



PRESSIONI COMMERCIALI: UNA SVOLTA E' IMPROROGABILE

A seguito delle ripetute segnalazioni e sollecitazioni sul tema da parte delle OO.SS., il 22 luglio u.s. si è tenuto sul tavolo di Gruppo l'incontro focalizzato sulle politiche commerciali, che ha visto la partecipazione del Responsabile del Retail, Valerio Bottazzoli.

Le Organizzazioni Sindacali hanno rimarcato che le pressioni commerciali continuano a costituire un problema organizzativo primario che provoca un **forte impatto negativo sulla qualità di vita dei colleghi e sul clima lavorativo**, determinando anche **l'aumento del rischio** rispetto a situazioni che comportino potenziali ripercussioni economiche, disciplinari, reputazionali.

Le OO.SS.hanno quindi ribadito che l'appianamento di tale problema rimane una assoluta ed urgente priorità da perseguire.

Con il passaggio alla c.d. "fase 2" tutto il mondo produttivo si è attivato per cercare di recuperare terreno perduto dal punto di vista reddituale, ma all'interno del Gruppo tutto ciò si è risolto principalmente con un'affannosa e scomposta "**corsa al numero**", peraltro **tralasciando passaggi** che sono parte integrante delle relazioni industriali.

E' accaduto, ad esempio, che informative relative ad importanti criteri riorganizzativi siano state **comunicate intempestivamente**, o che siano stati inviati **messaggi contraddittori**, come l'imposizione di termini rigidi per la fruizione delle ferie cui è seguito il repentino e generalizzato invito ad una ripianificazione di parte delle stesse per il periodo estivo; diverse unità organizzative sono state riprese per non aver risposto a tutte le telefonate o per non aver richiamato a stretto giro in una situazione caratterizzata da organici ridottissimi; inoltre c'è chi è stato biasimato per non avere completato la fruizione dei corsi online dopo essere stato pressato, tra marzo e aprile, per dare precedenza allo smaltimento delle ferie e della banca ore pregresse rispetto alla fruizione dell'easy learning.

Il mancato rispetto degli accordi sulle politiche commerciali è diventato ancora più smodato.

Continuano a fioccare richieste impositive di reportistica "fai da te" di tipo previsionale e consuntivo, telefonate con toni inquisitori, divulgazioni di classifiche comparative, che sono arrivate anche a paragonare 2020 e 2019. Appare evidente che la divulgazione dei dati è usata per **fare leva sul senso di adeguatezza per condizionare i comportamenti, ricordando continuamente che le prestazioni quantitative sono sotto osservazione e giudizio pubblici.**

Tra l'altro, le sopra citate richieste sono anche in contraddizione con la circolare aziendale che a suo tempo ha reso ulteriormente inutile la sollecitazione di reportistica decentrata, in quanto proceduralmente esiste un "Reporting Book Giornaliero" con vista di Gruppo, vista per Banca, vista per Canale, accessibile a tutti i ruoli competenti.

Persiste anche l'imposizione di formulare previsionsali di tipo capillare sul venduto, caratterizzati da griglie contenenti ipotesi sui volumi e sulle commissioni per singoli ndg. Chiedere di pianificare gli appuntamenti può essere utile per organizzare il lavoro in modo efficiente, mentre tutt'altra faccenda è imporre di stabilire a prescindere quanto sarà il venduto. Tale richiesta, peraltro distonica rispetto ai principi del "Regolamento

Intermediari", comporta una indebita pressione sui lavoratori, con l'effetto paradossale che ai colleghi viene rinfacciato di non aver raggiunto gli obbiettivi, generando così **un cortocircuito che vede chi pressa come esente da qualsiasi tipo di responsabilità.**

È stato inoltre nuovamente denunciato il **cross selling aggressivo legato alle agevolazioni del Decreto Liquidità.**

Il tavolo sindacale ha evidenziato anche la pericolosità dell'utilizzo di piattaforme di messaggistica non gestite dall'Azienda per fare transitare, spesso anche fuori dall'orario lavorativo, comunicazioni, informazioni, dati relativi a questioni di lavoro, sollecitando la controparte ad una presa di posizione definita riguardo una questione che riguarda, oltre al diritto alla disconnessione, anche la sicurezza logica.

Le OO.SS. hanno ribadito che attualmente sono **ampiamente diffusi comportamenti organizzativi che violano gli accordi nazionale e di Gruppo sulle politiche commerciali e organizzazione del lavoro**, e che peraltro sono difforni anche rispetto al cambiamento culturale prospettato dalla stessa Azienda, che ha più volte dichiarato di volere dar corso ad un accrescimento delle competenze manageriali che dovrebbero valorizzare l'ascolto attivo, il supporto e la crescita dei colleghi anziché il mero esercizio del controllo basato sul potere gerarchico.

Il tavolo sindacale ha inoltre sollecitato la controparte ad affiancare il tema del clima ad un ragionamento organizzativo riguardante il Retail atto ad invertire la rotta rispetto a processi riorganizzativi spesso contraddistinti da contrazioni a livello di organici e al permanere di processi e procedure ancora troppo farraginosi, riguardo i quali le OO.SS. hanno rinnovato la disponibilità ad un confronto strutturale e partecipativo, richiedendo inoltre un maggior supporto complessivo che permetta di riequilibrare adeguatamente obiettivi richiesti e mezzi a disposizione dei colleghi.

Inoltre, è stato richiesto che vengano monitorati con attenzione gli episodi di dimissioni dei colleghi che si sono verificati in alcune realtà, al fine di attenuare il rischio di dispersione di professionalità costruite all'interno del Gruppo.

Per quanto riguarda le questioni relative alle pressioni commerciali sollevate dal Sindacato, l'Azienda ha riscontrato affermando che organizzerà quanto prima un gruppo di lavoro che coinvolgerà tutti i Direttori Regionali per analizzare e discutere i vari temi esposti, per poi fornire alle rappresentanze sindacali una replica puntuale nel mese di settembre.

Le OO.SS., pur accogliendo favorevolmente l'apertura sopra descritta, hanno rimarcato che la stessa dovrà essere caratterizzata da contenuti tangibili, visto che il rapporto coi lavoratori va urgentemente ritariato con modalità differenti e che è necessario capire se sussiste la concreta volontà di superare uno schema diffuso, che attualmente continua ad essere basato perlopiù sul motto "Per fare più risultati si aumentano le pressioni facendo leva sul senso di adeguatezza", e se si vuole perseguire l'effettivo ed opportuno approdo ad un clima più sereno e rispettoso degli accordi.

27 luglio 2020



Crédit Agricole: le pressioni commerciali continuano a costituire un problema

LE SEGRETERIE DEL GRUPPO CREDIT AGRICOLE

Fabi - First/Cisl - Fisac/Cgil - Uilca - Unisin