

Mal di budget dei bancari
Nuove denunce
di pressioni
commerciali
allo sportello
Pagina 7

Mal di budget. Nuove denunce di pressioni sulle reti di vendita

**BPER, FINDOMESTIC
E L'AREA ABRUZZO
DI INTESA SANPAOLO
GLI ISTITUTI FINITI
SOTTO LA LENTE**

**Nelle banche
è iniziato
il pressing anche
sul versante polizze
Vitaliano D'Angerio**

«Nulla è cambiato. Anzi, la situazione in alcuni casi si è aggravata». È il commento lapidario di Lando **Sileoni**, segretario nazionale del sindacato bancario **Fabi**, nella recente audizione davanti alla commissione parlamentare di inchiesta sul sistema bancario a proposito delle pressioni commerciali. Pratica che continua, come dimostrano i frequenti comunicati dei sindacati.

Il caso Bper

«Peggioramento del clima lavorativo»: è quanto viene segnalato nel comunicato sindacale congiunto di fine settembre in occasione dell'incontro con l'azienda dei rappresentanti della commissione politiche commerciali. Il tema è sempre quello: eccessive pressioni. «Nel solo periodo marzo-settembre sono state registrate 196 segnalazioni – viene sottolineato nel documento –. Si tratta di un numero, come ammesso dalla stessa azienda, superiore rispetto al dato delle segnalazioni pervenute ad altre banche, ma che per noi rappresenta soltanto la punta dell'iceberg». Le segnalazioni (Bper aveva 19.144 dipendenti a fine settembre, senza la Popolare Sondrio) alla commissione sono fondamentali, spiegano i sindacati, «per far emergere il disagio».

Sul tavolo del confronto, tra le altre, le pressioni per la vendita di polizze: «L'azienda ha tenuto a precisare l'attenzione al rispetto di tutte

le norme in materia di vendita di prodotti assicurativi contestuali alla concessione di crediti, e la massima trasparenza in materia dimostrata dalla pubblicazione delle linee guida sul sito internet della banca – si legge nel comunicato –. Abbiamo ribattuto che la realtà è ben diversa, che molto spesso vengono fatte pressioni illegittime che mirano a spingere i colleghi ad agire in modo non conforme alle normative, e che queste situazioni si verificano regolarmente in tutta Italia».

I rappresentanti dei lavoratori inoltre stigmatizzano gli «obiettivi di budget che crescono ogni anno in maniera esponenziale, rispondendo più al desiderio di crescita indefinita degli utili che alle realtà dei vari territori, contribuendo in modo determinante ad aggravare la quantità ed il livello di pressioni commerciali».

Conseguenza di tutto ciò? «Riteniamo che lo stress lavoro-correlato debba essere considerato a tutti gli effetti un fattore di rischio per l'insorgere di malattie professionali».

«Il 28 novembre incontreremo di nuovo l'azienda – ha ricordato Antonio Continolo, referente Uilca in Bper e componente della commissione sulle politiche commerciali – e faremo il punto sulle segnalazioni di pressioni commerciali. Tra marzo e settembre, come già indicato nel comunicato, sono state 196. Da fine settembre a oggi ne sono arrivate altre 80».

A Bper è stato chiesto un commento sulla situazione ma l'istituto ha declinato l'invito.

Il clima in Findomestic

Situazione di tensione anche in Findomestic Banca (gruppo Bnp Paribas). In un comunicato congiunto del 3 novembre scorso, i sindacati bancari hanno segnalato che «negli ultimi mesi si è registrato un evidente aumento delle pressioni in tutta

l'azienda: pressioni che nel canale diretto hanno oggettivamente superato il limite. Gli obiettivi diventano sempre più sfidanti, spesso scollegati dalla realtà quotidiana che le persone devono affrontare». Gli effetti di questa situazione? «Il risultato è un ambiente in cui regnano disorientamento, frustrazione e un progressivo distacco emotivo dal proprio lavoro». Poche le segnalazioni. «In pochi fanno segnalazioni alla commissione per le politiche commerciali per paura di ritorsioni – afferma Simone Piuri, segretario First Cisl in Findomestic Banca oltre che tra i componenti della commissione –. Segnalano a noi le pressioni privatamente o, mi risulta, ne stanno parlando con il medico aziendale».

