

Nella giornata di martedì 26 luglio scorso si è svolto un fondamentale incontro sindacale in cui ha avuto luogo, tra i tanti ed importanti punti all'ordine del giorno, un confronto con il Vice Direttore Generale di Findomestic e Responsabile del Mercato Clienti. Siamo giunti a questo appuntamento dopo un percorso di mesi caratterizzato da nostre segnalazioni, denunce e rivendicazioni relative a diverse problematiche tipiche di tutti i settori aziendali ma che, a nostro avviso, raggiungono il proprio apice in particolare nel mondo del Canale Clienti.

Forti pressioni commerciali: a fronte di risultati nettamente sopra il budget e con incrementi annui da capogiro, si spinge verso il "primato in classifica" in una gara perversa, arrivando a "evidenziare" – attraverso logiche non comprensibili e discutibili, quali la cosiddetta "PEPERONATA" – quelle agenzie/team che, pur essendo sopra il budget, semplicemente non sono le più performanti in rapporto ad altre.

Gli Organici appaiono ridotti all'osso, anche a causa di carichi di lavoro non sempre dipendenti dalla programmazione: le "visite" nei Centri Clienti sono flussi non programmati e non programmabili, ma gli obiettivi a fine giornata restano uguali. Rientrano nello stesso ambito le difficoltà dei satelliti e delle piccole agenzie, nella programmazione delle ferie o nella sostituzione di malattie ed infortuni o di semplici visite mediche. Auspichiamo un'analisi puntuale delle singole realtà per trovare soluzioni "ad hoc" attraverso incrementi di personale e strutture di supporto alle situazioni di emergenza.

Contestazioni disciplinari e sanzioni utilizzate come strumento di rieducazione di massa (si veda il volantino I Montessoriani), ma i colleghi non vengono messi in condizione di operare nella rigida osservanza delle metodologie e nell'approfondimento delle stesse. Se non si ha il tempo di leggere le Circolari e le Disposizioni Operative aziendali, si corre il rischio di incorrere in errori.

Formazione e-learning: mentre in altri settori siamo riusciti, nel tempo e con sistematiche segnalazioni, ad ottenere un miglioramento della fruizione dei corsi on line (e-learning) e relativo inserimento del codice dedicato, abbiamo evidenziato che come sempre nel Mercato Clienti è diffusa la "worst practice", ovvero la fruizione dei corsi mentre si continua a svolgere la normale operatività. Problematica simile è quella dei vari briefing meramente informativi che vengono indebitamente censiti come TOJ (training on the job).

Modalità di vendita dei prodotti complementari: è di fatto impossibile conciliare gli obiettivi assicurativi che il canale impone rispetto al codice Etico che l'azienda mette al primo posto: per avvicinarsi o addirittura raggiungere i numeri richiesti non ci si può preoccupare della "eticità" e della "comprensione" del prodotto venduto, ed ancor meno viene spiegato ed approfondito lo stesso con i nostri clienti.

Stage: inammissibile l'assunzione di stagisti ai Centri Clienti così come in tutte le strutture operative di business per "sostituzione di lavoro vero".

Questi sono solo i principali argomenti affrontati col Vice DG, al quale abbiamo consegnato una dettagliata relazione su cui ci aspettiamo risposte di merito in un prossimo confronto che si è impegnato a tenere con le OO.SS. per il prossimo mese di settembre.

Riconoscendo al Vice Direttore Generale la difesa del modello Findomestic, caratterizzato (per quanto concerne

il canale Diretto) dalla prossimità e da un ampio numero di agenzie e satelliti sul territorio, rispetto al modello francese basato sulle grosse piattaforme, registriamo una serie di importanti dichiarazioni che speriamo non siano solo di intento e che, anche grazie al contributo delle Organizzazioni Sindacali, si tramutino presto in realtà:

- Massimo rispetto delle persone (colleghe e colleghi).
- Efficienza aziendale.
- Persone si divertano e trovino soddisfazione nel proprio lavoro.

Massima attenzione per i risultati del canale e un NO deciso per il risultato del singolo collega. Ai sani e condivisibili principi enunciati non corrisponde sempre la integerrima applicazione di azioni virtuose, in quanto i risultati di breve termine e gli obiettivi quantitativi impongono al middle management, spesso, di intraprendere “scorciatoie” con la “benevolenza” del Top Management. Abbiamo criticato e contestato questa logica perversa, che trova tutti responsabili e nessuno responsabile, in quanto, come OO.SS., abbiamo a cuore il futuro, a lungo termine, di questa azienda che potrà continuare ad essere di successo solo se saprà tutelare e valorizzare al meglio il patrimonio di competenza, professionalità ed attaccamento dei colleghi! Il Vice Direttore Generale sappia che avrà nelle Organizzazioni Sindacali dei validi alleati se davvero vorrà rimuovere quegli ostacoli alla concreta realizzazione dei principi sopra enunciati.

