



TORINO E PROVINCIA INTESA SANPAOLO

REPORT...AGE

DALLA BANCA DEL MONDO PARALLELO

All'incontro trimestrale del 21 ottobre, la nostra distanza dalle posizioni e dalla sensibilità aziendale rispetto alle innumerevoli questioni poste all'ordine del giorno, è parsa simile a quella che separa la Terra da un Altro Pianeta, già a partire dagli stessi temi scelti dalle rispettive parti come argomento di apertura dell'incontro.

Da parte dell'Azienda rappresentata da Oberti (Responsabile del Personale), Tenti (Direttore Commerciale Filiera Imprese), Benedicenti (Direttore Commerciale Filiera Personal), Vozza (Relazioni Industriali): percentuali di raggiungimento del budget, numeri, risultati delle varie filiere.

Da parte delle Organizzazioni Sindacali: le Pressioni Commerciali. Poiché questo riteniamo sia l'argomento del giorno!

PRESSIONI COMMERCIALI: senza voler sminuire nessuno degli argomenti trattati nell'incontro, riteniamo sia il più condizionante rispetto a quel "clima aziendale", su cui viene richiesto proprio in questi giorni di esprimerci. Addirittura più condizionante del tema molto diffuso dell'aumento dei carichi di lavoro, per un semplice motivo: ai nostri colleghi non spaventa la quantità di lavoro, ma il dover lavorare essendo sottoposti ad una serie di pratiche discutibili come i continui ed assillanti monitoraggi, le mortificazioni pubbliche anche nei confronti di direttori, le videolynch infinite e ripetitive, piani d'azione, riunioni in pausa-pranzo, e/o alla lavagna così è più chiaro chi sono i buoni e chi i cattivi, senza parlare delle "minacce" rivolte ai colleghi, che spaziano dal "se non fai i risultati ti trasferisco", alle qualifiche che saranno legate al raggiungimento dei risultati (mentre in realtà le qualifiche NON SONO LEGATE AL RAGGIUNGIMENTO DEI BUDGET, MA AI COMPORAMENTI AGITI!) Pur avendone accettato l'applicazione, i colleghi sono vittime della "schiavitù da metodo", diventato un fine anziché un mezzo, al punto da prevedere che tutto sia ugualmente urgente e necessario: il rispetto del numero degli appuntamenti, la lavorazione delle liste e delle campagne, il raggiungimento del budget degli specifici prodotti da collocare, la partecipazione alle riunioni, senza dimenticare l'accoglienza... il tutto gestendo ovviamente il flusso spontaneo di clienti e di problemi, la formazione, l'adattamento alle nuove procedure, senza sentirsi adeguatamente capiti e supportati (neanche dalle funzioni aziendali in remoto) e a volte anche solo ascoltati. A proposito del flusso spontaneo, l'azienda ha ribadito che non dovrebbe più esistere (!) ma che comunque il cliente che si presenta in filiale senza appuntamento deve essere servito celermente. Abbiamo richiesto di fornire alle filiali specifiche indicazioni di come dovrebbe essere gestita l'accoglienza (a turni, seduti, svolta da tutta la compagine...). L'indicazione aziendale è stata chiara: ogni filiale fa come riesce!! Abbiamo richiesto anche una maggiore attenzione alla formazione e all'affiancamento dei lavoratori, che non meritano di essere lasciati soli in un momento di così profonda trasformazione della loro attività lavorativa.

Le risposte dell'Azienda, che forse pensa ad un mondo parallelo a quello in cui viviamo noi, hanno purtroppo avuto come unico scopo quello di minimizzare l'utilizzo di quelle pratiche non corrette che non è più in grado di negare, accusandoci di generalizzare e di dare un eccessivo risalto a quelli che restano casi isolati. **Chissà perché a noi i casi isolati sembrano quelli in cui non si fa dello straordinario non pagato, non si fanno riunioni nell'intervallo, le politiche commerciali vengono correttamente trasferite e gestite.** Si assiste così al proliferare di atteggiamenti offensivi, toni intimidatori o velate minacce perfettamente legali o comunque formulate **in modo da aggirare**

l'accordo sulle politiche commerciali faticosamente raggiunto un anno fa, ma altrettanto perfettamente avvilenti e demotivanti.

Pur non condividendo il sistema di assegnazione dei budget, riportiamo i dati dell'andamento delle Filiere commerciali della Direzione Regionale Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, in quando frutto dell'impegno quotidiano di tutti i lavoratori.

RETAIL: poiché si era parlato diffusamente di tale territorio nella trimestrale di giugno, viene fornito solo un dato sintetico: l'anticipatore di settembre mostra una crescita, rispetto all'anno precedente, del 4.5%, con buone performances per quanto riguarda gli impieghi, i mutui ed i finanziamenti alle aziende retail. Viene puntualizzata la necessità di coinvolgimento degli assistenti alla clientela in attività più commerciali, anche in considerazione della riduzione del servizio di cassa tradizionale: per questo motivo a partire dal 5 dicembre si chiameranno "Gestori Base".

IMPRESE: Tenti si dichiara soddisfatto, poiché nonostante si accusi un meno 4.3 per cento di ricavi lordi la percentuale di raggiungimento degli obiettivi è del 94% nonostante il contesto di mercato. I buoni risultati provengono soprattutto dagli impieghi a medio-lungo termine, mentre l'aggregato del breve termine è in perdita, sia a livello di volumi di impieghi che di numero di clienti. Viene riconosciuto il grande impegno dei colleghi a tutti i livelli, in particolare quello della relazione con i clienti, che ha portato a soddisfacenti risultati. Abbiamo portato all'attenzione di Tenti **le tante problematiche presenti nelle Filiali Imprese**, prima tra tutte la difficoltà nel rispettare i dieci appuntamenti settimanali richiesti ai gestori con i clienti al di fuori della Banca, dovuta non alla contestazione del metodo ma alla mancanza di tempo e di risorse. Il numero di addetti è insufficiente a coprire tutte le esigenze dei colleghi gestori e dei clienti, le scadenze, gli aggiornamenti e la formazione, per non parlare del presidio del credito e del recupero del credito problematico, di cui anche l'azienda dichiara di riconoscere l'importanza.

PERSONAL: è la filiera che soffre di più con un 12.7% di decrescita economica e budget di periodo all'83.5% nell'anticipatore di settembre. Per quanto riguarda il credito, soprattutto i mutui, si è sostanzialmente in linea con gli obiettivi, ma si è indietro sugli aggregati più importanti, quali collocamenti lordi, afi e flusso netto di risparmio gestito. Benedicenti ha sostenuto la tesi che tali risultati siano dovuti non tanto alle performances di prodotto, **quanto alla difficoltà di far comprendere ed accettare ai clienti** la necessità di assumere rischi più elevati a fronte di un contesto di mercato che offre tassi bassissimi, o addirittura negativi. "Nonostante La nostra Direzione Regionale si collochi in una posizione superiore alla media delle altre, siamo indietro" (proprio non ce la fanno a stare senza una classifica).

Viene poi illustrata l'"Iniziativa 100+", partita su alcune Filiali Pilota, che vede una stretta collaborazione tra la Filiale Personal e quella Retail: verranno selezionati "in base ad un algoritmo molto complesso" i clienti retail che presentano particolari potenzialità di crescita, ai quali verrà proposto un incontro in cui saranno presenti i due gestori delle diverse filiere. In base alle esigenze del cliente e alle potenzialità di sviluppo riscontrate, verrà decisa l'assegnazione ad una delle due filiere: abbiamo richiesto ed ottenuto da parte delle funzioni del personale un affidamento affinché eventuali modifiche del portafoglio non incidano sui colleghi interessati all'accordo sui ruoli professionali.

BANCA PROSSIMA: A partire da inizio 2017 verrà affrontato l'argomento della riorganizzazione di Banca Prossima, dell'assegnazione della complessità dei portafogli dei Gestori, del modello di servizio, delle figure professionali che potrebbero essere interessate ad un accordo sui ruoli. Viene rimandata ad un successivo incontro la trattazione approfondita dell'argomento.

FILIALE ON-LINE: interviene Maria Carla Trogolo, Responsabile della Filiale on-line di Moncalieri. All'interno della filiale operano 29 nuove risorse, che hanno terminato il primo step del processo formativo e gestiscono autonomamente telefonate coi clienti, anche di tipo commerciale.

L'introduzione di nuove risorse ha permesso l'avvio di un progetto di affiancamento di alcuni gestori della Filiale On Line a gestori Banca 5 o assistenti alla clientela, al fine di migliorare l'interazione telefonica con i clienti e la gestione delle obiezioni. Le filiali interessate da questa iniziativa, che prevede la lavorazione di liste di clienti a cui effettuare una proposizione commerciale telefonica sono, a Torino, la 25 e la 4. Riteniamo che le attività di tutoraggio effettuate mediante affiancamento siano molto positive per i colleghi, che si sono espressi favorevolmente rispetto a tale iniziativa. Per quanto riguarda la Filiale On Line di Torino, l'azienda ci informa riguardo al completamento dell'assegnazione della complessità dei portafogli (3E-17D-22C-4B-8A), che ha portato 31 risorse a beneficiare dell'accordo sui ruoli professionali. Per quanto riguarda lo smart working, poiché si sta ancora verificando con quali modalità potrà essere applicato nella Fol, se ne parlerà nei mesi successivi.

NUOVO SPORTELLLO: il progetto-pilota è partito a marzo su 5 filiali e in questi mesi se ne è verificata l'efficienza. Il roll-out, pianificato centralmente, è partito a settembre e si concluderà a fine novembre. Per circa un mese le filiali hanno la possibilità sia di utilizzare la vecchia messaggistica, che di familiarizzare con la nuova. In questo momento sul nostro territorio siamo in una fase di pausa per consentire a DSI di intervenire sulle criticità riscontrate dalle filiali. Ci auguriamo che i numerosi problemi emersi, che hanno portato anche a frequenti casi di non quadratura, vengano risolti definitivamente prima dell'aumento dell'attività transazionale che si riscontra nel mese di dicembre. Saranno inoltre installate nelle Filiali New Concept in partenza nella Direzione Regionale, come Torino 3, nuove macchine CSA, sulle quali sembra siano stati risolti molti dei problemi riguardanti l'utilizzo dello scanner.

IL DIAMANTE SULLA TORTA: ci sembra a questo punto doveroso un commento alla nota "Vicenda Report" o "Vicenda dei diamanti", di cui si è fatta carico di parlare Roberta Benedicenti, illustrandoci in quale modo la Direzione sia intervenuta a supporto non solo di coloro direttamente coinvolti nella vendita, ma di tutti i colleghi, *diffondendo con tempestività alcune note tecniche* e dichiarando la disponibilità ad incontrare tutti i clienti che ne avessero fatto richiesta.

Pur condividendo i chiarimenti e le motivazioni addotte dall'Azienda riteniamo, ancora una volta, che questo caso evidenzi una carenza di formazione, e forse anche di corretta informazione, nei confronti dei propri dipendenti. **Riteniamo che le "note tecniche" diffuse in seguito alla trasmissione Report in merito alle caratteristiche del listino "Rapaport" ed al meccanismo della formazione del prezzo dei diamanti da investimento, dovessero essere fornite PRIMA che iniziasse la proposizione di tale forma di investimento da parte dei colleghi, e PRIMA che ad un qualsiasi cliente venisse in mente di rivolgersi alla Gabanelli per capire perché stesse pagando un diamante ad un prezzo più che raddoppiato rispetto ad un listino ufficiale.**

Vorremmo, come dipendenti di una grande Banca che siamo orgogliosi di rappresentare, che non ci arrivasse prima la Gabanelli a spiegarci come funziona un prodotto che vendiamo, ma essere formati in maniera chiara ed esaustiva, in modo da poter gestire autonomamente le obiezioni dei clienti. E speriamo che non arrivi prima lei anche la prossima volta, a far riflettere sulla distanza sempre più labile tra un modello propositivo e di vendita trasparente e corretto ed uno basato su eccessive, anche se legali, spinte alla vendita.

Torino, 27/10/2016

**FABI - FIRST/CISL - FISAC/CGIL - SINFUB - UILCA - UNISIN
TORINO E PROVINCIA INTESA SANPAOLO**