La risposta di Findomestic: «Il tema delle politiche commerciali è un tema esistente in tutte le banche e Findomestic è stata una delle poche ad averlo trattato recependo, con un accordo sindacale interno, l'accordo nazionale sulle politiche commerciali». Viene poi aggiunto che «al momento, non sono pervenute segnalazioni specifiche su questo tema, ma ciò non significa che Findomestic non prenda nella massima considerazione tutti gli elementi critici, compresi quelli individuati dalle rappresentanze sindacali nel loro prezioso lavoro».

Intesa Sanpaolo in Abruzzo

Clima teso in Abruzzo per Intesa Sanpaolo. Il 30 ottobre vi è stato a Chieti l'incontro trimestrale dell'area



con la direzione regionale. Ebbene, sono venuti fuori gli stessi mal di pancia emersi in estate in altre aree d'Italia. «Già nella trimestrale estiva – viene spiegato nel comunicato –, le organizzazioni sindacali avevano denunciato un peggioramento del clima aziendale e forti pressioni commerciali, con l'errata interpretazione del concetto di coralità nel Pvr (Premio variabile di risultato) 2025». La «coralità gestore» è uno degli indicatori (Kpi) del sistema incentivante. «Il concetto di coralità – fanno sapere da Fisac Cgil – ha ricevuto un'interpretazione forzata dall'azienda. In Abruzzo, hanno sollevato di nuovo il problema perché di recente hanno incontrato i vertici regionali. La questione però persiste ed è generale, non solo in Abruzzo». Intesa Sanpaolo interpellata ha preferito non rilasciare commenti.

v.dangerio@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Clienti e bancari, le due vittime del fenomeno

Data Stampa 6640

L'AUDIZIONE

«Le indebite pressioni commerciali consistono nell'imposizione sistematica di obiettivi di vendita irrealistici, spesso scollegati dalle reali esigenze della clientela, che vengono scaricati sulle spalle dei dipendenti, sulla base di politiche di vendita decise dai vertici delle banche e dei gruppi». È la definizione di pressioni commerciali illustrata ai parlamentari da Lando Sileoni, segretario generale del sindacato bancario Fabi.

Una descrizione che qui interessa soprattutto per gli obiettivi di vendita «spesso scollegati dalle reali esigenze della clientela». Come sappiamo, infatti, l'elenco dei danni provocati in Italia da questa pratica è molto lungo, a cominciare dai Tango bond venduti a inizio 2000.

La commissione d'inchiesta

Le dichiarazioni di Sileoni (vedi anche articolo in alto) sono state rilasciate il 25 settembre scorso davanti ai componenti della commissione

parlamentare d'inchiesta sul sistema bancario, finanziario e assicurativo. A proposito delle pressioni illegittime, il tono di Sileoni è stato molto duro. Tanto più che ha ricordato una medesima audizione, del maggio 2022, davanti alla precedente commissione d'inchiesta dove furono sollevati gli stessi problemi e riportata una dettagliata casistica (vedi a fianco) del mal di budget con tutte le conseguenze anche di stress psicofisico. «Lo definimmo senza mezzi termini un meccanismo perverso e inaccettabile – ha aggiunto Sileoni davanti alla commissione –, perché dietro i numeri e i report di vendita ci sono persone, lavoratori, famiglie e soprattutto risparmiatori che rischiano di trovarsi con prodotti sbagliati in portafoglio, spinti più dalle esigenze della banca che dalle loro necessità».

Clienti e dipendenti bancari

Il problema è duplice: sia sul versante interno, con dipendenti sotto stress e pesanti effetti sulla salute fisica. Dall'altro lato, ci sono le conseguenze

per i portafogli dei clienti che, come visto nel recente passato, hanno investito in prodotti finanziari spesso non in linea con i loro bisogni. «Nonostante gli accordi sottoscritti con l'Abi e i protocolli interni che avrebbero dovuto mitigare il fenomeno – conclude Sileoni nella sua relazione –, le pressioni commerciali sono rimaste una costante quotidiana. Le banche hanno continuato a violare gli impegni presi, disattendendo gli accordi e ignorando, spesso, le segnalazioni delle rappresentanze sindacali sui territori».

