

Apprendiamo dalla clientela, con lettera datata Siena 18.04.2018 (riportata anche da alcuni organi di stampa) che il Consiglio di Amministrazione della Banca "ha da tempo deliberato un'iniziativa di ristoro, che prevede l'integrale restituzione dell'importo investito, per tutti coloro che, avendo comprato le pietre dalla suddetta Società (DPI) previa segnalazione da parte della Banca, ...".

Alcuni clienti hanno già ricevuto la lettera, altri hanno letto la notizia e sono venuti in Filiale per chiedere ai gestori istruzioni circa il disinvestimento dei diamanti ed il relativo "ristoro". Inutile dire che siamo cascati dal pero nessuno sapeva della cosa né in DTR, né in Area.

È sconcertante che le funzioni commerciali dell'Area continuino a dare agli operatori un'unica indicazione, cioè quella di fornire alla clientela i recapiti di DPI pur nella consapevolezza che sono mesi che le linee telefoniche della società sono disattivate. Ma non ci meravigliamo più di tanto visto che fino a settembre scorso dalle DTM continuavano ad arrivare richieste di report commerciali per la vendita dei diamanti, nonostante che da febbraio la vendita in Banca fosse stata sospesa.

Oggi, dopo l'ennesima ristrutturazione aziendale, è cambiato il nome da DTM a DTR, ma i personaggi sono sempre gli stessi, i metodi sempre uguali, solo l'ignoranza (nel senso di ignorare) continua a crescere.

Qualche giorno fa dalla DTR arriva l'ennesimo messaggio commerciale per centrare il budget e fare le commissioni. I segment manager citando l'ormai famoso "Lynch odierno", chiedono di trasformare le polizze Ramo I con rischio d'investimento bassissimo in polizze Multiramo con una soglia di rischio elevata, molto probabilmente non adeguata e coerente con i portafogli dei clienti possessori di polizze Ramo I. La procedura proposta era quella della trasformazione dei contratti assicurativi rigorosamente nella procedura "EXAMPLE" escludendo che l'operazione transitasse dalla consulenza avanzata "ADVICE" bypassando così i controlli sulla coerenza dei portafogli e sul beneficio minimo delle operazioni Vendita/Acquisto di prodotti finanziari. Tutto questo è perché per le polizze Ramo I è divenuto operativo Solvency II? Ma ci dovete scusare se la nostra ignoranza non è pari alla vostra e nonostante non ci venga erogata un'adeguata formazione, ci ostiniamo a leggere e studiare le circolari e le leggi, sopperendo da autodidatti a quella formazione che ci spetterebbe per contratto.

Il lavoro della DTR si esaurisce nel girare mail, chiedere report ad ore prestabilite, fare classifiche da terza elementare tra Buoni e Cattivi ed esercitare assurde pressioni commerciali, spesso offensive, che non hanno altro scopo se non quello di aumentare lo stress lavorativo. Se almeno leggessero, si accorgerebbero che le mail inviate dai partner commerciali, ai quali interessa solo il tornaconto economico per la loro Compagnia, veicolano "insidie e rischi operativi" elevatissimi per la Banca ma soprattutto per i colleghi. Come O.S. ci auspichiamo che tutti i manager e i segment manager delle funzioni commerciali dell'Area vengano iscritti a corsi di formazione su finanza base e avanzata, perché solo migliorando il loro bagaglio professionale si possono evitare danni alla Banca, alla clientela ed ai colleghi, che in buona fede eseguono le loro "indicazioni commerciali" per centrare l'agognato budget.

Napoli, 2 maggio 2018

Le Segreterie