

PROTOCOLLO IN TEMA DI POLITICHE COMMERCIALI

In Roma,²²/x.11..... 2016

Tra

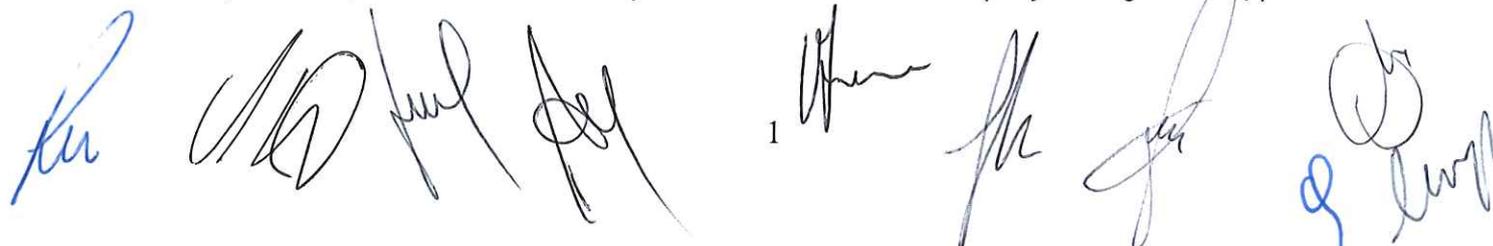
la Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., nella qualità di Capogruppo

e

le Delegazioni Sindacali di Gruppo di Fabi, First Cisl, Fisac Cgil, Sinfub, Ugl Credito, Uilca e Unisin

premesso che

- nell'ambito del settore finanziario, sempre più caratterizzato da veloci cambiamenti degli scenari di mercato e dalla mutevolezza degli assetti organizzativi, dei processi e delle professionalità, è fondamentale un costante impegno volto ad assicurare un equilibrato rapporto tra le mutevoli condizioni di lavoro e la soddisfazione del cliente, al fine di favorire la diffusione di corretti comportamenti e buone pratiche da agire nello svolgimento di tutte le attività;
- BNL e le Organizzazioni sindacali aziendali sono giunte nel 2009 alla definizione di uno specifico Verbale di Accordo che individuava principi e linee guida cui dovevano ispirarsi le attività commerciali, nonché quelle di pianificazione, monitoraggio commerciale, indirizzo e allineamento, stabilendo che l'Azienda avrebbe perseguito l'obiettivo di *"mettere fine a qualsiasi forma di eventuale impropria pressione non coerente con i principi"* di cui all'Accordo stesso;
- il predetto Accordo prevedeva anche la costituzione di una specifica Commissione – che ha operato in questi anni – con il compito di *"esaminare eventuali specifiche segnalazioni, pervenute*



Handwritten signatures in blue ink, including a large signature on the left and several smaller ones on the right, some with a small '1' above them.

anche dalle RSA, verificare la tipologia, l'efficacia e la coerenza degli interventi posti in essere dall'Azienda";