La battaglia dei sindacati

Il mal di budget è uno dei temi più dibattuti in ambito sindacale. Ci sono commissioni sulle politiche commerciali in ogni gruppo bancario a cui segnalare le violazioni de-

LA DENUNCIA DI SILEONI: OBIETTIVI DI VENDITA IRREALISTICI E POCA ATTENZIONE AI BISOGNI DEI CLIENTI

gli innumerevoli protocolli sottoscritti e recepiti pure nell'ultimo contratto collettivo. Purtroppo, la paura di ritorsioni limita l'utilizzo di tali strumenti.

Tutte le sigle sindacali sono però scese in campo in questa lotta alle pressioni illegittime. Uilca, per esempio, già da un paio d'anni ha lanciato l'iniziativa «Basta pressioni commerciali» (www.uilca.it/basta-pressioni-commerciali): «È giunto il momento di fare un passo in avanti – si legge nel sito dell'iniziativa –: le pressioni commerciali non sono un problema che riguarda solo lavoratrici e lavoratori e aziende, ma anche le istituzioni politiche, nazionali e locali, e la società civile». Nel canale attivato dal sindacato bancario si possono inserire nome, cognome e mail e raccontare la propria storia. Uno strumento importante per segnalare le pressioni, nella speranza che prima o poi il fenomeno venga marginalizzato.

—V.D'A.

v.dangerio@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PRESSIONI ILLEGITTIME

Le casistiche della Fabi sulle pressioni commerciali

- Assegnazioni di budget di difficile realizzazione e richieste di previsioni di vendita futura sui vari prodotti
- Ritorsioni professionali e personali in caso di mancato raggiungimento (umiliazioni verbali, minacce di trasferimento o minacce di revoca ferie o part-time)
- Chiamate durante l'orario di lavoro per il collocamento di prodotti assicurativi e finanziari
- Sollecitazioni varie per l'invio di report di vendita (giornaliere e/o settimanali)
- Obbligo di indicare ad inizio giornata gli obiettivi di vendita e successiva verifica a fine giornata
- Monitoraggio appuntamenti e agenda clientela attraverso l'utilizzo della intranet aziendale
- Inserimento nuovi appuntamenti con clienti all'insaputa del lavoratore
- Controllo a distanza del numero e durata delle telefonate per chi fa consulenza telefonica
- Controllo in presenza delle telefonate alla clientela durante le quali si propongono ai clienti prodotti assicurativi e finanziari
- Ascolto telefonico delle proposte di vendite

- Continui messaggi e-mail, sms e WhatsApp, anche con linguaggio non consono e offensivo

- Creazione di gruppi o chat da parte della direzione commerciale con il solo fine di monitorare i risultati e spingere alla vendita

- Rilevazione periodica e sistematica dei dati consuntivi di vendita fatta non solo per monitorare l'andamento commerciale della banca ma i singoli risultati (lesione della dignità personale dei lavoratori)

- Organizzazione di "tornei", come gare o sfide tra area territoriali o filiali che si concludono con la pubblicazione di classifiche e pubblicazione dei risultati di vendita nonché con indicazione dei nominativi e delle filiali /aree di appartenenza (comparazione dei risultati dei dipendenti)

- Per chi è in smart working, invito a vendere e produrre di più solo perché si lavora da casa

- Invito a fare straordinari (anche non riconosciuti) per raggiungere il budget di vendita.

Altri comportamenti non corretti

- Lancio di nuovi prodotti e invito alla vendita senza la preventiva e necessaria formazione dei lavoratori
- Formazione sulla vendita di nuovi prodotti effettuata in orari extra lavorativi.

COMUNICATI. I sindacati



In Bper 196 segnalazioni

Fra marzo e settembre in Bper ci sono state 196 segnalazioni alla commissione per le politiche commerciali. Evidenziato il peggioramento del clima lavorativo



Il clima in Findomestic

Le pressioni stanno causando «disorientamento, frustrazione e un progressivo distacco emotivo dal proprio lavoro»



La protesta degli abruzzesi

L'area Abruzzo di Intesa Sanpaolo nell'ultimo incontro trimestrale con l'azienda ha evidenziato «forti pressioni commerciali»