



RASSEGNA STAMPA DEL 16 MAGGIO 2012 SULLE PRESSIONI COMMERCIALI AL CREBERG

MANTENIAMO ALTA L'ATTENZIONE SUL PROBLEMA IN VISTA DELL'INCONTRO !!!

Qui di seguito trovate gli articoli comparsi sui quotidiani locali (versione cartacea o online).

CORRIERE DELLA SERA Bergamo	
Direttore Responsabile Ferruccio De Bortoli	Diffusione Testata n.d.
Creberg	
<h2>Il sindacato critica le pressioni commerciali</h2>	
<p>I sindacati criticano le pressioni commerciali fatte dal Creberg sui dipendenti per la vendita di prodotti, in un clima che dimostra come «l'azienda non stia ponderando il giusto stimolo al raggiungimento degli obiettivi con l'esigenza di avere una qualità lavorativa accettabile». A marzo Fiba-Cisl, Fisac-Cgil e Uilca-Uil hanno avviato un sondaggio anonimo tra i 1.700 dipendenti, ottenendo un campione di 494 risposte. L'esito è che il 50% del campione sostiene che la frequenza della comunicazione «è sempre assillante». Il 50% ritiene che lo stile delle comunicazioni non è mai o quasi mai adeguato a veicolare il «giusto» stimolo all'iniziativa commerciale. Il sindacato segnala in particolare che «perdurano le classifiche tra filiali». Per il 52% le comunicazioni commerciali quasi mai o mai incorporano contenuti di informazione tecnico-finanziaria e soprattutto che nel 49% dei casi vengono utilizzati sempre (11%) o a volte (38%) come elementi di pressione commerciale minacce esplicite o velate (relative ad esempio a spostamenti o perdita del posto). Su questi temi i sindacati hanno chiesto un incontro all'azienda.</p>	
<small>© RIPRODUZIONE RISERVATA</small>	

L'ECO DI BERGAMO

Direttore Responsabile

Giorgio Gandola

Diffusione Testata

51.707

«Pressioni commerciali allarmanti al Creberg»

■ Dati che il sindacato giudica «allarmanti» quelli emersi da un recente sondaggio commissionato dalle Rsu di Fiba-Cisl, Fisac-Cgil e Uilca-Uil del Credito Bergamasco a proposito delle pressioni commerciali.

«L'analisi dei dati - spiegano i sindacati - da un lato ci preoccupa, dal momento che ben il 50% del campione sostiene che la frequenza della comunicazione è sempre assillante. Inoltre stupisce come nonostante gli impegni dei responsabili retail e corporate a fare sì che i referenti d'area forniscano un'informativa di alto profilo tecnico-finanziario, dopo le nostre denunce rispetto a una catena di mail che ne erano prive, alla domanda specifica, il 40% degli intervistati risponde che "a volte" l'informazione lo è e "quasi mai" il 46%. Quello che ci sconcerta è la risposta data all'ultima domanda relativa all'utilizzo di minacce esplicite o velate come elementi di pressione commerciale, in quanto in un'azienda seria, dotata di un codice etico, il "mai" dovrebbe essere stato dominante con percentuali attorno al 100%, ed invece leggiamo nei questionari un "a volte" per il 38%, "quasi mai" per il 16% e "sempre" per l'11%».

Mentre per ora da parte del Creberg si preferisce non commentare, il sindacato fa sapere che «questo clima è preoccupante: a questo punto ci preme ricordare all'azienda che esiste un accordo preciso tra le parti che dovrebbe scongiurare simili atteggiamenti. Ci richiamiamo quindi a un più rigoroso rispetto delle norme concordate». ■



Il questionario

Le rappresentanze sindacali aziendali Credito Bergamasco – Fiba-Cisl, Fisac-Cgil e Uilca – hanno pubblicato i dati del questionario anonimo sulle pressioni commerciali, da cui emerge un'allarmante realtà che arriva fino alle minacce.

L'allarme dei sindacati "Al Creberg pressioni commerciali sui dipendenti"

Sono passati quasi due mesi da quando **le rappresentanze sindacali aziendali Credito Bergamasco – Fiba-Cisl, Fisac-Cgil e Uilca – hanno iniziato ad indagare sul problema delle pressioni commerciali** (ovvero quelle pressioni fatte sui dipendenti per far vendere determinati prodotti vantaggiosi per la banca piuttosto che per il cliente), diffondendo un questionario per sondare la situazione.

L'analisi dei dati raccolti ha fatto emergere che ben il 50% del campione (494 risposte sul totale dei 1700 dipendenti della rete) sostiene che la frequenza della comunicazione è sempre assillante, fatto che le rappresentanze sindacali etichettano come **“inaccettabile perché denota come l'azienda non stia ponderando il giusto stimolo al raggiungimento degli obiettivi con l'esigenza di avere una qualità lavorativa accettabile”**.

Inoltre si constata una carenza informativa di stampo tecnico-finanziario che dovrebbero accompagnare le vendite: il 40% degli intervistati risponde che solo “a volte” l'informazione è effettivamente utile, mentre il 46% sostiene che lo sia “quasi mai”.

Il dato più sconcertante è quello sull'**utilizzo di minacce esplicite o velate come elementi di pressione commerciale: “un'azienda seria, dotata di un codice etico, il “mai” dovrebbe essere stato dominante con percentuali attorno al 100%” hanno commentato le rappresentanze sindacali “ed invece leggiamo nei questionari un “a volte” per il 38%, “quasi mai” per il 16% e “sempre” per l'11%”**.

“Oltre a questo nostro questionario molti colleghi ci hanno ritornato in busta mail e comunicazioni varie provenienti dalle Aree Affari, e non solo, che sottoporremo all'Azienda nel prossimo comitato di politiche commerciali per una pronta e definitiva risoluzione” hanno dichiarato i sindacati “Se ciò non avverrà saremo costretti alla denuncia alle autorità di regolamentazione e vigilanza competenti”.

Tra gli elementi che hanno presentato più problematiche di pressioni commerciali ci sono Unit Lawrance Life e SICAV, polizza incendio e scoppio sui mutui casa, campagna “Due come noi” per imprese retail, prevendite, diamanti e in generale lo stile delle comunicazioni e le chiamate ai colleghi in tempo reale.

(TRATTO DA BG NEWS – ONLINE DEL 16.05.2012)

A PROPOSITO DI VOLPI...

Dopo quello che sembrerebbe un comunicato congiunto a firma **FABI-DIRCREDITO** e **CREBERG** (*qual'è il fronte e qual'è il retro ?!?*), sulla questione del **RISPETTO DELLA LEGGE 151 – 2001**, si fa finalmente chiarezza sul fatto che qualcuno finge di non vedere i problemi e non li affronta, mentre accusa altri di fare accordi sotto banco quando invece questi rilevano che i problemi esistono e quando si risolvono ne danno conto ai colleghi e alle colleghe.

Parrebbe un classico caso di Sindrome da accerchiamento. Chi ne soffre è portato a pensare che tutto il mondo stia tramando alle sue spalle e che vi siano deliranti e segreti piani complottistici volti ad annullare la sua personalità.