



“Agenzia tu” è un progetto di Unicredit. Già aperte 10 filiali

# Una rete di sportelli al servizio degli stranieri

**GIORGIO LONARDI**

**L**A COMPETIZIONE è alla base del sistema capitalistico. E questo riguarda un po' tutte le imprese dalle aziende manifatturiere al mondo bancario e dei servizi. Certo, quando parliamo di competizione spesso vengono in mente immagini un po' rudi di maliziosi sgambetti fra un'azienda e l'altra, di astute strategie di marketing per mettere in un angolo il concorrente, di logoranti battaglie per ridurre costi e prezzi. Non sempre è così, non tutte le filosofie d'impresa sono uguali. A volte la competizione è legata alla capacità di vedere quello che gli altri non riescono a scorgere. O anche di fornire un servizio che

prima non c'era e che adesso invece c'è.

Forse potremmo leggere l'avventura di “Agenzia tu”, il “format” di Unicredit Banca dedicato agli immigrati, solo come un abile disegno industriale. In fondo ci troviamo di fronte ad una sorta di “case history” all'americana: ecco l'unica rete di sportelli bancari italiani (per ora sono 10) dedicata agli stranieri. Oppure: ecco una banca che ha individuato per primo una nuova nicchia di mercato promettente e in rapida crescita. E invece no. Questa lettura, che pure ha una sua va-

lità, rischia di essere riduttiva. E dunque di non individuare appieno uno di quei "segnali deboli" che possono aiutarci a capire come si muove la parte più avanzata del nostro capitalismo.

C'è una storia che riguarda "Agenzia tu" e che ci dovrebbe far riflettere. È la storia di un dipendente della banca assunto in una città del Veneto che viene dallo Sri Lanka e che un giorno si è accorto che la sua comunità di origine aveva delle difficoltà nella comprensione di un prospetto scritto in inglese. Cosa ha fatto? Non ha detto niente a nessuno e ha tradotto nella sua lingua decine e decine di pagine. Un lavoraccio che nessuno gli aveva chiesto: chino su quei fogli giorno e notte. Non l'ha fatto per soldi. L'ha fatto per spirito di servizio nei confronti della sua comunità. E allora?

Intanto questa storia non è l'unica. Come non è unico questo signore dello Sri Lanka pronto a sacrificare il suo tempo per mettersi al servizio della sua comunità. Le domande che vengono alle labbra sono semplici: quanto valgono questo signore e gli altri stranieri come lui per la sua banca? E ancora: quanto vale la fiducia nei confronti di un'azienda da parte di un'intera comunità che sgobba dalla mattina alla sera in una città del Veneto? Soprattutto adesso con una crisi al-

le porte che ci fa capire quanto la fiducia stessa sia una merce rara da amministrare con saggezza.

Insomma, sia la fiducia sia la capacità costruire relazioni saranno una chiave per il successo. E questo vale in modo particolare se si lavora per gli stranieri. Senza dimenticare il fatto che si tratta di un mercato che continua a crescere sia dal punto di vista numerico sia per quanto riguarda il potere d'acquisto. Una ricerca di Eurisko, ad esempio, ha verificato che il 13% delle famiglie straniere hanno già un reddito mensile di circa 1.700 euro, quindi superiore a parecchi nuclei italiani.

In realtà "Agenzia tu", come le altre aziende che integrano la diversità, sta giocando una partita nuova, delicata e importante. Scegliere il rispetto dell'altro (ma anche l'ascolto e l'empatia) come un valore fondante del proprio operare sposta più in là i confini della competizione. Se l'altro è uno straniero questa operazione da una parte favorisce l'inserimento nel nostro Paese. Dall'altra, invece, vengono valorizzate delle persone con una formidabile "molla in pancia", desiderose di mettere alla prova le loro capacità se sono dei dipendenti. Mentre se si tratta di clienti si schiude l'opportunità di un matrimonio destinato a durare tutta la vita. Vi pare poco?

## All'interno

**LA RICETTA: FIDUCIA, ACCOGLIENZA, CONSIGLI**  
A PAGINA II

**COME RISPARMIANO LE FAMIGLIE**  
A PAGINA II

**IL DIRETTORE: PUNTIAMO SULLA QUALITÀ**  
A PAGINA III

**NELLA RETE 15 DIPENDENTI STRANIERI**  
A PAGINA IV

**LE REAZIONI DEI CLIENTI**  
A PAGINA IV

