



NON PER TUTTI E' UN'EMERGENZA?

Marzo 2021 ha chiamato con forza marzo 2020.

Lo ha fatto relativamente alla curva di crescita dei contagi e dei provvedimenti restrittivi, che hanno posto gran parte del Paese in zona rossa e, venendo alla nostra realtà, lo ha fatto anche per quel che riguarda la mancata presa di coscienza della situazione all'interno del mondo commerciale, dove continua ad essere riproposta una "metodologia manageriale" basata su una perdurante e pericolosa sottovalutazione della situazione.

L'inizio del simil lockdown è stato contraddistinto dal persistere di iniziative e messaggi da parte dei noti pressatori improntati (anche se siamo nell'epoca in cui l'azienda ha deciso di investire sullo smart working di Rete) **sull'intensificazione degli appuntamenti legati a campagne prodotto, crash-day & C.**

Il messaggio veicolato da questi comportamenti è che l'emergenza si sospende fuori dalle porte dei locali aziendali, che il cliente va esortato al passaggio fisico presso il punto vendita anche se i contatti tra persone vanno limitati, anche se si può uscire di casa solo per comprovate ed improrogabili motivazioni e munendosi di autocertificazione.

È un messaggio inaccettabile, che aumenta la rischiosità del lavoro quotidiano svolto dai colleghi, visto che pur in presenza dell'applicazione dei protocolli sanitari è dall'inizio della pandemia che i contagi all'interno del Gruppo presentano una curva simile a quella dell'andamento generale, che resta ancora molto critica, e che descrive come **all'interno del mondo commerciale** ci siano **troppi comportamenti autonomisti, se non indipendentisti**.

Fatichiamo infatti a ricordare in quante occasioni nel corso dell'ultimo anno all'interno del Retail ci siano state **interpretazioni distorte di diversi precetti normativi**, alcuni dei quali addirittura emanati unilateralmente dall'azienda stessa.

Recentemente è capitato anche rispetto alle **causali di assenza emergenziali** a disposizioni dei colleghi, come l'easy learning, che è stato oggetto di valutazioni basate su logiche budgettistiche, con concessioni legate al grado di avanzamento commerciale raggiunto dal richiedente o dalla filiale di appartenenza, e con processi autorizzativi che anziché essere agili e a catena corta (e cioè all'interno dell'unità organizzativa), hanno subito un accentramento che ha allungato i tempi di risposta e ristretto le concessioni nel momento in cui le esigenze di gestione della famiglia da parte dei lavoratori sono state amplificate dalla chiusura delle scuole.

Continuano a fioccare le pressioni, i controlli, a discapito di un quantomai opportuno supporto, con una focalizzazione esasperata su file Excel, classifiche, mail, riunioni a nastro continuo (non tutti, evidentemente, hanno letto il nuovo Manuale...), messaggi sempre uguali a sé stessi.

Come OO.SS. abbiamo intrapreso, con impegno e convinzione, un percorso di tavolo partecipativo che ha coinvolto anche il Retail, con l'obiettivo di ridimensionare le criticità che da tempo denunciavamo, ma valutando quella che nei fatti è stata la risposta ai contenuti del percorso e considerando anche il periodo in cui la stessa è stata esplicitata (e cioè qualcosa di molto vicino ad un secondo lockdown), necessitiamo di rapidi e chiari segnali di controtendenza che tornino a fornire frecce all'arco delle soluzioni condivise.

Ci aspettiamo, quindi, che l'Azienda intervenga con la dovuta incisività nei confronti di chi continua a non rispettare lavoratori e regole, sospendendo campagne commerciali inadeguate al momento e rischiose dal punto di vista sanitario, e ponendo le basi per un cambiamento strutturale del clima da troppo tempo atteso ed indispensabile per affrontare con un'adeguata cultura organizzativa il percorso che il Gruppo si appresta ad intraprendere.

Urgono soluzioni.

Parma, 2 aprile 2021

LE SEGRETERIE DEL GRUPPO CREDIT AGRICOLE ITALIA

Fabi - First Cisl - Fisac Cgil - Uilca - Unisin