

DIREZIONE REGIONALE CENTRO-SUD

SISTEMA INCENTIVANTE: OPPORTUNITA' O TRAPPOLA?

Se responsabilità si ferma alla rete, il premio diventa un boomerang

Nel corso dell'incontro semestrale della Direzione Regionale Centro Sud, la UILCA ha posto all'Azienda una questione precisa, concreta e tutt'altro che secondaria: il rapporto tra **pressioni commerciali, responsabilità organizzative e Sistema Incentivante**.

Il tema è delicato, ma proprio per questo non può essere evitato.

Nelle ultime settimane sono stati contestati ad alcuni colleghi episodi legati a operatività commerciali, ritenute strumentali che, secondo quanto emerso, hanno avuto anche conseguenze economiche, con la **sospensione del pagamento del Sistema Incentivante**.

Di fronte a questi fatti, la UILCA ha posto una domanda semplice: **se determinate operatività sono state considerate non corrette quando poste in essere dai colleghi, cosa è stato fatto nei confronti di chi quelle stesse operatività le ha sollecitate, promosse, o comunque inserite in un contesto di pressione commerciale?**

Abbiamo chiesto se i Responsabili dei Canali Commerciali coinvolti nella spinta a determinate attività siano stati destinatari di analoghe valutazioni, verifiche o provvedimenti.

Abbiamo chiesto se chi ha gestito riunioni commerciali dai toni e dalle modalità non accettabili, trattenendo per tempi prolungati i partecipanti in call orientate alla pressione sui risultati, sia stato a sua volta oggetto di valutazione.

Abbiamo chiesto, in sostanza, se la responsabilità sia stata valutata lungo tutta la catena organizzativa oppure se, come troppo spesso accade, si sia fermata solo sull'ultimo anello: lavoratrici e lavoratori della rete.

L'Azienda ha ritenuto di non rispondere.

Per la UILCA questo silenzio è politicamente pesante.

Non si può pretendere correttezza operativa dai colleghi senza pretendere altrettanta correttezza organizzativa da chi definisce obiettivi, tempi, modalità, linguaggio e strumenti della pressione commerciale.

Non si può chiedere ai colleghi di raggiungere obiettivi sempre più sfidanti, alimentare sollecitazioni continue, moltiplicare forecast, classifiche, richiami, riunioni e campagne commerciali, e poi, quando il meccanismo produce distorsioni, **scaricare il problema solo su chi opera quotidianamente davanti ai clienti.**

Lo diciamo con chiarezza: la UILCA non difende comportamenti scorretti.

Le regole vanno rispettate.

Le procedure vanno presidiate.

La relazione con la clientela deve essere corretta, trasparente e coerente con i principi aziendali e normativi e **proprio perché le regole valgono, devono valere per tutti**.

Se una determinata operatività viene considerata impropria, bisogna chiedersi: da dove nasce quella spinta; chi l'ha sollecitata; chi l'ha promossa; chi l'ha tollerata; chi ha governato i canali commerciali.

La responsabilità non può diventare improvvisamente individuale solo quando c'è da non pagare un premio o da contestare un comportamento.

Se la reale volontà della Banca fosse quella di sensibilizzare sulle corrette pratiche commerciali, allora l'analisi dovrebbe riguardare **tutti i ruoli coinvolti** nella filiera commerciale, non solo chi materialmente "preme il pulsante", eseguendo disposizioni altrui. Bisogna intervenire sull'origine dei comportamenti, sulle pressioni che li generano, sulle modalità con cui vengono richiesti i risultati. Diversamente, tutto rischia di apparire come un'operazione molto scenografica, ma poco utile a prevenire il ripetersi delle criticità.

Perché, quando il risultato va raggiunto, la pressione arriva su tutta la rete, ma quando emergono comportamenti contestati, la responsabilità sembra fermarsi solo su chi è in prima linea.

Il messaggio che arriva ai colleghi è devastante: prima spinti, poi lasciati soli. E poi ci si domanda perché si perdono risorse.

Il silenzio dell'Azienda preoccupa.

Alle domande non sono arrivate risposte.

Non sono arrivate risposte sul ruolo dei **Responsabili dei Canali Commerciali, sulle modalità** di alcune call, sulla coerenza tra pressioni esercitate e conseguenze scaricate sui colleghi, sul principio, per noi fondamentale, della responsabilità lungo tutta la filiera organizzativa.

La UILCA chiede chiarezza! Il premio non può essere una trappola!

La UILCA continuerà a presidiare il tema con determinazione, perché la dignità professionale delle lavoratrici e dei lavoratori non può essere sacrificata sull'altare del risultato commerciale.

Diversamente, non è un incentivo: è un problema organizzativo.

Roma, 25 giugno 2026