BPER: abbiamo un grande futuro alle nostre spalle

Sono stati resi noti i risultati del primo semestre 2023. Un utile netto di periodo che sfiora i 705 milioni, che ha portato l'AD **Montani** a definirsi "*orgoglioso per il miglior semestre di sempre*".

Come dipendenti non possiamo che essere felici del traguardo raggiunto, e sentirci a nostra volta orgogliosi per un dato che è frutto del lavoro quotidiano di ognuno di noi, e che porterà enorme gratificazione ad azionisti e manager (molto meno ai dipendenti).

Qualche giorno prima, la rivista **Altroconsumo** aveva pubblicato la tabella che riportiamo, che rappresenta l'altra faccia della medaglia del *"miglior semestre di sempre"*.

Istituti di credito: la soddisfazione dei clienti

L'indagine è stata effettuata a dicembre 2022 su un campione di soci di Altroconsumo, per un totale di 34.643 risposte ricevute. In tabella, le banche migliori in assoluto e l'indice di soddisfazione dei dieci istituti di credito con più sportelli (secondo i dati di Bankitalia).

Istituti di credito	Valutazione su 100						
	Trasparenza	Costi e commissioni	Servizio clienti	Home banking	App	SODDISFAZIONE COMPLESSIVA	
LE BANCHE MIGLIORI							
Fineco	83	78	82	90	86	83	★★★★★
Banca Popolare Etica	85	76	79	81	79	83	★★★★★
Illimity Bank	83	88	77	82	81	82	★★★★★
Webank	80	81	76	84	82	81	★★★★★
Banca Mediolanum	76	75	84	82	82	80	★★★★★
Widiba	80	80	77	85	81	80	★★★★★
I RISULTATI DEGLI ISTITUTI PIÙ DIFFUSI							
Banca Sella	77	74	77	81	80	78	★★★★★
Credem	69	62	69	77	74	71	★★★★
BancoPosta	66	64	59	71	74	66	★★★★
Banco BPM	63	57	65	77	76	65	★★★★
Crédit Agricole	63	56	64	75	74	65	★★★★
Intesa Sanpaolo	61	52	62	76	76	64	★★★
BNL - BNP Paribas	62	55	62	72	74	64	★★★
Monte dei Paschi di Siena	61	56	65	76	72	64	★★★
Unicredit	60	52	59	74	71	62	★★★
Bper	59	52	62	65	66	61	★★★

★★★★★ ottimo; ★★★★ buono; ★★★ media; ★★ mediocre; ★ pessimo

qualità ottima qualità buona qualità media

La nostra banca risulta la meno gradita al campione degli intervistati, ed è un dato che ci deve preoccupare. Se andiamo a esaminare le ragioni di questo piazzamento, scopriamo che

due sono i valori che maggiormente ci penalizzano. "**Costi e commissioni**" ritenuti eccessivi da metà degli intervistati, ma evidentemente funzionali al raggiungimento del "miglior semestre di sempre". Ma soprattutto, ed è un dato terribilmente preoccupante, il fatto che oltre 4 intervistati su 10 ci considerino **poco trasparenti**. Tradotto in termini più chiari: il 41% del campione non ha abbastanza fiducia nella nostra banca, e questo è un dato che getta ombre inquietanti sul nostro futuro.

Come si è arrivati a questo dato?

Da anni, ormai, le banche ragionano solo sul presente: bisogna ottenere tutto e subito, massimizzando i profitti e senza pensare a ciò che avverrà domani. Ciò che conta è far crescere, sempre di più, i dividendi per gli azionisti e i premi per i top manager.

Questo comporta varie conseguenze. Prima di tutto bisogna guadagnare il massimo possibile da ogni cliente, cercando di convincerlo a sottoscrivere tanti prodotti: quindi bombardarlo di offerte e di proposte, in ogni occasione. **E' così strano che cominci a guardarci con sospetto?**

Poi c'è la ricerca spasmodica del taglio dei costi, visto esclusivamente come strumento per massimizzare il profitto immediato, senza preoccuparsi delle conseguenze future. Quindi si chiudono le filiali, abbandonando i territori a loro stessi e recidendo il legame con la clientela, illudendosi di sostituire il rapporto personale con una app, spesso bloccata da malfunzionamenti a loro volte fonte di sfiducia verso la banca. Ci sarebbero le risorse per investire e migliorare il sistema informatico, ma farlo significherebbe togliere qualche euro ai dividendi degli azionisti, quindi non si può (e non si vuole)
Con la stessa logica si pensa di vendere pezzi pregiati dell'azienda, privandosi tra l'altro di elevate professionalità, nonostante siano fonte di profitti. E' il

caso della paventata cessione del ramo d'azienda rappresentato da tutta l'attività di recupero: si massimizza il beneficio oggi, rinunciando agli introiti degli anni futuri, che potrebbero dare linfa preziosa ai bilanci qualora l'andamento dovesse rivelarsi meno florido.

Infine c'è la fede, totalmente illogica, nella **crescita inarrestabile**. Ogni anno bisogna crescere, all'infinito. Ogni anno bisogna aumentare i profitti, le polizze, il gestito, gli impieghi, il numero di clienti. Ed ogni anno la crescita percentuale dev'essere maggiore di tutti gli anni precedenti. Ogni anno dev'essere "**il migliore della nostra storia**".
Tutto questo all'interno di un sistema economico che non solo non è infinito, ma presenta popolazione in calo e con età media crescente, oltre a una capacità di spesa delle famiglie in forte riduzione.
Quanto potrà durare questa folle idea di crescita perenne?
Andiamo di corsa come un'auto che sfreccia a fari spenti nella notte, incuranti di ciò che accade intorno a noi. Fare risultati diventa sempre più difficile? Si alza il livello delle pressioni: come se rendere sempre più impossibile la vita dei propri dipendenti potesse sovvertire la realtà (e la matematica). Corriamo fino a quando andremo a sbattere, fino a quando non sarà più possibile crescere, e dovremo fare i conti con i danni prodotti.
E allora ci accorgeremo che, all'insegna del "tutto e subito", abbiamo distrutto il legame con i territori, abbiamo perso la fiducia dei clienti, abbiamo rinunciato ad importanti flussi di profitto vendendo i gioielli di famiglia.

Davvero possiamo affermare che il primo semestre 2023 sia stato il migliore di sempre? O sarebbe più giusto sostenere che è quello in cui l**a banca ha massimizzato il profitto come mai aveva saputo fare prima**?

Consentiteci di chiudere con una provocazione. Cosa sarebbe successo se invece di 705 milioni di utile ne avessimo realizzati 600, rallentando un pochino per cercare di

ricostruire il rapporto con la clientela, per ricominciare ad ascoltare le esigenze di famiglie ed imprese e provare a recuperare una minima parte della fiducia perduta?

Davvero sarebbe stato un risultato peggiore?