

Come da accordo sindacale sulla “razionalizzazione della rete filiali”, i criteri adottati per identificare le filiali da chiudere sono, a detta dell’azienda, sempre gli stessi: – sotto-performance; – canoni di locazioni esosi; – vicinanza con altri sportelli; e le dipendenze cessanti sono sempre condivise con le Aree Territoriali di competenza. Allora come è possibile che nell’ex-gruppo Napoli vengono chiuse filiali in aperta contraddizione con i criteri sbandierati dall’Azienda? Dimensione commerciale: prevede che vengano chiuse filiali con raccolta inferiore ai 20 milioni di euro. Da noi la scelta è caduta su filiali che hanno dimensioni medio-grandi tra 20 e 50 milioni di euro di raccolta che sono a rischio abbandono molto elevato, per tipologia di clientela e caratteristiche territoriali. Territorio di riferimento: è ampiamente condiviso da altri istituti di credito e sarà dura convincere la clientela a spostarsi, soprattutto in particolari quartieri di Napoli, come il Vomero, dove anche spostarsi di un solo chilometro diventa un’impresa titanica. Canoni di locazione: le filiali in chiusura hanno un costo annuale che non arriva a 75 mila euro (di ragionevole entità per una dipendenza bancaria). Ricavi inferiori a 250 mila euro l’anno: con queste caratteristiche nel territorio dell’ex capogruppo di Napoli ci sono pochissime filiali e non rientrano in questo step di chiusura. Del resto neanche l’Azienda crede che queste filiali possano svilupparsi, infatti assegna budget ridicoli. Invece tra quelle in chiusura abbiamo filiali con ricavi che superano abbondantemente il milione di euro, i loro conti economici mostrano consuntivi con over budget sia commissionale che di margini d’interesse e i loro budget Regata sono stellari e inarrivabili. Dulcis in fundo, la campagna commerciale migrazione Widiba segmento valore digital banking e al solito la teoria è completamente diversa dalla realtà: l’azienda dichiara che migrerà la clientela con propensione al self banking, bassa redditività e bassa giacenza media per limitare il rischio abbandono e contenere i costi e invece ci troviamo clienti inseriti nella campagna commerciale con 20/30mila euro di giacenza media, anzianità elevata e possessori di prodotti. Ci chiediamo con che logica si chiudono filiali storiche radicate nel territorio e con clientela fidelizzata? C’è un disegno altro che porta a queste scelte suicide che a noi comuni mortali non è consentito conoscere?

Napoli, 31 ottobre 2017

La Segreteria

Photo by [CreditDebitPro](#) 