



People Survey – Una lettura critica

Avete presente quei titoli/articoli di giornale che sono in netto contrasto con la realtà dei fatti? Ecco, il caso è quello. Il titolo del post sul Portale relativo all'ultimo People Survey recita infatti:

People Survey 2020: l'indice di engagement di UniCredit è buono

Il che farebbe presagire che la platea dei colleghi del Gruppo UniCredit sia complessivamente coinvolta e motivata nel portare avanti il Piano Industriale ideato dal Top Management. Poi però scorri più attentamente il pezzo, guardi meglio i dati e scopri che:

- la partecipazione al PS2020 è stata del 60% (la più bassa nella storia recente di questo strumento: era il 70% nel 2016 ed il 69% nel 2017), ergo il 40% dei colleghi, nonostante le sollecitazioni, non ha voluto neanche cimentarsi nell'iniziativa;
- l'indice di engagement citato nel titolo è sceso di 3 punti, dal 73% al 70% (era il 77% nel 2015, il 75% nel 2016 e nel 2017), quindi in costante decrescita. Peraltro, tale valore è ovviamente riferito ai colleghi partecipanti che come abbiamo detto si è ridotto nel tempo.

Ancora più basse sono le percentuali sui seguenti ambiti (ricordiamo sul 60% dei partecipanti):

- solo il 58% dei partecipanti ritiene di avere opportunità di sviluppo professionale. Il dato è di per sé drammatico. Sarebbe poi interessante conoscere anche lo spaccato tra giovani e ultra 50enni: se la distribuzione tra le due macro-categorie fosse omogenea la situazione sarebbe invero catastrofica;
- solo il 56% dei partecipanti si sente libero di criticare come vengono fatte le cose. Anche qui ci si potrebbe domandare il perché: per timore, sfiducia, scoramento, disillusione, scetticismo?
- Solo il 54% dei partecipanti ritiene che il diverso background sia determinante per avere successo in azienda. Chissà, magari la tanto decantata amalgama tra le diverse provenienze bancarie è ancora lungi dall'essere realizzata?

Comunque li si guardino, i risultati dell'iniziativa sono deprimenti e non inducono all'ottimismo. Ed offrirebbero molteplici spunti ad un Top Management per una seria riflessione da condividere, fin nella definizione degli item, con le associazioni sindacali, sulle opinioni espresse dai colleghi.

Come più volte abbiamo detto questi strumenti sarebbero utili se poi ci fosse la volontà di mettersi in vero ascolto per migliorare il clima aziendale e non fossero comunicazioni fini a se stesse.

Il Sindacato continua a sostenere che i valori che l'Azienda dichiara di voler perseguire sono condivisibili, quando però si deve passare dalle parole ai fatti ci si scontra con una realtà diversa dove guida solo il commerciale ed i risultati da realizzare a qualunque costo.



Unicredit: lettura critica di 'People Survey'

9 luglio 2020

**Le Segreterie di Coordinamento di Gruppo UniCredit
FABI, FIRST/CISL, FISAC/CGIL, UILCA/UIL, UNISIN**