



## **CREVAL: COMMISSIONE POLITICHE COMMERCIALI E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO DEL 16/11/2020**

### **Stop alle pressioni in piena pandemia!**

Il 16 novembre si è riunita la Commissione politiche commerciali Creval con la partecipazione del responsabile area retail dott. Aquilino. La convocazione è stata da noi fortemente sollecitata in quanto la perdurante situazione di emergenza sanitaria sta mettendo in evidenza vecchi problemi ma anche nuove situazioni la cui gestione non è più rinviabile. Ecco in sintesi i temi e le questioni affrontate:

#### **Aspetti legati alle modalità comunicative e alla reportistica**

Continuano incessanti, da parte di alcuni responsabili retail e direttori di DT, forme e modalità comunicative dai contenuti censurabili. In particolare abbiamo riferito di frequenti call dai contenuti minacciosi, di mail e di telefonate ripetute più volte al giorno, ridondanti negli argomenti e a volte offensive nei toni.

Abbiamo messo in evidenza la perdurante carenza di strumenti di monitoraggio certificati dall'Azienda. Cosa questa che lascia campo libero a strumenti di reportistica estemporanei e non trasparenti. A questo proposito abbiamo chiesto e ribadito nuovamente la necessità di definire da parte aziendale metodi comunicativi uniformi ed una maggiore sensibilizzazione delle funzioni di responsabilità, affinché la supervisione e la verifica dell'andamento dei dati commerciali non si trasformi negli eccessi che abbiamo denunciato proprio in considerazione di quanto stabilito dagli accordi nazionale ed aziendale in tema di politiche commerciali.

Abbiamo altresì evidenziato come i colleghi vengano misurati in base al netto prodotto e non in base alla loro professionalità: non è possibile passare dai complimenti del mese precedente alle dichiarazioni di inadeguatezza e scarsa professionalità del mese successivo. Queste modalità non fanno altro che favorire la disaffezione, fattore determinante del fenomeno, accentuatosi in questi ultimi anni, della "fuga" verso altri lidi di diversi colleghi usciti dal Creval portando con sé portafogli clienti con patrimoni rilevanti.

#### **Tema delle pressioni commerciali**

Se il business è il motore dell'azienda, ormai da troppo tempo lo stiamo tenendo costantemente fuori giri. Oggi più che mai, in presenza delle oggettive difficoltà economiche create dalla pandemia e della conseguente contrazione dei consumi (-19,8% per i beni durevoli – Studio Prometeia), è necessario riflettere sugli obiettivi e sui comportamenti: limitando al massimo l'afflusso e la presenza di clientela, utilizzando e sviluppando maggiormente lo strumento dello scambio documentale/vendita a distanza, evitando il triste ritorno dei forecast previsionali ma anche sospendendo le campagne commerciali e rivedendo in termini più realistici i budget delle filiali, credito al consumo in primis, per il quale in rapporto ai ben scarsi risultati, si stanno sprecando enormi risorse, a partire dalle task force messe in campo, realizzate però attraverso il depauperamento delle filiali.

La pervicacia con la quale l'Azienda continua a perseguire obiettivi commerciali di breve periodo indipendentemente dalla situazione di emergenza, oltre a evidenziare un'ostinazione dannosa quanto fuori luogo, si muove in controtendenza rispetto alle famiglie che, preoccupate dall'attuale situazione di incertezza, si orientano più verso il risparmio (+6% - Studio Prometeia) che verso i consumi. Ci domandiamo pertanto, se la "droga" dei consumi ad ogni costo che oggi con le nostre politiche stiamo alimentando, non si tradurrà domani in problematiche di solvibilità: molti clienti sono in Cassa Integrazione e molte aziende stanno chiudendo!

A ciò si aggiunge il fatto che i colleghi chiamati a rispondere alle "priorità" aziendali, lo fanno in situazione di emergenza, sia per le croniche carenze di personale, più accentuate in alcune zone, sia per le ferie che



sono state programmate e che vedono gli organici da qui a fine anno ridotti di almeno il 20%. Diventa poi obbligatorio fare anche i conti con l'incognita di assenze per malattia o per le purtroppo crescenti esigenze familiari da Covid che vanno ad assottigliare ulteriormente la già risicata "forza lavoro" che invece potrebbe essere sostenuta, anche in filiale, con un più ampio ricorso allo smart working emergenziale.

Un altro aspetto negativo delle campagne commerciali è dato dal fatto che queste spesso si traducono in invito alla clientela a venire in filiale, in palese contrasto con le attuali disposizioni dettate dai decreti governativi.

È il caso degli obblighi di numeri elevati di appuntamenti per segmento o, ancor più, dell'iniziativa app day Pitagora, attraverso la quale vengono invitati in agenzia clienti, in gran parte pensionati. Per questa ragione abbiamo chiesto, con forza, l'immediata interruzione di tale nefasta iniziativa, utile soltanto a mettere in pericolo fasce di popolazione a rischio della vita in caso di contagio. A questo proposito chiediamo ai colleghi di segnalarci, per le opportune iniziative, eventuali insistenze aziendali su questa campagna.

Abbiamo inoltre segnalato la frequenti difficoltà nell'iter richiesta tassi e condizioni che nel caso di non autorizzazione e/o ritardi portano poi a disservizi ed attriti con la clientela, la scarsa utilità di utilizzo liste clienti non aggiornate, le forti pressioni sulle esitazioni delle campagne anche in largo anticipo rispetto alla conclusione delle stesse, la scarsa competitività di taluni prodotti e le evidenti distonie tra politica commerciale e politica del credito .

### **Aspetti organizzativi e di razionalizzazione dei carichi di lavoro – aggiornamento dei prodotti**

Stante la cronica carenza degli organici e la mancata attuazione della riorganizzazione prevista dal Piano industriale, molte Dipendenze ed alcuni uffici centrali sono praticamente al collasso. Ciò aumenta a dismisura i rischi a carico di ciascun operatore provocando livelli di stress difficilmente sostenibili a lungo andare. Per ridurre incombenze e farraginosi adempimenti occorre intervenire senza indugio per semplificare i seguenti processi:

- AVR, gestione inattesi, Pep e compilazione Gianos (da trasferire su Bancaperta);
- Revisione automatizzata delle pratiche di affidamento di consumatori ed imprese di modesto importo;
- Delibere di mutui e finanziamenti spesso corrette al ribasso di poche migliaia di euro rispetto alle richieste;
- Re-internalizzazione e sburocratizzazione della fase di rilascio delle bozze di mutuo.

Occorre inoltre dare impulso all'aggiornamento ed l'ampliamento della gamma dei prodotti assicurativi ramo danni e alla reintroduzione di strumenti ritenuti oramai indispensabili dalla clientela quali carte ricaricabili e tastierini per l'accesso ad internet.

Concludiamo rinnovando ai colleghi la disponibilità a fornirci quegli elementi utili a chiamare l'Azienda alle proprie responsabilità relativamente a comportamenti non in linea con il rispetto dovuto a chi quotidianamente lavora con impegno e professionalità. Basta con le lodi del giorno prima e gli insulti del giorno dopo a seconda del risultato commerciale!

Vi terremo costantemente aggiornati

Milano 18/11/2020

Rappresentanze in commissione

**FABI - FIRST CISL - UILCA - UNISIN**