- successivamente, in coerenza con quanto convenuto, la Banca ha emanato specifiche norme volte a individuare "valori e linee guida della Divisione Retail e Private nella gestione dei processi commerciali", al fine di stabilire responsabilità, attività e tempi delle attività commerciali in Rete, con particolare riferimento ai comportamenti manageriali cui devono attenersi i ruoli di coordinamento della Rete stessa;
- anche il contratto collettivo nazionale di lavoro del 31 marzo 2015 individua i principi cui devono ispirarsi le Aziende nel perseguire i propri obiettivi di risultato economico, ponendo in essere misure volte a:
 - "favorire il rispetto di valori etici fondamentali quali la dignità, la responsabilità, la fiducia, l'integrità e la trasparenza;
 - promuovere comportamenti coerenti con i principi sopra richiamati in riferimento alle attività di indirizzo, pianificazione, coordinamento e controllo delle politiche commerciali adottate, anche attraverso un'adeguata attività di informazione, formazione e sensibilizzazione;
 - ricondurre ai predetti valori eventuali comportamenti difformi";
- la normativa generale ha registrato negli anni nuove disposizioni in materia, tra le altre cose, di antiriciclaggio, contrasto all'usura, collocamento di prodotti finanziari e assicurativi (Direttiva Mifid e Regolamenti IVASS), integrate a loro volta da disposizioni emanate da Consob e Banca d'Italia con specifiche comunicazioni e regolamenti;
- il Gruppo BNP Paribas – e in questo ambito, il Gruppo BNL – fonda la sua attività su valori etici fondamentali quali la responsabilità e integrità, la competenza, l'equità, l'onestà, la trasparenza e il rispetto di ogni singola persona senza distinzioni, una forte cultura etica e della *compliance* al fine di garantire la massima soddisfazione del cliente e uno sviluppo globale responsabile e sostenibile: il rispetto di questi valori è essenziale per proseguire la strategia di trasformazione e crescita del Gruppo salvaguardando allo stesso tempo la fiducia dei clienti, dei collaboratori, degli azionisti e dell'intera comunità della Banca;
- le Parti firmatarie del presente Protocollo hanno condiviso l'obiettivo di individuare iniziative e azioni positive volte a favorire ulteriormente forme di comportamento coerenti con i principi suesposti, al fine di migliorare il clima aziendale, l'inclusione, lo spirito di squadra, i rapporti di

collaborazione e cooperazione tra colleghi, orientare le azioni dei singoli verso forme e modi che rispettino i principi etici, la professionalità, l'impegno, la privacy e la dignità del personale, nel rispetto della normativa vigente.

Tutto ciò premesso, le Parti concordano quanto segue

1. Viene ribadito l'obbligo di rispettare le norme deontologiche, i principi etici, la professionalità e la dignità del personale, nonché l'importanza della formazione, dell'informazione e della sensibilizzazione nei confronti di tutti coloro che ricoprono posizioni di responsabilità in merito alle forme e ai modi con cui devono essere svolte le azioni di indirizzo e pianificazione, incluse quelle commerciali;
2. tanto premesso, i ruoli di coordinamento delle Reti di vendita devono essere a supporto di tutte le loro risorse, al fine di permettere loro di raggiungere gli obiettivi assegnati dall'Azienda nel rispetto della metodologia di lavoro che l'Azienda stessa si è data, assicurando sempre un adeguato presidio dei rischi, incluso il rischio di non conformità alle norme, valorizzando la collaborazione tra colleghi e il consolidamento dello spirito di squadra, al fine di agevolare il raggiungimento degli obiettivi di crescita e di redditività, in una logica di gruppo e di miglioramento della qualità del rapporto con la clientela, anche interna;
3. i comportamenti di tutto il personale dovranno, pertanto, essere volti al pieno rispetto delle normative regolamentari, di legge e di contratto tempo per tempo vigenti, dei principi etico-deontologici promossi dalla Banca e dal Gruppo (Codice di Condotta e/o Codice Etico, normative interne su reati presupposti per la responsabilità delle persone giuridiche di cui al D. Lgs. n. 231 del 2001), all'adeguatezza dei comportamenti, soprattutto in occasione delle attività di offerta di prodotti e servizi;
4. gli obiettivi, che devono essere comunicati in modo chiaro e tempestivo, devono essere definiti secondo criteri di oggettività, trasparenza e sostenibilità nel tempo, anche tenendo conto degli aspetti qualitativi relativi alla soddisfazione della clientela, al suo mantenimento e sviluppo e in considerazione delle peculiarità dei mercati e dei territori;
5. deve essere favorita la più ampia diffusione della conoscenza della normativa, fornendo – nel rispetto delle esigenze di *compliance* – indicazioni chiare e complete sulle modalità di relazione

con la clientela e rendendo le procedure interne sempre più coerenti con l'obiettivo di perseguire vendite responsabili dei vari prodotti, secondo i diversi profili di rischio della clientela;

