

Verbale di Costituzione
Organismo Paritetico sulle Politiche Commerciali

Premesso che:

- In data 12.6.2015 nell'ambito dell'Accordo quadro sul progetto di riorganizzazione della Rete commerciale le Parti, con riferimento ad alcuni temi di particolare rilevanza sotto il profilo della gestione e delle ricadute sul personale, hanno convenuto quanto segue in ordine alle politiche commerciali:

"Le Parti definiscono regole e principi atti ad assicurare il perseguitamento degli obiettivi commerciali della Banca nel rispetto della clientela e della dignità personale e professionale dei lavoratori.viene pertanto condiviso l'obiettivo di contrastare qualsiasi eventuale forma di comportamento improprio e difforme ai principi di seguito enunciati, favorendo al contrario i valori di correttezza, trasparenza, equità e rispetto per la persona, attraverso la creazione di un clima di fiducia e coesione che valorizzi le professionalità e lo spirito di squadra.

In considerazione di quanto sopra, sono quindi, definiti i seguenti principi:

- *l'attività commerciale della Banca deve essere orientata alla corretta gestione ed erogazione del credito, allo sviluppo della clientela gestita ed all'acquisizione di nuovi clienti, con l'obiettivo di assicurare elevati standard qualitativi del servizio;*
- *il cliente deve essere al centro delle attività svolte ed il miglioramento della qualità del rapporto con la clientela deve costituire la principale leva competitiva per il raggiungimento di obiettivi di crescita; in tale ottica pertanto dovranno essere sviluppate le politiche di budget commerciale che oltre agli obiettivi quantitativi dovranno contenere necessariamente anche quelli qualitativi nella logica della soddisfazione della clientela, del suo mantenimento e sviluppo, e della qualità del credito erogato;*
- *è necessario che gli obiettivi, una volta definiti, vengano trasmessi in maniera chiara dalle competenti Funzioni e che i metodi utilizzati per la rilevazione/misurazione dei risultati, accettati dalle preposte strutture, vengano chiaramente esplicitati alle risorse interessate, escludendo la divulgazione di graduatorie comparative nominative;*
- *gli obiettivi qualitativi e quantitativi dovranno, altresì, favorire i valori di collaborazione tra colleghi nella logica di incrementare lo spirito di squadra e consentire che quest'ultimo sia in stretta connessione e sinergia col raggiungimento degli obiettivi assegnati; il conseguimento del budget e degli obiettivi commerciali, quindi, dovrà essere perseguito nella logica del team, con particolare riferimento alle Aree Professionali. In questo senso, saranno utilizzate metodologie gestionali, per le azioni di vendita, tali da valorizzare le competenze individuali e da incrementare "lo spirito di squadra";*
- *gli obiettivi commerciali, inoltre, devono tener conto del dimensionamento e delle peculiarità del mercato delle singole unità operative e devono essere raggiungibili e percepiti come tali;*

