

## MP – INCENTIVAZIONI, BUDGET e PIANO D'IMPRESA: “un sistema sempre più vecchio ed ambiguo”

**Secondo trimestre 2015.** Cambiano i vertici aziendali, cambiano gli AD, abbiamo un nuovo Piano d'Impresa e un Bilancio 2014 con NUOVI numeri più o meno confortanti. Tra poco si materializzerà una nuova (l'ennesima) riorganizzazione del Commerciale e quella di MBPA. E forse anche altro...

**CIO' CHE NON CAMBIA MAI E' IL SISTEMA DI BUDGETING! O cambia in peggio perché si rivela sempre più complesso ed equivocabile,** contrariamente agli impegni assunti negli Accordi Nazionali.

**Anche per il secondo trimestre 2015 gli obiettivi vengono fissati non tanto sulle richieste del mercato e sulle reali possibilità di investimento dei clienti, ma sulla necessità di fare cassa** derivanti da precise scelte strategiche assunte dal CdA.

Il rischio di “bruciare” il cliente (la risorsa per eccellenza) o di esporre (per induzione...) i dipendenti a comportamenti poco etici, non viene minimamente preso in considerazione.

La separazione dei prodotti di investimento tra RAMO1 e MIFID, se da un lato rispecchia uno degli obiettivi d'impresa, cioè la necessità di “virare” gli investimenti verso formule più rischiose ma con possibilità più remunerative, dall'altro cozza contro una mentalità storicamente più prudente dei nostri clienti che fanno ancora fatica ad investire in titoli il cui capitale non sia garantito. Quindi, è chiaro che gli investimenti Multiramo necessitano di molto più tempo per essere compresi e collocati.

La nuova riorganizzazione del Commerciale Retail prevede figure professionali che, solo dopo adeguata formazione, saranno in grado di avviare il cambiamento che avverrà comunque gradualmente! **Allora, perché forzare la mano OGGI???**

**Parliamo di Multiramo e di Fondi,** perché gli altri due prodotti inseriti nel budget (Obbligazioni e Ramo III), da moltissimo tempo non fanno parte della nostra offerta.

**Si tratta di un altro escamotage per rendere più difficile il pagamento di premi???**

Di pari passo, ma in senso esattamente opposto, ci pare vadano le raccomandazioni per la puntualità di Profilature e Consulenza. Profilature del resto contestate anche dalla Consob, insieme alla consuetudine di sistemi incentivanti basati su singoli prodotti “fatti in casa” (RAMO I).

**Eppure continuano, si intensificano e peggiorano le modalità di pressioni commerciali** che sfociano sempre più frequentemente in minacce, neanche tanto velate, con anche alcuni atteggiamenti di prevaricazione e vessazione individuale.

**Oltre a ciò, proseguono le discutibili richieste di “pre vendita” e di “patti d'aula”. Per non parlare poi delle SIM** che richiedono almeno una risorsa per Filiale (ma anche di più) impegnata “solo” per incalzare gli uffici.

**E' davvero un obiettivo così importante e remunerativo? Se sì, Bene. Ma allora aumentiamo i Corner Poste Mobile,** perché non sta scritto da nessuna parte che un Operatore di Sportello debba saper aprire e attivare Sim su tutti i tipi e marche di cellulari oggi in commercio, come avviene in qualsiasi altro negozio di telefonia.

**L'AZIENDA PROFESSA E VUOLE IL CAMBIAMENTO?  
SINCERAMENTE, NON CI SEMBRA...**