

CGIL



Federazione Italiana Sindacale Assicurazioni Credito

BANCO DI NAPOLI

IPSE DIXIT

Il 2016 di Intesa Sanpaolo si è chiuso con utile netto in crescita pari a oltre 3,1 miliardi di euro , che ha consentito alla Banca di distribuire un dividendo almeno pari all'utile.

Il management non manca di evidenziare, su tutti i mezzi d'informazione, la grande banca che siamo diventati, anzi – come si legge nell'*home page* del sito - "*la migliore banca del 2017*", e riconoscendo che il successo sta nelle persone che fanno la banca, negli impiegati che si adoperano ogni giorno.

Questo all'esterno, perché *inter nos* vige un clima ben diverso, con continue pressioni e richieste di risultati, mai ritenuti soddisfacenti, e incessanti insinuazioni in merito alla mancata professionalità, allo scarso impegno, nonché minacce sulle possibili nefaste conseguenze che un atteggiamento commerciale poco spinto potrebbe produrre in termini di stabilità del posto di lavoro.

Insomma, il mondo alla rovescia, perché in realtà il posto di lavoro e la solidità stessa delle Banche sono messi a rischio proprio da comportamenti commerciali troppo spregiudicati.

In base a quanto sarebbe recentemente emerso in una riunione dei Direttori col *top management*, la nostra banca ha dei prodotti che *sono di una convenienza schiacciante per il cliente* (!). Questo significa, a voler interpretare il senso di queste parole, che ogni mancato successo dipende solo dalla inefficacia del collega, che non sarebbe in grado di vendere ai clienti dei prodotti dalla convenienza schiacciante.

A questo punto si resta basiti, perché se i prodotti si vendono da soli, non si dovrebbe far nulla per piazzarli sul mercato, e allora perché non sempre si vendono? Non si penserà mica che i colleghi facciano addirittura ostruzionismo, sottraendo agli ignari clienti la visibilità di strumenti finanziari che, alla sola presentazione, sarebbero in pronta sottoscrizione? E soprattutto, quali sono questi prodotti? e com'è che nessuno si è accorto di questa *convenienza schiacciante*? Ci saremmo aspettati la fila agli sportelli per non lasciarsi sfuggire la magnifica occasione dell'investimento perfetto.

La verità è che questi prodotti non sempre sono rispondenti alle esigenze di una clientela spesso anziana, certo intimorita e spaventata dalle notizie di speculazioni e volatilità dei mercati, e poco propensa (chissà perché?) a seguire i consigli di chi spinge su prodotti potenzialmente redditizi ma certo anche rischiosi.

Siamo purtroppo ancora una volta costretti a ricordare come la progressiva disaffezione verso il cliente (letteralmente cacciato fuori dalla Filiale per le esigenze di tipo amministrativo e le operazioni di sportello, e richiamato solo per le proposte commerciali delle "campagne", peraltro continue e non sempre confacenti) costituisca un ostacolo concreto alla instaurazione di quel rapporto di prossimità e fiducia che è alla base della relazione commerciale.

Ma è evidente che i grandi *managers* queste cose non le vogliono sapere: per loro bisogna vendere, peraltro come e quello che dicono loro, mantenendo i ritmi e il "metodo".

Ci sarebbero più parole per esprimere quest'atteggiamento: schizofrenico, arrogante, supponente, comunque scollegato dalla realtà e dai contesti di operatività concreta.

Aggiungiamo, poi, che le politiche commerciali sono spesso in antitesi con le attività di controllo che altre strutture della Banca effettuano in termini di correttezza, verifica documentazione ed etica professionale, e sovente ignorano la tipologia di cliente, l'attività che svolge e il territorio in cui opera.

Giova ricordare che l'accordo aziendale sulle politiche commerciali del 7/10/2015 nonché il recente accordo ABI dell'8/2/2017 sulle politiche commerciali e organizzazione del lavoro individuano le azioni ed i comportamenti atti a favorire lo sviluppo di politiche commerciali sostenibili e rispettosi della dignità personale e professionale dei lavoratori nonché delle esigenze della clientela.

Pertanto, chiediamo all'Azienda di essere semplicemente coerente con gli accordi citati, rispettandone il senso e soprattutto la dignità dei lavoratori.

Napoli, 31 maggio 2017

I COORDINATORI FISAC CGIL

DELL'AREA NAPOLI E PROVINCIA E DELL'AREA CAMPANIA