



UIL CREDITO, ESATTORIE E ASSICURAZIONI
Aderente a Union Network International – UNI

UILCA BANCO DI NAPOLI

**Pressioni commerciali ?
Cerchiamo la prova che la responsabilità sociale non sia solo proclamata.**

Dobbiamo ancora una volta tornare sul tema delle “pressioni commerciali” che si continuano ad esercitare, se possibile con ancora maggior vigore che in passato, sulla rete.

Ritenevamo che le belle parole in materia di responsabilità sociale, con tanto di redazione di specifico bilancio, avessero una valenza effettiva e non fossero un mero strumento di marketing.

Reputavamo che il progetto della “banca dei territori” fosse un nuovo modo di intendere il rapporto col Paese reale e con tutte le sue componenti e non la semplice dipartimentalizzazione di responsabilità in chiave geografica.

Pensavamo che la tempesta finanziaria globale ed i collassi di primari operatori del settore ci avessero in qualche modo risvegliato dal sogno della crescita infinita e del ROE a doppia cifra.

Credevamo che la conclamata congiuntura recessiva fornisse adeguati spunti per ripensare ad un piano industriale superato dagli eventi e dall’ABI che, con le sue previsioni, sancisce una contrazione degli utili del sistema bancario di 1/3 per il 2008 e di un altro 16% per il 2009.

Ma ci sbagliavamo.

Auspichiamo che la rivisitazione del modello organizzativo rappresenti un accorciamento della scala gerarchica funzionale ad un maggior interscambio di informazioni tra centro e periferia, piuttosto che il semplice avocare ai vertici di buona parte dei poteri decisionali.

Al di là delle dichiarazioni di facciata è evidente il salto all’indietro: non esiste la banca di relazione, ma solo ed esclusivamente una rete di vendita dei prodotti. E la vendita, ora e qui, DEVE esserci, senza se e senza ma.

La riprova si registra già in questi primi giorni di avvio del nuovo modello con l’assegnazione di obiettivi di brevissimo periodo -da condividere necessariamente senza obiezioni-, nonché richiami alla “fine della ricreazione”, intimazioni a comunicare quotidianamente il “venduto” o le lavorazioni, enfaticizzazione della subordinazione gerarchica e del conseguente assoggettamento, acritico, agli ordini impartiti.

Attendiamo di conoscere la ratio tecnica di un così pressante ed a volte quotidiano monitoraggio ai fini della verifica dell’andamento delle performance per intervenire sulle strategie dei mercati. Fino ad allora per noi saranno soltanto pressioni commerciali.

Il tutto, è ovvio, al di fuori di qualunque programmazione o pianificazione di sorta, considerato che la definizione dei budget “ufficiali” è ben al di là dal venire.

Ogni crescita deve essere sostenibile. Se così non sarà, e gli atteggiamenti registrati paiono purtroppo andare in tale direzione, si andrà solo a mortificare il morale e l’abnegazione dei colleghi, a detrimento del clima aziendale e di quello spirito di collaborazione necessario ad affrontare le sfide del prossimo futuro.

Napoli, 13 GENNAIO 2008

La segreteria