

RISPARMIO TRADITO/1 Campagne-prodotto a raffica, obiettivi individuali e non più collettivi, pratiche non trasparenti verso la clientela. Così in epoca di Covid allo sportello ritornano le pressioni commerciali

Mal di budget in banca

di Claudia Cervini

Parlare di pressioni commerciali è come avventurarsi tra Scilla e Cariddi. Il punto di equilibrio tra il troppo e il nulla, nella spinta al raggiungimento degli obiettivi commerciali, è spesso una meta difficile da raggiungere. Questo nonostante per una banca porsi target sfidanti sia necessario per sopravvivere in un contesto sempre più competitivo, fatto di tassi bassi, sfide macroeconomiche e di mercato. E per soddisfare tutti gli stakeholders: dai grandi azionisti al piccolo risparmiatore, fino al dipendente. L'argomento è tornato di urgente attualità dopo che i segretari generali dei sindacati del settore (Fabi, First-Cisl, Fisac-Cgil, Uilca e Unisin) hanno chiesto all'Abi di modificare l'ordine del giorno di una recente riunione chiedendo di aggiungere il punto relativo alle pressioni commerciali nel contesto peculiare creato dalla pandemia. Tali pressioni si sono intensificate, a detta delle sigle, in relazione all'emergenza sanitaria che ha compromesso il raggiungimento dei budget commerciali e imposto modalità di lavoro differenti. La richiesta è stata accolta dall'Abi e la questione è oggetto di confronto e dibattito interno.

Le organizzazioni sindacali lamentano due ordini di problemi: il primo è legato alle pressioni fatte quotidianamente sui dipendenti che riguardano in particolare il moltiplicarsi delle campagne prodotto, l'inserimento e l'innalzamento di budget individuali e non più collettivi per vie brevi, il richiamo all'intensificazione degli appuntamenti in filiale nonostante la fase pandemica e i protocolli condivisi. Mentre il secondo è legato al rischio di pratiche poco trasparenti nei

confronti della clientela come l'offerta a distanza di prodotti non finanziari, principalmente polizze, collegati a un finanziamento. Al di là di situazioni specifiche l'inasprimento delle pressioni commerciali riguarda gran parte delle principali banche italiane quotate.

I sindacati in una serie di comunicazioni interne raccolte ed esaminate da *MF-Dow Jones* documentano fatti accaduti caso per caso, banca per banca. Per esempio spiegano che un grande istituto di credito, per andare incontro alle indicazioni fornite da Banca d'Italia e da Ivass che invitano a porre attenzione al collocamento in abbinamento al finanziamento di polizze che non presentano alcun collegamento funzionale con il prestito (le cosiddette polizze decorrelate), ha inserito un blocco procedurale all'emissione delle polizze di protezione, che si attiva per tre giorni dalla data di erogazione o delibera di un finanziamento. Tale blocco, valido per persone fisiche e micro-imprese, è attivo esclusivamente con riferimento all'offerta di polizze e finanziamenti intermediati dal gestore in filiale, quindi non per esempio per l'offerta a distanza. I sindacati mettono in guardia da elusioni della norma o dall'emissione di polizze a quattro giorni di distanza dal finanziamento e invitano a segnalare immediatamente l'accaduto a tutela del lavoro del dipendente e anche del risparmiatore.

In un'altra grande banca si evidenzia invece come, incalzati da capiarea e da alti dirigenti, alcuni funzionari inviino mail con budget assegnati ad ogni Hub, relativi al prodotto del mese nella vecchia ma attuale logica della matrice, che ha fatto gridare a più di un sindacalista il ritorno alla figura del bancario piazzi-

sta. A questo atteggiamento si aggiunge l'utilizzo di strumenti vietati anche da circolari interne della stessa banca come classifiche, previsioni di vendita e richieste di dati anche infragiornaliere.

In un altro istituto l'attività commerciale è stata predisposta dividendo l'anno in due semestri: il primo semestre di assestamento dei processi straordinari, il secondo di ripresa dell'attività ordinaria, ma al secondo semestre sono stati assegnati gli obiettivi di un intero anno. Il semestre in corso ha visto l'anticipo dell'assegnazione degli obiettivi, in considerazione di un'operazione straordinaria. Rispetto al secondo semestre i messaggi che vengono trasmessi sono di «richieste di raddoppio dei risultati dell'anno scorso»: un risultato particolarmente difficile da ottenere in una situazione di parziale lockdown.

Le organizzazioni sindacali, in un'altra grande realtà, hanno chiesto l'immediata sospensione dei messaggi massivi rivolti alla rete da parte delle funzioni commerciali «con cui si richiamano i gestori a una intensificazione degli appuntamenti in filiale con la clientela. Si tratta di un'iniziativa che conferma come la percezione della protratta situazione di emergenza sia ancora gravemente sottovalutata», spiegano i sindacati.

La posizione della Fabi, il principale sindacato di categoria, è chiara. «Continueremo a contrastare le situazioni che riteniamo non coerenti con ogni mezzo a disposizione. In passato i lavoratori del settore sono già scesi in piazza al fianco di associazioni dei consumatori. Se sarà necessario, non esiteremo a farlo nuovamente», commenta Mattia Pari, segreta-



rio nazionale **Fabi**. «Il problema deve emergere in tutte le sue. Occorre che tutte le banche inseriscano la valutazione del problema delle pressioni commerciali nell'indagine stress da lavoro correlato. Alcune banche, in piena zona rossa, continuano ad avviare campagne commerciali che hanno l'obiettivo di portare in filiale la clientela per proporre nuovi prodotti, secondo noi, non sempre necessari. Questa scelta espone i lavoratori a maggiori rischi e non riteniamo che questi spostamenti siano in tutti i casi coerenti con le norme in vigore nel Paese. Invece, in quelle banche in cui entrambe le parti hanno voluto affrontare seriamente la questione, grazie all'accordo dell'8 febbraio 2017, si sono prodotti risultati utili che hanno consentito di sanare le distorsioni».

L'Abi del presidente Antonio Patuelli aveva preso una posizione chiara in proposito. Nel 2017 sottoscrisse con le organizzazioni sindacali nazionali un accordo che tutelava contemporaneamente i dipendenti di banca e la clientela, i principali gruppi bancari e i loro amministratori delegati dimostrarono nei fatti un cambio di passo. L'accordo era stato definito «etico e utile anche come campanello di allarme di sintomi che vanno prevenuti», dall'associazione. All'assemblea Abi del 2018 si è affermato che «l'accordo dell'8 febbraio 2017 contro le indebite pressioni commerciali è una scelta d'avanguardia del mondo bancario e va applicato appieno sempre». (riproduzione riservata)