Altri aspetti su cui attendiamo risposte esaustive sono:

- modello organizzativo del mercato – zone – poli – centri del prossimo piano industriale;
- organici, mestieri, specializzazioni;
- quali aspettative per il personale delle periferie;
- quale sostenibilità ed integrazione dei CRC.

La L.U.NA VERA... Ci è stato illustrato, da parte del Responsabile metodologie/analisi/innovazione Customer Solution e della Responsabile della ECS, il nuovo progetto L.U.Na. Si tratta, in estrema sintesi, della creazione di una “Lista Unica Nazionale”, che andrà a superare le attuali divisioni territoriali, sui Cluster A (clienti a maggiore probabilità di regolarizzazione). I colleghi dei TEAM A dei CEC di Catania, Roma, Napoli e Milano gestiranno i clienti dei Cluster A indipendentemente dalle attuali zone di competenza mediante, appunto, questa lista unica su base nazionale.

Ciò dovrebbe consentire la creazione di campagne ad hoc andando ad individuare specifiche caratteristiche comportamentali dei clienti. Nessun impatto per quanto riguarda Firenze, che continuerà ad occuparsi di Inbound. Il test partirà il 1° ottobre 2016 e durerà 6/8 mesi.

Abbiamo evidenziato all’azienda la necessità di tenere in massima considerazione le caratteristiche professionali e le competenze dei colleghi di tutto l’ambito Customer Solution per limitare il rischio che una pur inevitabile e sicuramente utile automazione dei processi comporti un abbattimento della professionalità dei colleghi che, così come affermato per il Mercato Clienti e per tutta l’azienda, rappresenta la chiave del successo di Findomestic.

L’auspicio è che con questo nuovo sistema si possa finalmente introdurre – nei CEC – quella flessibilità oraria (in particolare la continuità operativa) richiesta da queste OO.SS. da anni e che, purtroppo, per problemi tecnici (Storm/numero minimo di persone) non si è mai concretizzata. Perseguiamo pure i grandi obiettivi ma

applichiamo a tutti i colleghi quanto affermato dal Vice Direttore Generale e riportato sopra.

VARIE

Abbiamo sottoscritto l'accordo sui Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), precedentemente disdettato dall'azienda a seguito della disdetta da parte di ABI del relativo accordo nazionale. Così come in precedenza, in Findomestic avremo 9 RLS rispetto ai 7 che deriverebbero dai criteri previsti dall'accordo di settore. Nei prossimi mesi saremo tutti chiamati alle elezioni per individuare i colleghi che andranno a ricoprire questa importante funzione per gli aspetti di salute e sicurezza nei nostri luoghi di lavoro.

L'azienda ci ha informati che è in fase di rinnovo la polizza sanitaria: dopo uno scouting su varie compagnie assicuratrici, a breve si individuerà il partner. Pur apprezzando i passi avanti compiuti nell'ultimo periodo, abbiamo rinnovato la richiesta di maggiore e preventiva condivisione per quanto riguarda l'ambito salute in azienda. Intanto, siamo fiduciosi che le nostre segnalazioni dei mesi scorsi circa alcune lacune delle attuali condizioni della polizza sanitaria possano trovare soddisfazione in un incremento del massimale generale annuo (attualmente pari ad € 86.800) e del massimale annuo per le visite specialistiche (attualmente pari ad € 2.168) che comprende anche la medicina preventiva introdotta quest'anno (che va ad erodere il suddetto massimale e che, quindi, è necessario innalzare).

Abbiamo, infine, avviato un confronto sulla Legge Cirinnà che ha introdotto nel nostro ordinamento le Unioni Civili e ha disciplinato le convivenze di fatto. Oltre al naturale adeguamento alle previsioni di legge, l'intento è di estendere una serie di diritti e provvidenze, previste dal nostro CCA (Contratto Collettivo Aziendale) rinnovato lo scorso anno, anche oltre le casistiche previste dalla legge. Allo stesso modo, ci confronteremo sull'introduzione di forme di sostegno nei casi di violenza di genere, anch'esse estensive delle previsioni di legge.

Nei prossimi mesi, porteremo avanti le nostre richieste sugli organici, sull'introduzione della flessibilità oraria e del telelavoro (smart working) oltre che alla consueta azione di contrasto alle pressioni commerciali, su cui anche in sede nazionale si è avviato un confronto ABI - Sindacati.

Cogliamo l'occasione per augurare a tutti di godersi il proprio meritato periodo di riposo e, dunque, BUONE VACANZE !

[Volantino unitario Diretti al punto 28 giugno 2016](#)