

Lo scorso 22 febbraio si è svolto un confronto interlocutorio tra le organizzazioni sindacali e le funzioni commerciali. L'azienda ha perseguito durante l'intera esposizione la linea delle necessità e sostenibilità dei processi di budget intesi come indirizzi, mezzi a disposizione e linee guida per l'attività ordinaria di tutto il gruppo. Da parte nostra abbiamo evidenziato di come a valle poi il risultato sia tutt'altro che lineare, fino a divenire una vera e propria fonte di **profondo disagio** per i colleghi delle filiali e degli uffici coinvolti.

L'azienda ha introdotto il ragionamento partendo dalle previsioni di fine anno scorso sui possibili scenari che si consideravano per l'anno a venire. Un anno che poteva essere ancora interessato dalla pandemia e che vedeva sin dall'inizio l'eccezionalità di un'operazione straordinaria come l'incorporazione degli sportelli UBI e Intesa.

Il primo obiettivo da presidiare secondo l'azienda è quello di garantire la continuità operativa dell'intero gruppo BPER. E su questo primo aspetto, secondo noi, pesano di sicuro i **limiti delle procedure informatiche**; aggiungiamo anche che gli stessi inficiano ogni valutazione che si voglia porre in essere nella nostra azienda. Oltretutto **l'azienda ne è consapevole e considera il problema non di prossima soluzione**.

Il secondo obiettivo è di integrare le attività delle filiali Ubi in modo da garantire elevati standard qualitativi alla nuova clientela.

Il terzo obiettivo è costituito dalla qualità del credito, da perseguire **limitando le nuove erogazioni di finanziamenti**, almeno per il primo periodo dell'anno.

In merito a questa scelta abbiamo evidenziato di come l'obiettivo dei finanziamenti sia importante per i territori e di come sia invece da sostenere per un'azienda che si ritiene del territorio.

In merito ai prodotti assicurativi, per l'azienda non sono in contrasto con l'attività tipica di settore: anch'essi rientrano nell'offerta di servizi di lungo periodo.

L'attività commerciale è stata predisposta dividendo l'anno in due semestri: il primo semestre di assestamento dei processi straordinari, il secondo di ripresa dell'attività ordinaria. Il semestre in corso ha visto l'anticipo dell'assegnazione degli obiettivi, in considerazione dell'operazione Gemini di fine febbraio. A metà anno si prevede un momento di valutazione dello stato dell'arte, dello scenario esterno, per operare eventuali aggiustamenti in corsa e includendo anche il nuovo perimetro.

Rispetto a quest'ultimo punto a noi risulta difficile comprendere di quale assestamento stiamo parlando, visto che si ricevono continue sollecitazioni, anche con modalità poco rispettose, a vendere prodotti nonostante il momento di importante crisi economica. E rispetto al secondo semestre i messaggi che vengono trasmessi sono di **richieste di raddoppio dei risultati dell'anno scorso**; in questo contesto la ripresa di una presunta attività ordinaria appare quantomeno lontana.

L'azienda considera la redditività collegata all'esigenza della continuità operativa, della garanzia di qualità del servizio nelle nuove filiali, di mantenimento di una buona qualità del credito. L'esigenza evidente è quella di preservare la clientela tutta, sia quella già acquisita sia quella che è in arrivo. E secondo noi **quest'ultimo obiettivo, se raggiunto, copre da solo l'intera attività commerciale per quest'anno**.

BPER determina gli obiettivi reddituali della filiale partendo dalla pesatura della filiale stessa, con la prospettiva di una redditività stabile e di lungo periodo e non frutto di risultati di breve periodo. Per l'occasione siamo stati informati che durante il periodo di allineamento i colleghi coinvolti **non saranno considerati in carico alla filiale di provenienza**. Non sappiamo invece come saranno considerati i colleghi interinali che stanno arrivando in supporto, colleghi che avranno bisogno di un periodo di addestramento indispensabile per poter ben operare.

E mentre l'azienda è convinta di aver predisposto un'attività commerciale, sulla carta, alla portata della nostra rete, i tanti messaggi che riceviamo dai colleghi sono di **una situazione non sostenibile, di continue e dispendiose sollecitazioni, di pressioni a collocare determinati prodotti a prescindere dal contesto territoriale e dalla tipologia di clientela**. Non si tratta di semplice redditività determinata da un'attività di soddisfazione di richieste della clientela, bensì di soddisfare la **richiesta dell'azienda di collocare determinati prodotti a prescindere**. A tale

quadro occorre aggiungere il dato di fatto che il personale si è ulteriormente ridotto rispetto all'anno scorso.

L'azienda parla di **condivisione** dell'attività commerciale con le figure interessate, che devono mettere a terra il progetto. A noi il passaggio di condivisione non risulta. Abbiamo avanzato una proposta semplice, non onerosa: coinvolgere qualche figura di rete da ogni territorio del nostro gruppo nella predisposizione degli obiettivi commerciali, in modo da tenere in considerazione le peculiarità specifiche, i punti di debolezza, la fattibilità degli obiettivi teorici, la possibilità di adeguarli a contesti particolari.

**Anna Trovato**  
**Segreteria Fisac/Cgil Gruppo BPER**





Gruppo BPER: budget, obiettivi e pressioni commerciali