



## AREA ALESSANDRIA-ASTI: SEMPRE PEGGIO

In occasione dell'ultimo incontro della Commissione Politiche commerciali e clima aziendale, dedicato all'esame delle **segnalazioni** pervenute alla casella **IOSEGNALO** nel corso del 4° trimestre 2024, abbiamo registrato un **netto incremento di quelle inviate dalla Direzione Regionale Piemonte Sud e Liguria**: in totale **7**, - in prevalenza provenienti dall'ambito Retail, seguito dall'Exclusive - su un totale complessivo di 29 segnalazioni del trimestre, che consegnano alla DR un **poco invidiabile primato**.

Questo dato si pone in decisa controtendenza rispetto ai periodi precedenti (nei primi 9 mesi del 2024 dalla Direzione Regionale Piemonte Sud e Liguria era pervenuta a IOSEGNALO una sola comunicazione) e fa emergere come **elemento oggettivo e incontestabile l'inasprimento delle pressioni commerciali**, esercitate **senza ritegno alcuno e con strumenti indebiti** mentre, nel contempo, si aggrava la **penuria degli organici**.

Il deterioramento della situazione pare non avere mai fine; già da alcune settimane le colleghe e i colleghi dell'Area Alessandria-Asti ci segnalano un'**ulteriore recrudescenza delle pressioni e un ampliamento degli ambiti coinvolti**; recenti **cambi di ruolo** non sono evidentemente estranei a questo peggioramento del clima.

***La pretesa di raggiungere budget spropositati rende lecito ogni comportamento?***

**Noi pensiamo che non sia così.**

In occasione degli **incontri trimestrali**, che si svolgono periodicamente sul nostro territorio, anche la **componente aziendale spesso conviene su questo punto**, tra le altre cose affermando che **l'«agenda» è uno strumento di lavoro e non un canale pervasivo per continue ingerenze**.

Nella realtà continuiamo ad assistere a una **volontà di controllo ossessivo da parte di responsabili a vari livelli** che pretendono di intervenire sulla pianificazione degli appuntamenti, anche se questo significa **calpestare le esigenze della clientela**, ignorandone deliberatamente il profilo, le richieste o il disinteresse già più volte manifestato per alcune proposte commerciali.

Questa modalità di monitoraggio e continua pressione, già diffusa e da noi contrastata in ambito **Retail** e in parte nell'**Exclusive**, ha recentemente fatto il suo ingresso anche nelle **Filiali Imprese** del nostro territorio: in questo caso l'aggravante è costituita dal fatto che **pretendere contatti assillanti o non essere credibili** nella proposta commerciale denota una **limitata conoscenza del comparto e delle modalità con cui la relazione con il cliente va svolta**.

Il rischio (sempre presente, ma ancor più grave con soggetti economici che hanno già rapporti con altri istituti di credito) è quello di compromettere rapidamente un rapporto costruito faticosamente nel tempo, dimenticando l'amara verità descritta da un famoso detto, per cui **“La fiducia si guadagna goccia a goccia, ma si perde a litri”**.

**È indispensabile un cambio di passo volto a migliorare il clima complessivo delle strutture che compongono l'Area nei suoi vari comparti, perché “a litri” si rischia di perdere anche la dedizione delle persone che lavorano sul nostro territorio, in una fase di cambiamento per il Gruppo che, per avere pieno successo, richiede condivisione, coinvolgimento e spirito di squadra.**

**Chi ricopre ruoli di responsabilità ha anche questo compito.**

Alessandria, 12 febbraio 2025