1

- gli indirizzi commerciali devono essere compatibili con le strategie di medio-lungo periodo volte alla fidelizzazione della clientela;
 - l'Azienda, in linea con le disposizioni aziendali, sostiene l'attività commerciale con prodotti orientati alle esigenze ed ai profili della clientela, con piattaforme tecnologiche a supporto delle attività dei gestori della relazione e con strumenti formativi e informativi atti a favorire una proficua interazione con la clientela sia sotto il profilo dei contenuti dei prodotti e delle loro caratteristiche (tenuto conto anche dello specifico profilo di rischio della clientela), sia sotto quello delle modalità di vendita. In tale ambito l'Azienda, oltre a predisporre i documenti che definiscono le deleghe e gli ambiti di competenza delle Strutture e dei Ruoli in materia di trasmissione ed esecuzione sul territorio dell'attività commerciale programmata centralmente, assicura anche l'effettiva applicazione degli stessi in coerenza con l'ordinamento aziendale ed in particolare con le competenze assegnate alle strutture ed ai Ruoli di Responsabilità;
 - tutto il personale di Rete addetto alla vendita, all'interno del piano generale di formazione, è destinatario di un'offerta formativa continua finalizzata all'acquisizione delle competenze commerciali specifiche, utili per la crescita e la valorizzazione professionale e conseguentemente idonee ad accrescere la capacità competitiva della Banca;
 - gli addetti alle strutture commerciali devono essere a conoscenza degli obiettivi di budget relativi all'esercizio di riferimento e ricevere regole chiare ed esaurienti sui comportamenti da seguire nella relazione con la clientela, sulle quali l'Azienda deve garantire il controllo e le condizioni di effettiva applicabilità;
 - il monitoraggio dei risultati sarà finalizzato a dare riscontro agli interessati del loro posizionamento rispetto agli obiettivi assegnati e dovrà essere attuato tramite modalità strutturate e coerenti, condivise dalle preposte strutture al fine di evitare condotte improprie ed indebite pressioni, contrarie a quelli che sono i principi, le norme e le regolamentazioni aziendali e lesive della dignità e professionalità dei lavoratori;
 - a tal fine le Parti confermano, anche, l'importanza dell'informazione e della sensibilizzazione da parte delle Strutture Centrali, di tutti coloro che ricoprono ruoli di responsabilità organizzativa in merito alla forma ed alle modalità corrette con cui devono essere svolte le azioni di indirizzo commerciale.”;
- nell'ambito del medesimo accordo 12.6.2015 le Parti si sono impegnate a costituire un apposito Organismo che, in coerenza con lo sviluppo di una linea di relazioni industriali basata sull'ascolto, l'informazione e la consultazione, presidisasse l'attuazione dei principi enunciati nell'accordo stesso.

Tutto ciò premesso

Le Parti concordano quanto segue:

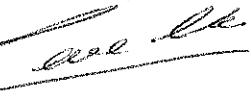
- con il presente Verbale - di cui la premessa costituisce parte integrante - viene costituito l'Organismo Paritetico sulle Politiche Commerciali, composto da rappresentanti della Banca e

delle Organizzazioni Sindacali aziendali, nell'ambito del quale saranno affrontate tutte le tematiche enunciate in premessa con possibilità di verifica e monitoraggio dei comportamenti agiti, concordando laddove necessario opportuni interventi volti a favorire comportamenti corretti e conformi alla normativa vigente;

- l'Organismo Paritetico sulle Politiche Commerciali è composto da cinque rappresentanti dell'Azienda - facenti parte del Servizio Relazioni Industriali, della Direzione Retail e Rete e dell'Area Gestione Risorse Umane - e da un rappresentante delle OO.SS. per ogni sigla firmataria del presente Verbale, con indicazione dell'eventuale sostituto;
- i nominativi designati dalle Parti verranno reciprocamente comunicati in occasione della prima riunione utile e successivamente, in caso di intervenute modifiche, eventuali nuovi nominativi dovranno essere tempestivamente segnalati;
- l'Organismo si riunirà periodicamente a richiesta di una delle Parti, di norma, semestralmente;
- la prima riunione avverrà entro la fine dell'anno 2015.

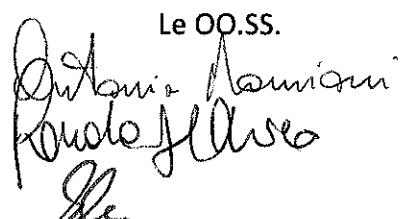
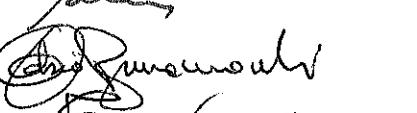
Siena, 16 settembre 2015

L'Azienda


Fondiaria S.p.A.


FISAC
SINPIB
JGL
FIRST EISL
FABP
UILCA

Le OO.SS.


Antonio Neri
Paolo Jilave

Gianfranco

Domenico Mancuso
Domenico Gori

