

**“IL LAVORO DI SQUADRA È FINITO:  
CHI VENDE VA AVANTI, CHI NON VENDE RESTA FERMO”**  
*(Anonimo -mica tanto- Direttore Commerciale)*

Da alcune settimane è in corso nelle filiali della C.R.Asti di Alba, Nizza, Canelli, Ag.3, Vesime e Monastero, una sperimentazione sulla **Segmentazione della Clientela**. Si tratta di un metodo di gestione dei clienti che consiste nel suddividerli sui colleghi presenti in organico della dipendenza, dal direttore all'apprendista, dall'addetto back-office al cassiere.

Non è una novità per il settore bancario; da anni, vari dirigenti di banche hanno adottato tale metodo con risultati tutt'altro che brillanti: alcuni, vedendo **aumentare le tensioni** dovute alle eccessive **pressioni commerciali** (messe in atto soprattutto da cinici e rampanti sottocapetti), hanno preferito attuare un drastico, quanto saggio, “dietrofront”.

Altri “illuminati” dirigenti, vittime dell'ideologica “euforia da budget” (*ogni riferimento a direttori commerciali di vs. conoscenza è puramente casuale*), se ne sono infischiate, preferendo brillanti prestazioni a breve rispetto a meno scintillanti, ma più solidi, risultati a lungo termine, **scaricando completamente gli effetti collaterali (stress e nevrosi) sui lavoratori**. Anche nella nostra realtà, infatti, non è inconsueto imbattersi in colleghi assunti da altre banche, che sono fuggiti da situazioni di stress divenute insostenibili.

La nostra Organizzazione Sindacale teme fortemente che tale sperimentazione sia in realtà l'anticamera di qualcosa di ben più strutturato ed organizzato che potrebbe velocemente portare alla realizzazione di veri e propri **budget individuali** sui quali costruire valutazioni, sistemi incentivanti e percorsi professionali.

Benché l'Azienda, da noi **prontamente interpellata**, sostenga il contrario, sappiamo che dal nuovo anno ha intenzione di **estendere tale sperimentazione alla totalità delle Filiali**. Per altro, non appaiono di certo rassicuranti (ma quando mai lo sono ?) le “creative” esternazioni di un Dirigente che durante i suoi consueti “show” (*ops... volevamo dire riunioni di budget*) continua a ribadire quanto indicato nel titolo di questo volantino.

La Fisac Cgil, malgrado qualcuno creda che sia formata da simpatici "fannulloni", ha il brutto "vizio" di visitare frequentemente le filiali e di parlare con i colleghi, ascoltandone attentamente i pareri: dai direttori agli apprendisti, dai cassieri agli addetti back office, non uno che sia d'accordo con tale nuova "pensata" dell'Azienda.

Visto che non ci è stata data la possibilità di esternare in un incontro ufficiale le perplessità raccolte, crediamo sia utile portare a conoscenza dell'Azienda quali pericolose conseguenze possa produrre la "Segmentazione della clientela":

- ⌘ istituisce lavori di serie A (vendita) e lavori di serie B (tutto il resto);
- ⌘ uccide il lavoro di gruppo creando inutili e deleterie competizioni tra i colleghi della stessa filiale;
- ⌘ aumenta lo stress;
- ⌘ crea un terreno fertile per la costruzione di "budget individuali" (espliciti o impliciti che siano);
- ⌘ aumenta i contrasti con i propri responsabili;
- ⌘ deresponsabilizza sui clienti gestiti da altri colleghi;
- ⌘ crea conflitti tra i gestori sui clienti a più alto margine di contribuzione;
- ⌘ è incomprensibile se applicata alle filiali medie e piccole (la maggior parte di questa banca);
- ⌘ punisce la professionalità e la specializzazione spingendo ad essere dei "tuttologi" esperti in niente;
- ⌘ mette in crisi un'organizzazione del lavoro che ha dato finora ottimi risultati (+60% di utili lo scorso anno);
- ⌘ esaspera la "proattività" commerciale rendendola del tutto anacronistica rispetto ai tempi di crisi che dobbiamo affrontare.

Chiediamo quindi all'azienda di tornare indietro prima che sia troppo tardi e di non cacciarsi su una strada che riteniamo essere senza uscita, che altre banche hanno già sperimentato e giustamente abbandonato.

Asti, 27 novembre 2008

**FISAC/CGIL C.R.ASTI**

Stampato in proprio c/o CGIL  
p.za Marconi 26 - Asti