

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.

Martedì, 15 Maggio, 2012

Bergamo News Autore: Redazione

