

Circolare aziendale METODO COMMERCIALE RETAIL:

ISTRUZIONI



PER L'USO

Nei giorni scorsi è stata pubblicata la circolare “Metodo Commerciale Retail” (2019CT4) che, nelle intenzioni che l’azienda ci ha manifestato, intende declinare in una normativa interna, i principi basilari condivisi con le Organizzazioni Sindacali con la firma dell’accordo su Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro del 21 dicembre 2018. Tra questi principi, la circolare aziendale si pone l’obiettivo di *“organizzare il lavoro attraverso modalità e comportamenti rispettosi dei colleghi e delle esigenze della clientela, con particolare attenzione alla qualità delle relazioni”*.

L’emanazione di una specifica circolare aziendale non era un “atto dovuto” previsto dall’accordo sopra citato ed è quindi un’iniziativa senz’altro apprezzabile.

Al fine di inquadrare correttamente il tema, è comunque bene ricordare in PREMessa che **il nostro Contratto Nazionale di Lavoro**, prevede un obbligo di prestazione ma **NON PREVEDE ALCUN OBBLIGO DI RISULTATO**, concetto che è stato anche rafforzato con la firma dell’accordo Nazionale sulle Politiche Commerciali dell’8 febbraio 2017.

Lo ricordiamo perché sappiamo bene che esistono ad ogni livello molti “smemorati” che tendono a dimenticarsi di un principio tanto semplice e ad interpretare le norme esistenti con fervida fantasia.

E’ evidente come l’azienda possa, al proprio interno, stabilire quali risultati siano auspicabili a livello di Direzione Territoriale, Area o Filiale, ma questa indicazione non può **mai tradursi in un obbligo di raggiungimento di tali obiettivi né nell’assegnazione di budget individuali**.

Un conto infatti è stabilire obiettivi con lo scopo di attribuire premi incentivanti, altra cosa è **pretendere, nell’attività lavorativa quotidiana, il raggiungimento di risultati quantitativi: questo, semplicemente, non è legittimo!**

Il Sindacato ha peraltro contestato (come avrete letto in precedenti comunicati sindacali) anche quest’anno la poca trasparenza dei meccanismi che regolano il sistema incentivante e il sistema premiante messi in piedi dall’azienda.

Tornando alla circolare “Metodo Commerciale Retail”, la stessa mette nero su bianco questi importanti principi già declinati nel citato accordo:

- ➔ non è ammesso diffondere report, prospetti, files (già compilati oppure da compilare) elaborati localmente per divulgare e/o raccogliere informazioni e/o dati **già disponibili oppure ricavabili dai sistemi informativi aziendali**;
- ➔ **è vietato richiedere previsioni** riguardanti la vendita di prodotti;
- ➔ sono **VIETATE le graduatorie e/o gli elenchi comparativi**. E' ovvio che le posizioni organizzative di coordinamento dispongano dei dati di vendita dei prodotti, che da sempre sono disponibili ed estrapolabili dalla varie procedure, ma non possono essere diffusi (come fosse un elenco dei "buoni e dei cattivi");
- ➔ le **riunioni** di orientamento commerciale **devono svolgersi in orario di lavoro**, devono tenere conto delle specificità dei lavoratori a tempo parziale ed essere convocate con adeguato preavviso. Sono fatte salve eventuali necessità straordinarie (è ovvio che in questi casi deve essere autorizzato il lavoro straordinario dei colleghi convocati);
- ➔ **non è ammesso** predisporre e diffondere **materiale ad hoc relativo a prodotti/servizi** che non rivesta carattere di ufficialità.

L'azienda ha poi scelto di chiedere di utilizzare YouDesk come unico strumento per la gestione e pianificazione degli appuntamenti con la clientela. Il fatto che i colleghi siano tenuti ad osservare tale indicazione, NON IMPLICA DI PER SE ALCUN OBBLIGO RISPETTO AL NUMERO DEGLI APPUNTAMENTI/INCONTRI che il collega può o meno organizzare con la clientela. L'aspetto positivo dell'utilizzo di YouDesk, rispetto a quello di una normale agenda cartacea, deriva dal fatto che gli appuntamenti possono essere visionati dalla struttura commerciale tramite procedura e quindi non sono più consentite telefonate o mail per conoscere quanti appuntamenti sono stati presi, i risultati ottenuti, ecc.. Questo tipo di richieste, che potevano anche configurare indebite pressioni commerciali, non sono più consentite in quanto i dati relativi agli appuntamenti possono essere ricavabili tramite specifica procedura informatica.

Ricordiamo inoltre che i contatti aziendali (telefono, mail, ecc), devono essere improntati al rispetto della normativa vigente, anche in materia di orario di lavoro, evitando gli abusi, l'eccessiva frequenza e le ripetizioni, nel pieno rispetto del diritto alla disconnessione al termine dell'orario di lavoro.

È importante poi a ricordare a tutti i colleghi che si possono, anzi SI DEVONO segnalare, con totale garanzia di anonimato, comportamenti difformi o elusivi rispetto a quanto previsto dall'accordo su Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro per il tramite dei propri rappresentanti sindacali sul territorio oppure, in seconda battuta, contattando direttamente i componenti di parte sindacale della Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro (gli iscritti First Cisl possono scrivere a **segnalafirst@gmail.com**).

16 luglio 2019

COORDINAMENTO FIRST CISL GRUPPO BANCO BPM