

Le pressioni commerciali tornano al centro del dibattito nel settore bancario. Un approfondimento di **Vitaliano D'Angerio** [pubblicato su Il Sole 24 Ore](#) raccoglie le segnalazioni provenienti da diverse realtà del credito, dove le organizzazioni sindacali denunciano l'aumento degli obiettivi di vendita, la crescente spinta al collocamento di polizze assicurative e le ricadute su carichi di lavoro, benessere del personale e qualità della consulenza alla clientela. Di seguito riproponiamo l'articolo.

Pressioni in banca, reti sotto stress e costrette a collocare sempre più polizze

Duri comunicati sindacali in Bper e UniCredit sulla vendita delle polizze. In Intesa Sanpaolo malumori in Romagna e nel Sud Italia

Obiettivi di budget irrealistici, stress per i dipendenti, organici ridotti e pressioni per collocare sempre più polizze. Sono gli elementi che si ritrovano, con diverse sfumature, nei comunicati sindacali di banche come Bper, UniCredit e Intesa Sanpaolo. Sono soprattutto le rappresentanze sindacali locali che spesso lanciano l'allarme.

Bper e i bisogni dei clienti

Oltre ai ranghi ridotti e al clima che «continua a peggiorare», ci sono due passaggi chiave nel comunicato congiunto delle cinque sigle sindacali presenti in Bper e diffuso il 22 luglio. Il primo riguarda i budget: «Ancora più preoccupante è il livello degli obiettivi, irrealistico e ben superiore a quello degli anni precedenti. Obiettivi di questo tipo non possono che alimentare ulteriormente le pressioni commerciali e creare forte stress ai colleghi».

Il secondo punto critico è relativo alle vendite: «La spinta sulle polizze continua a distorcere l'attività della banca, mettendo in secondo piano le esigenze della clientela e le attività bancarie tradizionali. Si parte dal risultato economico da raggiungere, spesso non dai bisogni dei clienti». Bisogni dei clienti che invece dovrebbero essere sempre il riferimento più importante.

«Le segnalazioni alla commissione sulle politiche commerciali interna a Bper sono in aumento – afferma **Nicola Cavallini**, coordinatore nazionale di **Fisac CGIL in Bper** –. Le risposte dell'azienda spesso sono tardive e generiche. Nei casi di atteggiamenti reiterati, i feed back dovrebbero invece essere immediati. Di frequente, invece, i rappresentanti sindacali non sono informati dei provvedimenti adottati». A proposito delle pressioni commerciali, **Cavallini** aggiunge che «ci sono inoltre troppe campagne prodotte nel corso dell'anno. Le strutture vengono totalmente assorbite da queste iniziative: e tutto il resto? Quando chiami il cliente devi spiegare bene il prodotto, non puoi liquidare la persona in pochi minuti».

Unicredit e le assicurazioni

Da Nord Est e da Nord Ovest arrivano invece le critiche più dure a Unicredit. Nel comunicato sindacale congiunto del 14 luglio, si fa il resoconto delle assemblee Unicredit della provincia di Vicenza. Al centro del volantino appunto le pressioni commerciali definite «il male per eccellenza del nostro settore». E poi si passa agli esempi concreti dei prodotti e ritornano sempre le polizze: «Un altro evento recentissimo – ma vecchio nelle modalità – riguarda il lancio di un nuovo prodotto assicurativo legato all'insorgere di patologie oncologiche. Non

ne mettiamo in discussione la validità ma sottolineiamo la delicatezza estrema richiesta nel trattare simili argomenti. È mai possibile che ogni campagna debba tassativamente accompagnarsi alla richiesta di “almeno una sottoscrizione per consulente”?».

Altrettanto duro il comunicato dei dipendenti di Torino e provincia dal titolo: «Pressioni commerciali su polizze, convocazioni mirate». Ecco l'incipit del volantino pubblicato l'8 luglio: «Nei giorni scorsi alcuni consulenti di Torino e provincia hanno ricevuto una convocazione “speciale”, riservata esclusivamente a chi non aveva ancora “piazzato” una polizza specifica (assicurazione temporanea caso morte). L'invito è stato formalizzato durante una riunione commerciale e i destinatari sono stati individuati perché “colpevoli” di avere ancora la “casellina” del prodotto a zero».

Quando saranno conclusi gli incontri con tutte le Regioni in cui è diviso il gruppo, si farà il punto sui problemi da risolvere, comprese le pressioni commerciali».

Abbiamo chiesto un commento a **Unicredit che ha preferito non commentare.**

Intesa, dalla Romagna al Sud

Problemi di pressioni commerciali anche in casa Intesa Sanpaolo. In particolare, i volantini critici sono quelli della Romagna e di Puglia-Molise-Basilicata.

Nel Sud Italia come nel Centro, i problemi riguardano gli organici ridotti, i carichi di lavoro e il pressing commerciale. «I comunicati di Puglia, Molise e Basilicata e poi quello della Romagna non sono segnali di un malessere locale... Quello che emerge dai volantini è un problema che sta affiorando a livello nazionale. Nasce tutto dalla riorganizzazione di gennaio dei settori Retail ed Exclusive con spostamenti di clienti e masse.... Contattata, **Intesa Sanpaolo ha preferito non commentare.**