

Pressioni allo sportello, a rischio il rapporto con i clienti delle banche

"Quello delle pressioni commerciali dei vertici della banche sulla rete non è più un problema sindacale. Ma, ormai lo diciamo da tempo, sta trasformandosi in un autentico problema sociale".

Lo afferma con decisione **Lando Maria Sileoni**, segretario generale della Fabi, sindacato autonomo dei dipendenti bancari.

*"Un tema serio che abbiamo illustrato a **Carla Ruocco**, già presidente della Commissione Parlamentare d'inchiesta sul sistema bancario e finanziario. Rammento che già 30 minuti dopo il nostro incontro, le agenzia di stampa battevano la notizia: la Commissione avrebbe trattato il problema di lì a un mese".* Poi i mesi sono diventati otto. Un segnale che qualche malizioso osservatore ha letto come un intervento delle banche che non avrebbero gradito molto l'approfondimento di un tema per molti versi urticante.

*"È un tema spinoso non solo sotto il profilo della dialettica sindacale ma pure su quello della qualità intrinseca del prodotto risparmio che viene offerto. E che accende pure un fatto su una tendenza (a mio avviso molto pericolosa) in atto ormai da tempo – spiega **Carlo Piarulli**, responsabile nazionale del settore credito di **Adiconsum** – quella dell' assimilazione degli strumenti finanziari e assicurativi ai beni di consumo. Chiarisco: le reti degli sportelli vengono sottoposte a un monitoraggio quotidiano sul numero di "pezzi" venduti. Esattamente come se si trattasse di televisori o*

asciugacapelli. Ma allora io mi chiedo che senso abbiamo le migliaia di convegni in cui si parla di profilazione, diversificazione, pianificazione, educazione finanziaria. Se tutto si riduce a budget da rispettare e margini da incamerare, tanto varrebbe aprire dei supermarket."

E non è affatto detto che non si stia pensando.

"Quello che abbiamo verificato – aggiunge Sileoni – è che in qualche caso i clienti che ancora si recano fisicamente allo sportello sono stati contattati anche da alti vertici aziendali che cercano di convincerli a farlo sempre meno e a optare per l'operatività dall'home banking"

È il paradosso degli investitori senior (i più abbienti e per definizione meno attrezzati tecnologicamente) penalizzati da un marketing che appare ossessionato dalle **quattro P** (Price, Promotion, Placement e Product) e **distratto sui bisogni del cliente**.

*"Tornando alla Commissione parlamentare – rievoca ancora Sileoni – la relazione finale dei lavori resa nota poco prima della fine della legislatura non ha avuto, a nostro giudizio, esiti né risolutivi né soddisfacenti per la categoria. Nonostante – prosegue ancora Sileoni – nel corso dell'audizione abbiamo prodotto un corposo libro bianco allegando **oltre 800 volantini sindacali unitari** dando il polso preciso del malessere che pervade la categoria."*

Dunque commissione poco incisiva."Non direi, – spiega una fonte vicina ai lavori della Commissione – nella seduta del 17 maggio sono stati sentiti i rappresentanti di Fabi, First Cisl, **Fisac Cgil**, Uilca e Unisin. Nella relazione finale si scrive chiaramente che si ritiene necessario un rafforzamento degli strumenti e delle politiche di vigilanza per verificare il rispetto formale ma ancor più sostanziale della disciplina di settore. Di più: si è prospettato di dotare le singole Autorithy di nuovi poteri d'indagine tra cui il **Mystery Shopping** (presentarsi in banca "fingendosi" clienti per verificare la correttezza degli operatori), come l'ipotesi di

rendere subito esecutive le determinazioni di Acf e Abf".

Ma cosa chiedono i dipendenti bancari alla politica?

Per Sileoni "In campagna elettorale, nei programmi dei vari partiti, non abbiamo notato una attenzione selettiva sui temi del risparmio. Ciò che chiediamo è che la nuova Commissione sappia dare risposte meno generiche rispetto alla precedente".

Dal canto suo l'Abi, attraverso **Salvatore Poloni**, presidente del Comitato affari sindacali e del lavoro, nel ribadire l'utilità e il valore dell'accordo sulle politiche commerciali e l'organizzazione del lavoro (parte integrante del Ccnl), sottolinea come *"sul tema operi la Commissione nazionale paritetica voluta dall'Abi e dai sindacati. Sottolineo inoltre come l'Abi sia impegnata a favorire la piena applicazione dell'accordo che è volto anche a prevenire il configurarsi di situazioni di pressioni commerciali indebite".*

Articolo pubblicato su "Il Sole 24 Ore" del 29 ottobre 2022