Sole 24 Ore Plus 24

29-OTT-2022
da pag. 1-6 / foglio 1 / 2

Settimanale - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 694000 (0006640)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Mal di budget in banca

Ancora troppe pressioni commerciali allo sportello

Pagina 6

Banche. Pressioni allo sportello, a rischio il rapporto con i clienti

Sileoni (Fabi): «Le reti spingono troppo su prodotti costosi, il problema è sociale»

Stefano Elli

«Quello delle pressioni commerciali dei vertici delle banche sulla rete non è più un problema sindacale. Ma, oramai lo diciamo da tempo, sta trasformandosi in un autentico problema sociale». Lo afferma con decisione Lando Maria Sileoni, segretario generale della Fabi, sindacato autonomo dei dipendenti bancari, l'organizzazione che per prima ha sottoposto il problema all'attenzione della politica.

«Un tema serio che abbiamo illustrato, lo ricordo, a Carla Ruocco, già presidente della Commissione parlamentare d'inchiesta sul sistema bancario e finanziario. Rammento che già trenta minuti dopo il nostro incontro, le agenzie di stampa battevano la notizia: la Commissione avrebbe trattato il problema di lì a un mese». Poi i mesi sono diventati otto. Un segnale che qualche malizioso osservatore ha letto come un intervento da parte delle banche che non avrebbero gradito molto l'approfondimento di un tema per molti versi urticante.

«È un tema spinoso non solo sotto il profilo della dialettica sindacale ma pure su quello della qualità intrinseca del prodotto risparmio che viene offerto. E che accende pure un faro su una tendenza (a mio avviso molto pericolosa) in atto oramai da tempo – spiega Carlo Piarulli, responsabile nazionale del settore credito di Adiconsum –: quella dell'assimilazione degli strumenti finanziari e assicurativi ai beni di largo consumo. Chiarisco: le reti degli sportelli vengono sottoposte a un monitoraggio quotidiano sul numero di "pezzi" venduti: esattamente come se si trattasse di televisori o asciugacapelli. Ma allora io mi chiedo che senso abbiano le migliaia di convegni in cui si parla di profilazione, diversificazione, pianificazione, educazione finanziaria. Se tutto si riduce a budget da rispettare e margini da incamerare tanto varrebbe aprire dei supermarket». E non è affatto detto che non ci si stia pensando. «Quello che abbiamo verificato – aggiunge Sileoni – è che in qualche caso i clienti che ancora si recano fisicamente allo sportello sono stati contattati anche da alti vertici aziendali che cercano di convincerli a farlo sempre meno e a optare per l'operatività dall'home banking».

Esattamente quanto si sosteneva nell'editoriale di Plus24 di sabato 22 ottobre scorso: il paradosso degli investitori senior (i più abbienti e per definizione meno attrezzati tecnologicamente) penalizzati da un marketing che appare ossessionato dalle quattro P (price, promotion, placement e product) e distratto sui bisogni del cliente. «Tornando alla Commissione parlamentare – rievoca ancora Sileoni – la relazione finale dei lavori resa nota poco prima della fine della legislatura non ha avuto, a nostro giudizio, esiti né risolutivi né soddisfacenti per la categoria. Nonostante – prosegue Sileoni – nel corso dell'audizione abbiamo prodotto un corposo libro bianco allegando oltre 800 volantini sindacali unitari dando il polso preciso del malessere che pervade la categoria». Dunque Commissione poco incisiva. «Non direi – spiega una fonte vicina ai lavori della Commissione –, nella seduta del 17 maggio sono stati sentiti i rappresentanti di Fabi, First Cisl, Fisac Cgil, Uilca, e Unisin. Nella relazione finale si scrive chiaramente che si ritiene necessario un rafforzamento degli strumenti e delle politiche di vigilanza per verificare il rispetto formale ma ancor più sostanziale della disciplina di settore. Di più: si è prospettato di dotare le singole Authority di nuovi poteri d'indagine tra cui il Mistery shopping (presentarsi in banca "fingendosi" clienti per verificare la correttezza degli operatori; *ndr*), come l'ipotesi di rendere subito esecutive le determinazioni di Acf e Abf».

Ma che cosa chiedono i dipendenti bancari alla politica? Per Sileoni «In campagna elettorale, nei programmi dei vari partiti, non abbiamo notato una attenzione selettiva sui temi del risparmio. Ciò che chiediamo è che la nuova Commissione sappia dare risposte meno generiche rispetto alla precedente». Dal canto suo l'Abi, attraverso Salvatore Poloni, presidente del Comitato affari sindacali e del lavoro, nel ribadire l'utilità e il valore dell'accordo nazionale sulle politiche commerciali e l'organizzazione del lavoro (parte integrante del Ccnl), sottolinea come «sul tema operi la Commissione nazionale paritetica voluta dall'Abi e dai sindacati. Sottolineo inoltre come l'Abi sia impegnata a favorire la piena applicazione dell'accordo che è volto anche a prevenire il configurarsi di situazioni di pressioni commerciali indebite».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Superficie 34 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6640 - L.1620 - T.1739

Sole 24 Ore Plus 24
Settimanale - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 694000 (0006640)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

INTESA SAN PAOLO

VERBA VOLANT

Dal primo di settembre, durante le riunioni, i responsabili commerciali palesavano la richiesta di rendicontare giornalmente non solo le vendite di polizze effettuate, ma anche i questionari IDD e i preventivi emessi.

800 volantini sindacali unitari
Raccolti dalla Fabi e presentati in un libro bianco nel corso dell'audizione del 17 maggio 2022 nel corso della Commissione parlamentare d'inchiesta sul sistema bancario e finanziario

UNICREDIT

BPER

BPM

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6640 - L.1620 - T.1739