



## I soliti consulenti dettano l'ennesimo “MODELLO DI SERVIZIO”

Il Nuovo Modello di Copertura Territoriale, così come ci è stato presentato, in modo molto scarno, porterà ad una trasformazione drastica dell'approccio alla clientela attraverso:

- accompagnamento ed “educazione” della stessa all'utilizzo dei mezzi multicanali (internet e tecnologie ATM MTA Bancomat più o meno evoluti e tutto ciò che sarà messo a disposizione...)
- presenza territoriale (sino a quando ci sarà) diversa nella tipologia di servizio

Certamente è un Modello “diverso”: anche nuovo?

L'attuale assetto delle reti bancarie è frutto di una evoluzione storica nella quale la fase espansiva dei mercati e il concetto di prossimità al territorio hanno portato ad una forte crescita del numero di sportelli.

Evoluzione, ricordiamo, supportata da studi di consulenti esterni – profumatamente pagati – i quali sostenevano la necessità di una presenza territoriale capillare, con filiali piccole in grado di servire la clientela in tutte le sue esigenze finanziarie.

Ora altrettanti studi di altrettanti esimii consulenti di settore sostengono che:

la necessità di ridurre i costi, l'evoluzione di fattori culturali, l'innovazione tecnologica spingono verso una razionalizzazione degli sportelli che dovranno avere un nuovo ruolo. Quale? Questa volta lo studio sulla evoluzione degli sportelli bancari e i nuovi modelli distributivi – con tanto di scenari evolutivi che ritroviamo in molte slide aziendali – **lo abbiamo trovato direttamente in internet.**

Ecco cosa sostengono gli esperti:

*alla luce delle evoluzioni in corso, il sistema bancario dovrà procedere nei prossimi anni a un processo di revisione e razionalizzazione della rete e.....nello specifico:*

- Estensione degli orari di apertura giornalieri
- Minor numero di sportelli ad operatività completa con elevati livelli di servizio (ma le nostre filiali di, perdonateci il termine, una volta, non erano così?????)
- Deviazione delle operazioni di routine dal personale alla clientela stessa, garantendo la massima autonomia attraverso anche le postazioni self service
- Ridurre le distinzioni tra filiale e canali diretti e perseguire una multicanalità davvero integrata” (il cliente chiama il proprio Gestore e risponde un'altra struttura)
- Mobilità: le risorse dovranno essere più mobili sul territorio per incontrare i clienti nei luoghi di preferenza (casa, lavoro) insomma la vendita “fuori sede”.

Questo studio, molto più dettagliato di come lo abbiamo riportato noi, ricalca fedelmente quanto sta succedendo nella nostra Azienda, ritroviamo persino le strategie di marketing, dalle campagne commerciali agli incontri a tema, usuali negli ultimi tempi nelle nostre filiali flexi.

Ci auguriamo inoltre che, se il modello di riferimento è quello e ci par proprio, lo abbiano letto tutto e sino in fondo, compreso il capitolo sulle strategie di migrazione della clientela, e l'opportunità di sviluppare azioni dedicate al recupero della clientela che percepisse una componente di disagio nella transizione. Perché quello che nessuno dice, ma i colleghi ben sanno da sempre, è che quando un cliente è perso è perso per sempre e raramente riesci a recuperarlo!!!!

**Ancora una volta in pieno periodo estivo avremo colleghe e colleghi soli ad affrontare un cambiamento più grande di loro.**

Soli ma non troppo, perché la clientela ci è "compagna" in questi continui cambi organizzativi, che comportano anche per loro cambiamento di abitudini, modalità di approccio al mondo bancario sempre più complicate, orari diversificati in filiali poco distanti tra loro, numeri verdi per ogni tipo di problema e il cliente che diventa un po' "il bancario di se stesso".

Ci pare che il nuovo che avanza continui a ristrutturare se stesso sempre negli stessi comparti (più che altro la rete...) e sempre cercando di ridurre principalmente i costi.

**Un Modello di Servizio piatto che svilisce le professionalità dei colleghi, appiattendole anche con una denominazione generica di "gestore retail".**

**Un Modello che sottrae posti di lavoro invece di crearli, che appiattisce le professionalità invece di crearne di nuove.**

Un Modello che sembra fatto apposta per distruggere inquadramenti e percorsi professionali, per ridurre le poche indennità rimaste, simbolo di un mondo residuale che la Banca vuole cancellare.

#### **E i ricavi?**

Continuano a mancare **progetti seri** per il potenziamento di attività di consulenze specializzate, anche in materia di commercio internazionale, rafforzamento delle attività di credito specialistico come quello industriale, commerciale, marittimo, immobiliare, recupero crediti, credito a pmi e via di questo passo.

**Un Modello di Servizio non è un Modello di banca, e se applicato frettolosamente e con la ricerca di utili a brevissimo termine può creare seri danni ai dipendenti, alla clientela, agli azionisti.**

Non si può continuare a chiedere il coinvolgimento dei lavoratori/trici a scapito della loro professionalità, della loro qualità di vita sotto la costante minaccia del: o ricavi subito o esuberi e licenziamenti domani.

**E' il momento di aprire un serio confronto sull'organizzazione del lavoro, individuare le professionalità (vecchie o nuove) che dovranno esse riconosciute in un corretto sistema di inquadramenti.**

La Fabi unitamente alle altre organizzazioni sindacali vuole affrontare i temi del cambiamento e della riorganizzazione del lavoro con proposte concrete, finalizzate ad una maggiore valorizzazione delle professionalità dei colleghi e alla salvaguardia dei livelli occupazionali.



INTESA  SANBIPOLO

SEGRETERIA

DI GRUPPO **FABI INTESASANPAOLO**

MILANO VIA TORINO 21 TEL. 02.89012885 FAX 02.89012948 – TORINO VIA GUARINI 4 TEL. 011.5611153 FAX 011.540096  
SEGRETERIA@FABINTESASANPAOLO.ORG - WWW.FABINTESASANPAOLO.EU