

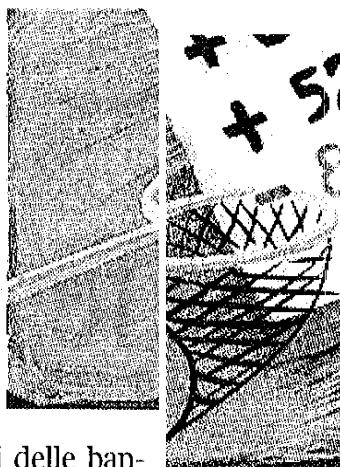
D.Manca - Corriere della Sera - 30-12-09

## LE BANCHE, LA CONCORRENZA E QUEL SEGNALE PER I CONSUMATORI

 Non è solo una vicenda di ordinaria vessazione dei consumatori quella segnalata ieri dall'Antitrust. Il Garante alla concorrenza ha preso carta e penna per scrivere a governo, Parlamento e Banca d'Italia sollevando la questione dei mancati risparmi per i clienti degli istituti di credito nonostante l'abolizione della commissione di massimo scoperto. Dall'indagine su sette grandi banche, secondo gli uomini dell'Antitrust, sui conti andati in rosso, le condizioni economiche praticate dalle banche sarebbero peggiorative in misura del doppio fino a 15 volte in più rispetto alla situazione precedente. Comprensibile la perplessità dell'Abi, l'associazione che raccoglie gli istituti di credito, che vorrebbe un confronto sul tipo di indagine condotta.

Al di là dei prevedibili dubbi delle banche, se il danno ai consumatori verrà accertato non si pone solo un problema di sanzioni. È evidente che dalla crisi economica gli istituti di credito sembrano essere usciti rafforzati. In particolare quelli italiani. E questo per un'innegabile lungimiranza o comunque una propensione al rischio inferiore rispetto ai concorrenti esteri. Che oggi,

però, rischia di frenare l'erogazione di credito al sistema produttivo. L'aumento delle commissioni sul massimo scoperto appare come una conferma del sospetto che alcune banche, di fronte alla crisi economica, si siano concentrate molto più sui ricavi da *trading* e commissioni piuttosto che su quelli legati alla tradizionale attività bancaria. E cioè sul credito alle aziende.



C'è infine un'altra considerazione da fare. I consumatori non riescono a beneficiare della concorrenza tra istituti. Trasferire il proprio conto corrente è ancora un'operazione difficile. Il processo di trasparenza e semplificazione è appena iniziato. Fare paragoni con altri settori potrebbe essere fuorviante. Ma è un fatto che la portabilità del proprio numero telefonico,

pur cambiando gestore, è oggi una realtà. Se ne è cominciato a parlare nel 2001, solo in questi mesi ha avuto attuazione piena. E se la concorrenza, come crediamo, è un valore anche per l'Abi, andare velocemente in quella direzione sarebbe il giusto segnale da inviare ai consumatori.