6. l'animazione commerciale collettiva ha lo scopo di trasmettere e indirizzare le priorità commerciali, illustrare i contenuti del Piano di azione commerciale periodico e le nuove iniziative di prodotto e di campagna, suggerendo le modalità per organizzare e ottimizzare l'attività commerciale, sempre con diligenza, correttezza e trasparenza, per servire al meglio l'interesse dei clienti. Questa attività è completata dall'animazione individuale delle risorse commerciali delle reti di vendita, con lo scopo di garantire lo sviluppo delle loro competenze tecniche e comportamentali;
7. le attività di monitoraggio dei risultati commerciali e la raccolta dei dati consuntivi si basano, dunque, esclusivamente sui dati ufficiali elaborati dalle strutture pianificazione e monitoraggio commerciale delle Divisioni di business e dalle Direzioni di territorio. A tale fine, anche in relazione alle innovazioni digitali previste dal Piano 2017-2020, viene confermato l'impegno a ricercare procedure e supporti tecnologici semplici e facilmente utilizzabili, volti alla riduzione degli adempimenti burocratici e/o ripetitivi e al miglioramento dei tempi e della qualità della risposta. Inoltre, l'orientamento alla vendita e le indicazioni commerciali dovranno essere operati con modalità che evitino l'eccessiva frequenza e inutili ripetizioni;
8. con particolare riferimento alla raccolta di dati, gli stessi non potranno, pertanto, essere acquisiti né sollecitati direttamente dalle risorse commerciali delle reti di vendita o dai Direttori di Agenzia ad esempio per mail, telefono o altri mezzi, salvo su specifica autorizzazione della Divisione Retail e Private, specialmente qualora fosse necessario integrare le rilevazioni con dati non presenti a sistema. La relativa richiesta dovrà essere veicolata attraverso canali e comportamenti improntati al rispetto dei principi di cui al presente Protocollo, senza inutili ripetizioni;
9. le attività di monitoraggio devono avvenire in primo luogo attraverso specifici incontri con cadenze predefinite e condivise tra i ruoli di coordinamento e i Direttori di Agenzia.
10. gli incontri di monitoraggio dei risultati devono essere sintetici e partecipativi (garantendo quindi un contributo diretto di tutti i partecipanti e non solo dei ruoli di coordinamento), devono prevedere in modo esplicito lo scambio reciproco di esperienze di successo e di situazioni negative e devono generare un piano di azione conseguente, per servire al meglio l'interesse dei clienti;

- 11.** il risultato degli incontri è, quindi, l'individuazione delle motivazioni alla base dei risultati, la definizione e condivisione di nuove iniziative commerciali, l'affinamento, la ripianificazione e l'adeguamento delle azioni commerciali già evidenziate negli incontri precedenti;
- 12.** in ogni caso, tutte le comunicazioni – in qualsiasi forma esse avvengano – non potranno contenere messaggi impropri, ambigui e/o fuorvianti per la corretta applicazione di normative di legge e delle policy aziendali né messaggi dai quali si possano evincere intenti vessatori o lesivi in generale della dignità delle persone. L'Azienda si impegna a prestare la massima attenzione a questi profili, in coerenza con quanto previsto dal Codice di Condotta del Gruppo BNPP e dal Codice Etico del Gruppo BNP Paribas, anche adottando, se del caso, i necessari provvedimenti volti a rimuovere tali comportamenti;
- 13.** anche ai fini di prevenire comportamenti quali quelli indicati al punto che precede, si conferma la centralità e l'importanza della formazione, quale veicolo di diffusione delle competenze di natura relazionale, manageriale e commerciale di tutte le figure coinvolte, per una corretta gestione delle attività, inclusa quella di indirizzo commerciale e di relazione con i colleghi e con la clientela, secondo i principi, metodologie e finalità condivisi e declinati con il separato "Protocollo della Formazione", sottoscritto in data odierna;
- 14.** in considerazione della particolare importanza e delicatezza del tema – nonché dell'esigenza di monitorare periodicamente la situazione ed adottare, se del caso, i necessari provvedimenti idonei a ripristinare un quadro coerente con quanto convenuto con il presente Protocollo – viene istituito una specifica Commissione paritetica quale sede per l'approfondimento a carattere generale delle principali linee guida sulle politiche commerciali e la valutazione di fenomeni/comportamenti non coerenti con il sistema di valori e le indicazioni condivise con il presente Protocollo, ovvero lesivi della dignità delle persone e della loro professionalità. All'attività della Commissione potranno partecipare, in occasione di specifiche riunioni e ove utile all'approfondimento ed all'analisi dei predetti profili, esponenti delle Divisioni di business.
- 15.** la Commissione si riunisce, di norma, con cadenza trimestrale e, comunque, su richiesta di una delle Parti. Al termine di ogni riunione, viene redatto un apposito verbale in merito all'esito dei lavori;
- 16.** se le Parti concordemente rilevano elementi di interesse, la Commissione potrà inviare all'Azienda una relazione in merito alle eventuali criticità esaminate;

