



Comunicato d'informazione sindacale per gli iscritti – n. 05 aprile '08

SOMMARIO

Pressioni commerciali

1

PRESSIONI COMMERCIALI

Pressioni commerciali

Nell'incontro del 20 febbraio fra Organizzazioni Sindacali e l'Azienda è continuato il dibattito sulle pressioni commerciali, diventate ultimamente intollerabili e nocive, fino a provocare un crescente e diffusissimo malessere tra i colleghi.

Solo per dirne qualcuna: **le continue telefonate durante la giornata per sapere la quantità di venduto, lo stillicidio dei report richiesti tramite e-mail, le riunioni al di fuori dell'orario di lavoro...**

E' doveroso sottolineare che "gli stimoli" al raggiungimento degli obiettivi commerciali non sono una novità, e questo vale per qualsiasi settore, anche non bancario. Tutti siamo ben consapevoli che la corretta somministrazione di questi stimoli è funzionale rispetto al raggiungimento di determinate mete: è più probabile che l'impegno si traduca nella realizzazione degli obiettivi. Chi si occupa di organizzazione del lavoro ci insegna che il rendimento lavorativo aumenta all'aumentare dello stress fino ad un punto ottimale di massimo rendimento. A questo proposito si parla di "stress positivo" (eustress), ovvero di una dose fisiologica di stress che è utile affinché ogni persona renda al meglio delle sue possibilità, senza effetti negativi sui versanti emotivo e cognitivo. Quando però lo stress continua ad aumentare, anche dopo avere raggiunto il punto di massimo rendimento, non si ha un prolungamento temporale del massimo rendimento, bensì l'effetto opposto, e cioè il calo del rendimento. Lo stress si trasforma in un elemento negativo (distress).

Lo stato del clima in Azienda evidenzia chiaramente che sono stati oltrepassati i limiti del rispetto delle persone e del buon senso.

Focalizziamo l'attenzione, a titolo esemplificativo sui report. E' possibile che nel 2008, dopo trent'anni di utilizzo delle procedure informatiche nel settore bancario, non esista un modo diverso dall'essere obbligati a compi-

lare files di Excel per dimostrare che cosa e quanto è stato venduto? E' verosimile che il Controllo di Gestione non sia fornito di strumenti meno preistorici per evidenziare tali dati? Oppure, semplicemente e più realisticamente, questi report non sono altro che una tecnica psicologica grossolana per "fare sentire il fiato sul collo"?

L'evidente distonia fra le modalità di trasmissione degli input commerciali e la decantata Compliance, non può far altro che provocare disorientamento, frustrazione e arrabbiature (per usare degli eufemismi).

In relazione alle rivendicazioni sindacali sul tema delle pressioni commerciali, l'Azienda ha comunicato l'imminente partenza di un'indagine che sarà effettuata con l'ausilio di Bain, una società di consulenza aziendale esterna, la quale opera a livello internazionale. Tale indagine (della durata di tre mesi), voluta dal Dott. Fenaroli, ha la finalità di fare il punto della situazione sui meccanismi legati all'organizzazione delle strategie commerciali di Banca Friuladria. In sostanza dovrebbe servire a fornire all'Azienda gli strumenti per la riorganizzazione del settore commerciale in un'ottica di medio-lungo periodo, in controtendenza rispetto alla continua monocorde strategia centrata sulla proposizione di prodotti ad alto valore aggiunto (AVA), i principali imputati degli "ingessamenti" dei portafogli.

E' ovvio che tale iniziativa è stata accolta positivamente. Ma non vorremmo che si trattasse di qualcosa di analogo alle famose indagini di clima che venivano ciclicamente ripetute in Banca Intesa, le quali facevano solo perdere tempo a chi doveva compilarle visto si concludevano invariabilmente con qualcosa di simile a "vissero tutti felici e contenti" (come nell'epilogo delle fiabe).

Nutriamo poi forti perplessità sulla qualità dei supporti informatici e sul livello della formazione delle professionalità: per vendere prodotti concretamente adeguati non solo all'azienda ma anche ai clienti è assolutamente necessario tornare ad adottare politiche di formazione del personale di tutt'altro livello rispetto a quello attuale, sia per i tempi che nelle metodiche.

Sappiamo benissimo che il mondo economico nel suo complesso è cambiato rapidissimamente negli ultimi anni; la finanziarizzazione del capitalismo ha portato alla ribalta politiche di breve o brevissimo periodo spesso miopi e contraddittorie: com'è possibile conciliare obiettivi incrementali a doppia cifra quando da parecchi anni ormai i PIL nazionali crescono dell'1% e dintorni? Non si può guardare con ottimismo al futuro se non si concretizzeranno i paradigmi dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale d'impresa. Si tratta di processi globali che richiederanno tempo; e quindi non è realistico credere che da un giorno all'altro cambi repentinamente il modo di lavorare. **Sul clima aziendale però si può fare molto. A questo punto perciò auspichiamo dei segnali di distensione concreti e in tempi rapidi. IN FONDO SI CHIEDE QUALCOSA DI MOLTO SEMPLICE: UN CLIMA AZIENDALE MIGLIORE PER POTERE LAVORARE MEGLIO.**



ATTENZIONE!

INVITIAMO I COLLEGHI EX INTESA AD ISCRIVERSI AL PIÙ PRESTO AL FIM E COMUNQUE ENTRO IL 31 MARZO

**VARIAZIONE
NUMERO
TELEFONICO**

GIANNI DEL BEL BELLUZ HA CAMBIATO NUMERO DI CELLULARE:

366 4180777

Segreteria di Coordinamento Banca Popolare FriulAdria Segretario Responsabile – Giovanni Del Bel Belluz				
Cognome	Nome	Reperibile presso	E - Mail	Cellulare
Del Bel Belluz	Giovanni	Area FriulVeneta	bpfriuladria@fiba.it	366/4180777
Mazzarella	Pierangelo	Ufficio Mutui	pierangelo.mazzarella@cisl.it	339/3058944
Pesce	Piero	Trieste Nucleo Private		338/6623591
Decimani	Barbara	Trieste Nucleo Imprese		347/9609887
Mattiussi	Fabio	Udine Filiale 639	wxmattiu@inwind.it	349/3706141
Favaro	Maurizio	San Fior Filiale 94		347/9171574
Loris	Ennio	Conselve 305		

MODULO DI ISCRIZIONE

