



IL DIFFICILE DELLA BANCA FACILE

Si avvicina la data di attivazione della nuova banca del gruppo Intesa Sanpaolo: Isybank.

Isybank accoglierà nuovi clienti “smart”, abituati a un rapporto quotidiano con la tecnologia, nel perimetro d'azione in cui si muovono le cosiddette banche on line prive di sportelli (che sia questa la destinazione finale a cui si tende per l'intera Intesa Sanpaolo?).

Oltre ai rapporti di nuova apertura, Isybank gestirà una parte della clientela già acquisita di Intesa Sanpaolo, che dovrà cambiare conto e Iban: questi rapporti verranno trasferiti in automatico (d'altronde siamo in periodo di calcio mercato...); le lettere agli interessati si pensa partiranno alla fine di luglio (il periodo più propizio per non venir lette...), per rendere operativa in autunno la struttura della nuova società.

La banca semplice della pubblicità di questi giorni prevede un canone a costo zero nella versione Light (carta di debito solo digitale), canone a 3,90 euro mensili per la versione Smart (con carta bancomat fisica) e canone di euro 9,90 mensili (carta bancomat personalizzabile) nella versione Prime.

Vi sono diverse considerazioni da fare: la prima è che la favola dell'alta considerazione riservata ai clienti sfuma, a fronte di un'operazione che non tiene in alcun conto della loro volontà, se non in modo puramente formale.

La verità è che questo travaso degli utenti più “semplici”, privi di altri prodotti che non siano il conto corrente, serve a concentrarsi sul segmento di portafoglio più remunerativo, visto che spesso l'ostacolo principale ad un contatto continuativo con la clientela stessa è costituito dall'eccessivo numero di anagrafiche commerciali per singolo gestore.

Questa parcellizzazione della struttura della banca, già evidente con la divisione in atto da qualche anno tra segmento Exclusive e segmento Retail, si arricchisce di un ulteriore elemento, che sembra anche un pochino preoccupante.

La tendenza a dividere, focalizzare, rimpicciolire, assomiglia molto a quello che nella vulgata giornalistica è detto “spezzatino”, processo che punta ad ottenere di più dalla “somma delle parti”, magari vendendo al miglior offerente quello che non interessa più, oppure arrivare ad applicare contratti di lavoro diversi, giocando al ribasso sulla struttura dei costi.

Tutti hanno memoria di quanto già avvenuto per esempio in grandi aziende come Alitalia, Telecom o Ferrovie dello Stato, esempi poco edificanti di come il mercato metta le mani su asset statali destrutturandoli: privatizzazioni, mancati investimenti, abbandono del servizio, emarginazione della clientela non redditizia.

Vi è poi anche il fatto che i prodotti di conto proposti dalla nuova banca coincidono con prodotti simili presenti nel catalogo della capogruppo Intesa Sanpaolo: non si vede il motivo per cui si debba creare un'artificiale concorrenza interna.

Se non forse sfidare le strutture e le filiali della banca a misurarsi con obiettivi sempre più ambiziosi.

Il creare concorrenza interna tra i colleghi sembra essere il filo rosso che lega diverse iniziative della banca, tra cui l'esternalizzazione e l'affidamento a promotori di diverse attività, tra cui i prestiti e le aperture di conto corrente, e il collegamento con la rete delle tabaccherie per compiere le operazioni quotidiane più semplici. D'altra parte, questa sottrazione continua di attività per la filiale è un processo in buona misura obbligato, stante il numero degli ultimi "esodati" aderenti al fondo esuberi e la mancanza di valide sostituzioni del personale della rete filiali per la penuria di assunzioni a contratto indeterminato e a tempo pieno.

Isybank diventa così il paradigma, addirittura, dell'intera banca: una banca sempre più "leggera" e digitale, con un numero sempre minore di filiali fisiche sul territorio, con sempre meno lavoratori assunti secondo forme "tradizionali" e sempre più persone con contratti a tempo, a provvigione, o con qualsiasi altra forma prevista dalla fertile fantasia del legislatore; se vi è venuta in mente una somiglianza con Amazon o un supermercato non sbagliate di molto...

C.U.B.-S.A.L.L.C.A. *Credito e Assicurazioni*

www.sallcacub.org

sallca.cub@sallcacub.org

<http://www.facebook.com/SALLCACUB>

f.i.p. 30.06.2023