5

17. l'Azienda si fa carico di approfondire la natura dei fenomeni/comportamenti segnalati dalla Commissione, verificando le eventuali criticità evidenziate ed adottando – se del caso – i necessari interventi correttivi idonei a risolvere efficacemente la problematica segnalata, che potranno comportare anche il ricorso a interventi di comunicazione e formazione idonei ad affermare una cultura improntata ai valori del rispetto delle persone, responsabilità, fiducia, collaborazione e trasparenza;
18. la Commissione, inoltre, al fine di concorrere a prevenire possibili criticità, favorirà la diffusione di prassi aziendali positive attraverso l'analisi di comportamenti efficaci sul piano commerciale e attenti al rispetto e alla valorizzazione delle persone;
19. le risultanze dell'attività della Commissione verranno portate annualmente a conoscenza delle Delegazioni Sindacali di Gruppo, anche al fine di valutare eventuali adeguamenti nel tempo al presente Protocollo;
20. le Parti si impegnano, quindi, ad indirizzare alla Commissione le problematiche che dovessero emergere in tema di politiche commerciali;
21. la Commissione è composta, per parte sindacale, da due rappresentanti per ogni Organizzazione sindacale firmataria del presente Protocollo e, per parte datoriale, da 4 rappresentanti per BNL;
22. la Capogruppo si impegna a diffondere il testo del presente Protocollo e ad inserire apposite sezioni di approfondimento degli argomenti trattati all'interno dei corsi di formazione obbligatoria destinati a tutto il personale;
23. il Verbale di Accordo dell'8 luglio 2009 di cui in Premessa si intende superato e sostituito dal presente Protocollo con decorrenza 1° febbraio 2017.

DICHIARAZIONE DELLE PARTI

Le Parti condividono che i principi contenuti nel Presente Protocollo trovino applicazione – per quanto compatibili – anche presso le strutture non di *business* di BNL e di BPI, in quanto valori fondamentali da praticare e perseguire ad ogni livello dell'organizzazione, al fine di favorire un clima aziendale in cui – fermo il rigoroso rispetto di tutte le normative regolamentari, di legge e di contratto vigenti, nonché di quanto convenuto con il presente Protocollo – si rafforzi, attraverso la diffusione di corretti comportamenti da agire nello svolgimento di tutte le attività, il rispetto e la professionalità di tutti i dipendenti, nell'ambito di un contesto di lavoro permeato dalla reciproca

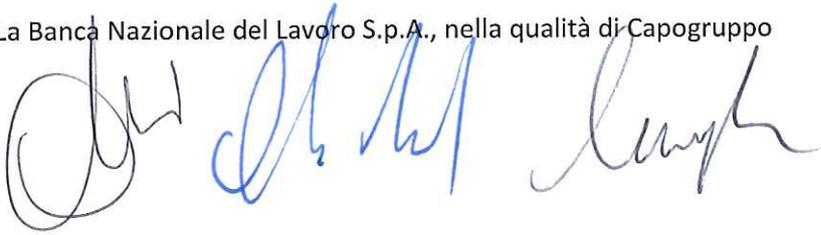


6

fiducia e lealtà e improntato al rispetto della personalità e della dignità, anche professionale, di ognuno.

Letto, confermato e sottoscritto

La Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., nella qualità di Capogruppo



Le Delegazioni Sindacali di Gruppo

FABI FIRST CISL FISAC/CGIL SINFUB UGI CREDITO UILCA UNISIN

