



30 luglio 2021 • Lavoratrici e lavoratori, a seguito della comunicazione aziendale del 27 luglio avente per oggetto il nuovo “web discount”, le RSA hanno richiesto all’azienda un incontro urgente di chiarificazione, svoltosi nella mattinata del 29 luglio.

La natura della promozione, che nei fatti si configura più come “aumento phone” che come “sconto web”, suscita particolare apprensione in tutti i colleghi dell’area Sales. A nessuno è infatti sfuggita l’evidente ricaduta che tale promozione avrà, sia sulla parte variabile dello stipendio, sia sull’attività lavorativa stessa dei colleghi dell’area. A oggi non è dato sapere se tale promozione avrà una durata temporanea oppure no.

Ciò che rende particolarmente esecrabile questa campagna commerciale è il fatto che si metta in diretta competizione un “canale” contro un altro, a tutto svantaggio dei colleghi del Call Center e della loro retribuzione. Quanto sarà l’effettivo impatto sulla parte provvigionale dovrà essere ovviamente oggetto di verifica, ma va da sé che **una campagna di questo tipo** (con tanto di avviso sull’aumento di premio di un preventivo calcolato in web e transato poi al telefono) **non può non avere ripercussioni sul quantitativo di transazioni che vengono effettuate dal canale Phone**. Ci viene il legittimo dubbio che l’obiettivo della campagna sia proprio quello di ridurre le transazioni Phone, e con ciò contenere l’esborso per la parte provvigionale.

L’azienda, riportiamo testualmente, riferisce che “non ci dovrebbero essere impatti sulle retribuzioni” e che “le retribuzioni dell’area saranno monitorate”.

Riteniamo che, grande o piccola che sia la perdita in termini economici, è la logica stessa dell’operazione che è inaccettabile. **Ma in quale azienda si utilizzano le promozioni** (che hanno come obiettivo quello di competere sul mercato) **per penalizzare il proprio stesso personale?**

Sulla campagna in particolare, l’azienda ritiene che riguardi soltanto quella fetta di “clienti web”, che non necessitano di assistenza telefonica.

Tuttavia, come sa benissimo chiunque lavori alle Vendite, non esiste una divisione netta tra clienti web e clienti phone: la maggior parte delle polizze transate al telefono deriva infatti da preventivi web per i quali il cliente richiede modifica o informazioni, e sui quali, da ora in avanti, si compie questa operazione di disincentivazione alla chiamata, pena l’aumento del premio. Suona davvero stano parlare di “monitoraggio” e “tenuta” delle retribuzioni: **quale pensate che sia l’esito di un aumento di premio da un canale rispetto ad un altro??**

Ma c’è dell’altro. Qui non si tratta soltanto di retribuzione. Si tratta anche della **serenità** con cui ognuno ha diritto di fare il proprio lavoro: in alcuni casi infatti, non si può, non si riesce, o semplicemente non si vuole

pagare il preventivo in web, e in casi come questi toccherà al collega che prenderà la chiamata gestire lamentele rispetto alla variazione ingiustificata del premio, o inventare spiegazioni sul perché un preventivo debba aumentare se pagato (sempre alla stessa compagnia e con la stessa modalità – carta) da un canale diverso.

Il fatto che siamo ancora tutti in remoto rende la questione ulteriormente più problematica. Seguirà nei prossimi giorni uno stretto monitoraggio da parte delle RSA e, a seguire, le Assemblies dell'area coinvolta.

Le RSA

Fisac CGIL, First CISL, F.N.A., UILCA

DICHIARAZIONE A SEGUITO DELL'ASSEMBLEA DEL REPARTO VENDITE

3 agosto 2021

Le lavoratrici e i lavoratori del reparto Sales, riuniti in assemblea in data 3 agosto, manifestano la loro ferma contrarietà rispetto alla politica commerciale denominata "sconto web" diretta alla clientela dal 28 Luglio, in quanto meccanismo che penalizza scientemente il canale Phone a vantaggio di quello Web, mediante una operazione che mette in competizione diretta e sleale due canali della stessa Compagnia (Phone e Web) a discapito del salario – in prospettiva – e dell'inquadramento contrattuale e dello stress lavoro correlato nell'immediato.

Tale campagna commerciale sta già manifestando in senso deterioro, anche in senso reputazionale, i suoi effetti sull'attività quotidiana dei lavoratori delle vendite, costretti a far fronte alle inevitabili lamentele dei clienti impossibilitati a finalizzare l'acquisto della polizza con il consulente – causa blocco e sovrapprezzo – peggiorando sensibilmente lo svolgimento ordinario della prestazione lavorativa che da tempo, per la maggior parte, è assistenza al cliente e solo marginalmente vendita.

Dopo una serie di altri disagi che non sembrano arrestarsi e a cui i lavoratori del Contact Center unitamente ai lavoratori di altri reparti sono stati costretti a far fronte *oborto collo* e senza alcun riconoscimento da parte di Verti – tutt'altro – arriva l'ennesima "pensata", scaricata senza essere preannunciata ai sindacati, contestualizzata e comunicata in malo modo in linea con lo "stile" a cui ormai siamo abituati.

I lavoratori del Sales pretendono risposte a tutela del loro salario e della loro serenità, fortemente compromessa durante questo ultimo anno e mezzo e conferiscono mandato ai sindacati affinché si mettano in campo tutte le misure necessarie, se tali risposte saranno ritenute insufficienti.

Le RSA

Fisac CGIL, First CISL, F.N.A., UILCA