti alla clientela ai trasferimenti punitivi, ai permessi per ferie bloccati. Tutto per indurci a piazzare i prodotti per raggiungere obiettivi di vendita spesso assurdi.

Quali indicazioni aziendali ricevevate per vendere sempre di più?

A noi non davano notizie sui prodotti ma ci fornivano soltanto «trucchi» per vendere. Ai clienti che chiedevano informazioni più precise e dettagliate, il direttore mi invitava a dire che era tutto tranquillo e sicuro. Quando poi sono diventato responsabile titoli, ho partecipato alle riunioni e lì il responsabile della rete di vendita ci parlava soltanto degli obiettivi da raggiungere e del dovere di vendere, vendere, vendere.

E sul fronte della rischiosità dei prodotti?

Ci diceva che la banca controllava ogni situazione e che i clienti potevano stare tranquilli. E poi, dopo averci caricati, si passavano in rassegna quelli che non raggiungevano gli obiettivi. Dovevamo vendere e ci improvvisavamo consulenti, altrimenti ci «spaccavano in due». Ma l'ignoranza in materia era davvero «magna» e così vendevamo spesso senza sapere bene che

cosa stessimo offrendo al cliente, perché l'importante era solo che vendessimo.

Quindi voi non dicevate, e in molti casi neppure sapevate, che le operazioni erano a rischio. Ma se qualche cliente ve lo faceva notare?

A questi ci dissero di rispondere che sì, si trattava di operazioni dove si rischiava il capitale, ma che al massimo potevano perdere un 3% perché la banca, che controllava tutto, sarebbe intervenuta e avrebbe modificato la situazione immediatamente. E poi dovevamo spiegare che sarebbe bastata una sola cedola di interessi per recuperare l'eventuale perdita del capitale.

Quali elementi ha per dire che in genere i promotori erano in buona fede?

Perché ci ordinavano di prospettare ai clienti gli investimenti come se fossero stati sicuri, sicurissimi. Del resto, cosa fosse un put, per esempio, la maggior parte di noi non lo sapeva. Io stesso decisi di sottoscrivere un fondo MyWay per creare un salvadanaio per mia figlia. E la stessa cosa hanno fatto molti miei colleghi.

Come avete fatto a vendere così tanti prodotti?

Nelle filiali si faceva gioco di squadra. Tutti dovevano dare le informazioni che avevano a disposizione. Se per esempio il cassiere si accorgeva che un cliente aveva della liquidità, insisteva perché questo cliente andasse all'ufficio titoli. E poi si litigava su chi doveva ricevere il premio. Con gli imprenditori che ci chiedeva-

no i fidi, MyWay era la merce di scambio. Su questo prodotto in particolare, però, ricevevamo un'ulteriore raccomandazione. Prima di farlo sottoscrivere, ci dicevano i dirigenti, accertatevi solamente che il cliente non voglia uscire dal prodotto prima di 5-6 anni, altrimenti la banca ci rimetterebbe molti soldi.

Battaglia:
«Ci dicevano che la banca controllava ogni situazione e che i clienti potevano stare tranquilli».

Ma con questi derivati che avevano il nome simile ai titoli di Stato come vi siete comportati?

Per i vari BtpTel, BtpIndex, e via dicendo, ricevevamo le liste dei possessori dei titoli del Tesoro veri in scadenza e l'indicazione di proporre i nostri Btp a tutti quelli che venivano a riscuoterli. Dicevamo che rendevano di più perché legati ai rendimenti di Borsa, ma allo stesso tempo erano sicuri come quelli di prima.

Ma poi perché decise di andarsene?

La decisione è maturata quando, nel primo semestre del 2001, mi affidarono l'incarico di consulente titoli. In quel periodo, avendo avuto accesso alla composizione dei portafogli clienti, mi resi conto della gravissima situazione di centinaia di persone, alle quali erano stati venduti indiscriminatamente anche più prodotti ad alto rischio. Mi riferisco anche a clienti anziani, di esperienza e cultura finanziaria nulle. Nel febbraio del 2001, con l'approssimarsi delle scadenze di tre operazioni strutturate, ci chiesero di lavorare anche il sabato e la domenica, per convocare in filiale la clientela e proporre soluzioni di investimento a fronte delle operazioni in scadenza, che riportavano gravi perdite, non immaginabili per la stragrande maggioranza dei clienti. Uno di questi, quando gli comunicai la perdita in conto capitale di circa 30 milioni di lire, allibito, strabuzzando gli occhi mi afferrò alla gola, disperato.

E poi cosa ha fatto?

Ho lasciato la banca e ho deciso di continuare l'attività di consulente finanziario, ma per conto mio. Per un lungo periodo ho continuato a subire pressioni da parte della Banca 121.

Per questo ha deciso di rivolgersi alla magistratura?

No, non è per spirito di vendetta. Spero che anche questo mio contributo possa aiutare il sistema a trovare davvero quella trasparenza tante volte invocata e mai realizzata.

di Antonio Calitri

I NUMERI

168 MILA

I piani finanziari tipo MyWay e ForYou posti in essere da Banca 121

13.940

I reclami già presentati al gruppo Mps al 20 febbraio

63%

Il numero di reclami già esaminato