

# Il ritorno delle pressioni commerciali

## Il «mal di budget» riappare in UniCredit, Banco Popolare e Popolare di Vicenza

■ Come rilevato sul numero scorso di Plus24, le pressioni commerciali stanno tornando a crescere nelle banche italiane. Dai dipendenti di numerosi istituti di credito sono giunte segnalazioni di comportamenti di controllo e “incentivazione” che riportano sotto i riflettori della cronaca il tema del “mal di budget”. Ecco alcune delle vicende più recenti.

Le Rsa di Fisac/Cgil del Piemonte del Banco Popolare, con un volantino datato 16 febbraio e intitolato “Sotto pressioni”, segnalavano che «assistiamo al vecchio, triste spettacolo che si ripete: dall’alto continuamente e con ogni mezzo (telefonate, controlli serrati, richiesta di continue rese dati, anche orarie, sul “venduto”, o sulle “manifestazioni di interesse” budget giornalieri per “tenere il passo”) ci ricordano che sei lì per vendere e che tu vali quanto vendi in quel giorno. Messaggi in cui vengono utilizzati termini imperativi e irrispettosi, “datevi una svegliata”, “dove pensiamo di andare di questo passo?”, a cui si aggiunge il triste corollario di mortificazioni personali e minacce più o meno velate di trasferimenti e cambi di ruolo (... e se non ti va bene, non hai che da dirlo, così ti sposto...)». La segnalazione della Fisac prosegue: «Che dire poi delle graduatorie tra filiali e/o tra aree? A chi torna utile tutto ciò? Ai colleghi a cui viene chiesto nel 2015 di raggiungere obiettivi e volumi del 130% superiori a quelli del primo trimestre 2014 in piena crisi economica? Ai clienti, a cui i gestori possono offrire il “prodotto del mese” o prodotti finanziari che non garantiscono il capitale e spesso neppure un flusso cedolare certo per quanto modesto?». La Fisac conclude che continuerà «a monitorare affinché questi comportamenti e atteggiamenti non vengano più a manifestarsi, nell’interesse dei lavoratori, dei clienti e in fondo della banca stessa».

Alla segnalazione proveniente dal Piemonte fa eco quella del 17 febbraio che giunge dalle Rsa di DirCredito, Faba, Fiba/Cisl, Fisac/Cgil del gruppo Banca Popolare di Vicenza che, in una nota a commento dei dati di bilancio 2014, segnalano in un passaggio: «La “pianificazione e il controllo dell’attività commerciale”, per il raggiungi-

mento di obiettivi a dir poco sfidanti, hanno oltrepassato a volte i limiti di educazione, giungendo — in alcuni casi — persino all’aggressione verbale. Chiediamo quindi di rivedere la pratica del pressing commerciale».

Il tema era stato toccato anche dalla **UILCA** del gruppo UniCredit che, nel suo giornale interno di gennaio, tocca anche il tema del collocamento dei prodotti finanziari. Secondo la **UILCA** «tempo fa affrontammo l’argomento delle eccessive e smodate pressioni commerciali. Dopo i nostri reiterati interventi, i livelli di tali pressioni, tranne qualche caso “ostinato” prontamente segnalato con nostri comunicati, sembravano sotto controllo. Purtroppo ci sbagliavamo! I lavoratori devono ancora subire pressioni intollerabili, anche in presenza di una richiesta di inserimento nel nuovo Ccnl di un articolo specifico teso a normare questo non più sopportabile fenomeno, così come precedentemente ottenuto per la Mifid». Per i sindacalisti «il malvezzo delle classifiche commentate, delle chat ossessive e delle telefonate di report orarie sembra vivere una nuova stagione d’oro. Una specie di tempesta di neve, un blizzard delle pressioni commerciali che si va ad aggiungere alla confusione generata dal progetto Open». La **UILCA** contesta infatti che «l’utilizzo del nuovo “cruscotto”, infatti, non sembra aver apportato i benefici attesi e il Sige continua a produrre scarso valore aggiunto. Abbiamo ricevuto diverse segnalazioni sul collocamento del bond subordinato (con rating BB+) e invitiamo i colleghi a operare in totale rispetto delle normative e dell’etica, considerando che nelle liste fornite, spesso i clienti sembrano non possedere i requisiti per la sottoscrizione. Le campagne commerciali, le giornate dedicate, le pressioni che arrivano da tutte le parti, possono indurre facilmente all’errore, facendo magari incorrere in comportamenti sanzionabili. Vi rinnoviamo dunque l’invito a segnalarci i casi che riteniate opportuni; li denunceremo (in forma assolutamente anonima) all’azienda». UniCredit però è sensibile al problema, secondo la **UILCA** che scrive «lo dimostra la disponibilità aziendale a trattare una dichiarazione congiunta con il Comitato aziendale europeo dove verranno sanciti i principi fondamentali a cui attenersi per le vendite responsabili in tutto il gruppo». — **N. B.**

nicola.borzi@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA