



## A qualcuno non arriva...

Credit Agricole è da tempo impegnata a promuovere i contenuti dell'acronimo ESG (Environmental-ambiente, Social-società, Governance) in cui si fa riferimento a un insieme specifico di criteri come l'impegno ambientale, il rispetto dei valori aziendali e se un'azienda agisce con accuratezza e trasparenza o meno.

Non possiamo trascurare a questo proposito quale sia l'applicazione pratica in materia di Politiche Commerciali e per questo vogliamo provare a fare un bilancio in chiusura di anno.

Quando parliamo di Politiche Commerciali la prima cosa che ci viene alla mente sono le "PRESSIONI COMMERCIALI" un tema molto dibattuto nel settore creditizio, principale fonte di stress e malattia per i dipendenti del settore ed anche una delle principali cause di reclami da parte della clientela.

Purtroppo da questo profilo i dati nel Gruppo non sono positivi, anche nel 2023 l'anno si conclude con la segnalazione da parte sindacale di circa 50 comportamenti non corretti, dopo le 58 del 2022, le 40 del 2021.

Sono dati estremamente pesanti che fanno preoccupare per la loro ripetitività, anche perché spesso purtroppo queste segnalazioni sono solo la cosiddetta "punta dell'iceberg" ovvero un termometro che segnala la situazione ma che certamente non rende pienamente l'idea della sua ampiezza.

**Purtroppo in questi numeri troviamo comportamenti ripetuti dagli stessi soggetti, comportamenti che persino confliggono con aspetti normativi di policy.**

Quando diciamo che queste segnalazioni sono solo la "punta dell'iceberg" è perché i numeri non raccolgono comportamenti che, nonostante l'Azienda sia in procinto di chiudere l'esercizio con un utile storico, si stanno ripetendo anche adesso in chiusura di anno nell'ambito di un eccessivo numero di conference call, ognuna di esse finalizzata a chiamare i numerosi colleghi presenti a relazionare davanti a tutti i presenti in merito ai risultati della loro attività commerciale su tutti i fronti ovvero WM, Monetica, Assicurazioni Ramo Danni, Assicurazioni Ramo Vita e chi più ne ha più ne metta.

Fra queste spiccano poi alcune call tenute da Responsabili che utilizzano toni assolutamente poco consoni al nostro contesto di lavoro ed al ruolo del relatore.

I capi filiale vengono ritenuti "garanti dei 5 appuntamenti al giorno che devono fare i loro gestori" e che "se non lo fanno hanno un problema PERSONALE con il relatore", e di conseguenza "se non ci riescono gli trova lui (il relatore) un altro lavoro".

Per poi evidenziare, in ossimoro con il sostenere che SIAMO UNA SQUADRA, che ci sono filiali che producono più del dovuto e tante che invece non lo fanno, anzi che "hanno mollato", esortando chi produce ad arrabbiarsi con chi sembra non

tenere il ritmo !!! Il tutto senza entrare neanche lontanamente nel merito dei numeri di ogni singola filiale, che andrebbero attentamente contestualizzati con la singola unità operativa invece di essere messi in piazza.

Sempre tra le provocazioni succede che nelle call si arriva a fare un semplice calcolo matematico di quanto ogni gestore dovrebbe collocare quotidianamente per poter raggiungere il proprio obiettivo e di conseguenza l'obiettivo della Direzione Regionale, banalizzando quindi la tipologia di prodotto assolutamente non banale e dimenticando che IL CLIENTE E' AL CENTRO quindi il prodotto va collocato in funzione dei bisogni dello stesso e non della DR!

Riteniamo questi atteggiamenti totalmente fuori luogo ed assolutamente estranei alla leadership che dovrebbe contraddistinguere certe figure aziendali, ma in particolare non confacenti all'ambizione del nostro Gruppo di essere sempre più ESG.

Il 2023 volge al termine con un ottimo risultato di bilancio il cui merito va equamente diviso fra tutti i colleghi.

Vogliamo provare a metterci alle spalle queste negatività confidando che tutto ciò nel 2024 non ricapiti anche perché se dovesse essere noi ci impegniamo non solo a monitorare la situazione ma a segnalare in modo ancora più ufficiale certi comportamenti che si collocano completamente al di fuori della policy aziendale che, ricordiamo, ricercano un profilo di redditività che sia però compatibile con una corretta governance e rispetto, sia dei colleghi che della clientela.