



By: [Paul Stevenson](#) - [CC BY 2.0](#)

L'accordo tra oo.ss. e azienda sulla riorganizzazione della rete commerciale, l'impegno a confrontarsi sulle materie concernenti il personale per giungere a definire una nuova contrattazione integrativa, potrebbe rappresentare l'inizio di una fase di discontinuità in tema di relazioni sindacali.

Ci auguriamo quindi, che a quel clima di arroganza che ha caratterizzato la gestione della banca negli ultimi tre anni, venga posto fine. Inoltre, vogliamo sperare in un cambio di registro anche in tema di politiche commerciali. Purtroppo, dobbiamo ricordare a chi ha in mano le sorti della azienda, che ad oggi, è mancato un serio progetto organico di crescita e sviluppo della banca, che sommandosi ad una politica di scarsa considerazione etica nei confronti della clientela e dei dipendenti, ha prodotto seri guasti nel tessuto aziendale.

Ricordiamo solo qualche esempio.

Chi di noi non ha dovuto fare i conti con operazioni di prestito al consumo (Consum.it) fatte a sconfinatori incalliti perché "tanto così facciamo budget e trasferiamo il rischio di credito alla Consum.it?" Quando qualche sprovveduto ha provato a far riflettere sull'assenza etica dell'iniziativa (appioppare il rischio di credito di posizioni in difficoltà ad altra società del gruppo non sembrava una grande bella idea) e sugli scarsi risultati che tale strategia avrebbe dato nel medio termine, è stato giudicato come "parzialmente adeguato" o peggio ancora. I fatti stanno dimostrando che in fondo questi colleghi inadeguati non ci avevano poi visto tanto male, visti i recenti ri-addebiti alle filiali delle posizioni ex-Consum.it incagliate.

Una iniziativa commerciale come Incontriamoci è stata partorita da menti con grande senso tattico ma con scarsa dimestichezza con la realtà del lavoro in banca. La Direzione comanda un miglioramento dei ricavi dalla banca reale? Bene. Anziché assumersi la responsabilità di simile manovra, viene demandato alle filiali l'ingrato e spesso impossibile compito di far accettare di buon grado ai clienti il raddoppiarsi o triplicarsi delle spese di conto, imbellettate come sempre dalle famose eventuali leve commerciali.

Su questa campagna è stato poi un fiorire di iniziative geniali dei vari occupanti la scala gerarchica, con il risultato che un'idea partita male è stato poi alimentata dalle diverse funzioni direttive che l'hanno resa ancora peggiore. Ricondurre qualsiasi rapporto con il cliente esclusivamente su un piano strettamente economico, non porta da nessuna parte. Per carità, la banca non è un ente di beneficenza (quante volte abbiamo sentito pronunciare queste parole per giustificare nefandezze commerciali di ogni genere), ma per rendere profittevole un rapporto commerciale con un cliente non dobbiamo essere costretti a "giocare" attraverso continui giri e rigiri di portafogli o sommergendo il cliente di polizze senza le quali non potrà avere accesso ai prodotti bancari veri e propri (vedi fidi e mutui).

Concentrare tutta l'attività al raggiungimento del risultato immediato, continuare a non guardare oltre se stessi, porta poi a trattare i clienti e dipendenti senza alcun rispetto, senza alcuna considerazione delle diversità di vedute (che potrebbe rappresentare una ricchezza e che invece viene sempre vista come ostacolo al perseguimento degli obiettivi), persino senza umana comprensione delle situazioni in cui ognuno può trovarsi, suo malgrado... non esclusi i problemi di salute.

Lo ribadiamo per l'ennesima volta: per uscire da una situazione molto difficile e complicata che si protrae ormai da diversi anni, c'è bisogno che l'azienda abbia una missione chiara e riconoscibile. E i dipendenti devono sentirsi parte di un progetto, valorizzati, e non mortificati.

Viterbo, 16 giugno 2015

La segreteria