



TORINO E PROVINCIA INTESA SANPAOLO

## **CURA DELL'ORDINE E PULIZIA. SEMBRA LA MAMMA, INVECE E' L'AZIENDA.**

Proprio mentre siamo impegnati nella durissima vertenza con ABI per difendere il nostro Contratto nazionale, ci vediamo costretti a tornare, ancora una volta, sul tema delle pressioni commerciali.

A poco più di un mese dalla partenza del nuovo modello di servizio, quello che è rimasto come prima, se non più di prima, è l'attività di controllo quasi maniacale portata avanti dai nuovi Direttori di Area e, spesso, anche dai Direttori delle filiali, incapaci di filtrare i messaggi fin troppo schietti e diretti che vengono trasmessi dalle funzioni gerarchiche superiori.

I famigerati report giornalieri (potremmo dire report orari), presentati come semplice attività di monitoraggio, sono invece a tutti gli effetti strumenti di pressione più o meno velata. Ed è psicologia davvero spicciola e banale asserire che l'aumento delle pressioni, oltre ad essere per noi inaccettabile, è nello stesso tempo controproducente: serve solo ad aumentare lo stress dei colleghi e a rovinare pesantemente il clima all'interno delle filiali.

In una fase di riorganizzazione del mondo del lavoro per come lo abbiamo conosciuto fino a ieri, ci preoccupa il fatto che, per l'Azienda, spremere i colleghi per sapere quanto hanno venduto, quanti appuntamenti hanno fissato, quante telefonate hanno fatto, sia decisamente più importante rispetto alla formazione, all'affiancamento, alla collaborazione fra le filiere, al servizio migliore per i clienti.

Nonostante la pretesa valorizzazione e riconversione professionale delle risorse, tanto cara a Messina, registriamo un susseguirsi di riunioni, spesso più di una al giorno, unite a giornalieri monitoraggi sul venduto e al raddoppiarsi di e-mail di sollecitazione al risultato (quando va bene!) sulle quali alcune considerazioni sono d'obbligo.

Mail giornaliera in cui si chiede ai colleghi di *“non protestare”*, di inviare continui aggiornamenti sui prodotti del focus commerciale (con opportuna specifica: *“anche se non avete prodotto niente!”*) nonché *“di presentarsi singolarmente nell'ufficio del direttore a renderlo edotto sull'urgente cambio di passo che ritengono di assumere o meno!”*

Mail giornaliera in cui i temi caldi sono la cura dell'ordine (*“non dovete lasciare gli armadi aperti, l'ordine deve regnare sulle vostre scrivanie, dovete preoccuparvi della pulizia dei locali delle aree self di vostra competenza, guai a vedere portamanifesti senza manifesti, controllate che tutte le luci siano funzionanti”*) e che a casa i piatti siano lavati o, eventualmente, ritirati nell'apposita lavastoviglie) e la cura dei dettagli (questo appunto è rivolto specialmente agli *“sgranocchiatori di snacks e tracannatori di bottigliette d'acqua!”* seduti alle scrivanie). *“E che tutti, e si sottolinea tutti, indossino il badge di riconoscimento aziendale”*.

Il tutto, ovviamente, avendo sembre bene a mente che le priorità vanno alla produzione quotidiana

degli aggregati a budget.

Possono sembrare delle battute, ma le frasi riportate tra le virgolette fanno davvero parte di una serie di mail, da parte di vari responsabili, che stanno circolando in questi giorni nelle filiali.

Queste mail, scritte peraltro da chi ha litigato da piccolo con qualsivoglia regola della corretta comunicazione, sono scritte sempre in stampatello, possibilmente in grassetto, con un bel colore del carattere rosso acceso e una serie infinita ed infantile di punti esclamativi alla fine di ogni concetto.

Questa fotografia mostra purtroppo una realtà aziendale che, invece di essere governata con più intelligenza, più accuratezza e con maggiore attenzione alla spinta motivazionale da trasmettere ai colleghi, cerca i risultati esclusivamente imponendo una cadenza ritmica di pressioni fini a se stesse, che lasciano increduli i colleghi, che minano quel rapporto di stima, fiducia e rispetto reciproco che dovrebbe esserci tra i dipendenti e il proprio datore di lavoro.

Non tolleremo il protrarsi di questi comportamenti e invitiamo i colleghi a farci tutte le segnalazioni del caso, intervenendo così presso quei direttori che hanno l'invio della mail "facile" e, se ciò non dovesse bastare, direttamente presso la Direzione Regionale.

*“E non si intende ritornare sull'argomento!!!”* (citazione).

E qui i tre punti esclamativi sono d'obbligo.

Torino, 27/2/2015

***DIRCREDITO - FABI - FIBA/CISL - FISAC/CGIL - SINFUB - UGL - UILCA  
TORINO E PROVINCIA INTESA SANPAOLO***