



FISAC CGIL GRUPPO BANCO POPOLARE

A TUTTI GLI ISCRITTI

Dopo una crisi planetaria esplosa per colpa di strategie finanziarie eccessivamente “scapigliate”; dopo che intere economie, che avevano basato la propria crescita più sulle speculazioni che sugli investimenti, sono crollate miseramente; dopo che un movimento di opinione enorme, che ha avuto come protagonisti dai consumatori agli economisti, dai capi di stato alle più alte gerarchie della Chiesa Cattolica, ha stigmatizzato l’operato dei grandi gruppi bancari, come i principali responsabili delle difficoltà delle PMI, il fulcro su cui si poggia la nostra economia..... è cambiato qualcosa?

La Fisac ha a cuore l’andamento di questo Gruppo, perché siamo convinti che sia il modo migliore per garantire i lavoratori, ma siamo convinti che ci siano anche dei valori sui quali non è possibile mediare: l’attenzione ai bisogni della clientela, il rispetto della dignità dei colleghi, la qualità dei prodotti che vendiamo.

E pensiamo anche che una strategia commerciale di attacco al mercato non possa prescindere dal rispetto della dignità dei colleghi e dal rispetto dei bisogni del cliente, da una sostanziale e non solo formale osservanza della normativa Mifid. Le sollecitazioni alla vendita si articolano oramai in telefonate plurigiornaliere dai toni a volte irrispettosi, classifiche di vendita volte a mortificare gli ultimi, riunioni commerciali sempre più fitte nelle quali la comunicazione funziona in una sola direzione.

Un sistema incentivante si basa su poche semplici regole: conoscenza del meccanismo, condivisione degli obiettivi, certezza, al raggiungimento dei budget, della corresponsione del premio.

Il nostro M.B.O per la Rete è complicato all’eccesso, contiene margini di discrezionalità decisamente lontani da un sistema che vuol essere scientifico, prevede correttivi a posteriori che non permettono di ottenere alcun premio, pur avendo raggiunto l’obiettivo assegnato.

Se poi, in maniera a nostro avviso decisamente immorale, si corrispondono alla dirigenza locale premi decine di volte più alti della media di quelli che sono la vera immagine di una Banca, gli addetti allo sportello, è evidente che il risultato non può essere altro che un clima pesante, di intimidazione, di pressione, di ricatto.

Il budget individuale, su cui il sistema incentivante si fonda, in questo contesto diventa lo strumento principe di pressione commerciale, disgrega lo spirito di squadra, che le strutture commerciali amano richiamare, perché pone obiettivi diversi ad ognuno ma soprattutto isola i singoli e li fa sentire più deboli.

Se fosse ricostituito un clima di condivisione, di consapevolezza, di libera comunicazione, se i colleghi fossero messi in condizione - nell’attento rispetto delle normative e delle leggi vigenti - di operare secondo le aspettative aziendali: **NON CI SAREBBE BISOGNO DI ALCUNA PRESSIONE!**

Noi riteniamo che gli sportelli debbano essere dei luoghi nei quali tutti gli sforzi, tutte le energie siano dedicate al soddisfacimento delle necessità della clientela di servizi, di assistenza, di consulenza, di investimento.

Di fatto non lo sono. Troppi compiti amministrativi, unitamente a procedure non aggiornate alle nuove esigenze del mercato, ne frenano il funzionamento e la produttività, peggiorando la qualità della vita dei colleghi.

Su tutto questo si abbatte un sistema incentivante che vive di vita propria, senza essere “contaminato” dalla realtà, dalle diversità, dalle specificità. Un moloch sempre meno vicino alla sensibilità e alle esigenze dei colleghi.

Così com’è noi lo avverseremo. Sempre. Finché non ci sarà una inversione di tendenza che, pur non negando la filosofia del risultato, si interroghi su cosa si vende, a chi, e soprattutto come.