By: Federico – CC BY-NC-SA 2.0

Venerdì 11/10 la direzione ci ha illustrato, solo dopo nostra specifica richiesta in analogia con quanto già accaduto con le altre aree, i contenuti del progetto Regata che, a partire da questa settimana, interesserà anche la nostra area.
Il progetto a detta della direzione dovrebbe servire all' "ottimizzazione dei processi di gestione della clientela, con il fondamentale compito di uniformare i comportamenti dei Gestori a vantaggio di una maggiore produttività della Rete e al contempo di tarare gli obiettivi di budget sulle reali esigenze della clientela attraverso un miglior utilizzo degli strumenti aziendali esistenti, un processo codificato di definizione dei Piani commerciali (budget), una maggiore organicità delle informazioni ed una più efficiente trasmissione delle stesse dalla DG alla Rete".
Il team di addetti che riguarda la nostra area è composto di 20/21 unità (12 dell'area Sud e 8/9 dell'area Sicilia Calabria) che saranno utilizzati per complessivi 8 mesi – 4 nell'area Sud e 4 in quella Sicilia/Calabria – per affiancare dapprima i settoristi e poi gli addetti retail delle filiali nella realizzazione del progetto.
La direzione di area ha molto sottolineato l'importanza delle coerenze che il progetto impone tra i comportamenti agiti finalizzati alla vendita ed il profilo del cliente.
Potremmo essere pure d'accordo se tutto ciò fosse vero, ma, come ogni collega della rete può facilmente verificare, ogni vendita che esula dal budget (il piano commerciale demoltiplicato questo è) non impatta sul raggiungimento degli obiettivi, pur contribuendo a dare utili – spesso superiori e duraturi nel tempo rispetto a quelli previsti per le vendite dei prodotti a budget che, invece, non di rado danno commissioni più alte, ma una tantum, e per operazioni su prodotti di società terze, frequentemente estere – .
E' del tutto evidente che tale politica commerciale sembra avere poco a che vedere con i profili e le esigenze dei clienti, e soprattutto con un'azione di lunga tenuta commerciale della banca. Speriamo che i colleghi coinvolti nel progetto ci possano dare notizie diverse.
Nello specifico del progetto il direttore operativo ci ha comunicato che: Saranno coinvolti tutti i titolari di filiale, ma dalle slides che l'azienda ha consegnato ufficialmente alle OOSS sembrano inclusi solo i titolari MC portafogliati. L'azienda si è riservata di fornirci chiarimenti Saranno coinvolti tutti i gestori affluent, small business e family, ods e odsc compresi, ma dalle slides che l'azienda ha consegnato ufficialmente alle OOSS sono esclusi esplicitamente ods e odsc. L'azienda si è riservata di approfondire e fornirci chiarimenti Ogni gestore coinvolto nella rete – fermi restando i chiarimenti di cui sopra – sarà affiancato da un componente del team, ma non è chiaro come (ambiente protetto o in presenza del cliente), per quanto tempo. La direzione si è riservata di approfondire e fornirci chiarimenti.
A questo punto non riusciamo a comprendere se è il direttore operativo a non aver capito nulla o se gli elaborati forniti dalla direzione generale sono sbagliati: sono entrambi scenari inquietanti perché significa che in ogni caso l'azienda non sa quello che sta facendo a livello centrale o nelle DTM, da alcune delle quali ci arrivano addirittura voci di un sedicente progetto Regata esteso perfino ai supporti operativi! Chiediamo ai colleghi di continuare a tenerci aggiornati su quanto accede e viene comunicato dalla direzione nelle varie unità operative
A proposito di scenari inquietanti, nel corso dell'incontro abbiamo provato a chiedere informativa sull'attività del call center esterno impegnato nel direct marketing. Anche in questo caso il dir. Capuano ha detto di non essere a conoscenza dell'argomento. Eppure il ruolo prevederebbe la perfetta conoscenza di quanto accade nella propria realtà territoriale, ma se questo non succede che senso ha la funzione del direttore operativo? Eppure ci risulta che più di qualche collega sia coinvolto nel processo lavorativo del direct marketing e se non lo sa il direttore operativo che del personale è il responsabile, chi dovrebbe saperlo???

Gli assurdi comportamenti della direzione di Napoli non si limitano, purtroppo, solo ad un argomento.
Durante la riunione in tema di pressioni commerciali, proprio quelle che la banca dice dovrebbero essere “migliorate” dal progetto Regata, il direttore operativo si è inerpicato su improbabili metafore in campo fisico, asserendo che per diminuirle occorre aumentare la superficie. Per noi significa aumentare gli addetti e gli aspetti qualitativi della produzione, per la banca, invece, significa aumentare i contatti e gli atti di vendita. Il direttore Capuano ha affermato che a suo avviso non esistono pressioni commerciali: siamo d’accordo, le pressioni non esistono e nelle nostre realtà sono diventate minacce che turbano la serenità operativa e la pro attività dei colleghi.
In sede di incontro abbiamo inoltre chiesto spiegazioni all’azienda circa la sottoscrizione degli impegni a raggiungere il budget chiesta dalla direzione di area ad alcuni titolari. Una pratica aberrante ed al di fuori di qualunque previsione di legge e di contratto che, nei casi di maggiore stupidità individuale, è stata estesa dai titolari ai colleghi della filiale. Della serie: la direzione fa pressioni illegittime su di me, io mi impegno secondo le mie percezioni che possono anche essere sbagliate e tu mi firmi l’impegno che io ho preso: una firma che, dal punto di vista giuridico, ha la stessa valenza di quella del contratto con gli italiani di berlusconiana memoria…
Come in precedenza, il direttore operativo ha detto di non essere a conoscenza di tale pratica (sembra invece sia stato presente in occasione di alcune firme), di condividerne la non liceità e si è impegnato a far distruggere o restituire i verbali firmati. Chiediamo ai colleghi di farcene avere notizia e comunque invitiamo tutti coloro che non sono stati ancora coinvolti da tali modalità, ad astenersi dal firmare qualunque atto inerente tale argomento. Se si tratta di una pratica illecita non può essere fatta valere in nessun luogo!
Infine, sempre a proposito di firme, in chiusura dell’incontro abbiamo chiesto all’azienda di firmare per ricevuta una comunicazione della quale abbiamo richiesto, dopo la disdetta del CIA e alla luce della disdetta dell’accordo nazionale sugli RLS che individuava questi ultimi come unici interlocutori sui temi della salute e sicurezza, di ricevere comunicazioni su questi argomenti così come previsto dalla legge.
Dopo aver sentito la DG per avere ordini, il direttore operativo si è rifiutato per l’ennesima volta di firmare per ricevuta la consegna della lettera. Ovviamente l’abbiamo inoltra via poste italiane A/R…
Il processo di deresponsabilizzazione in quest’azienda è arrivato ai minimi termini, anzi, assume contorni paradossali: le ultime ruote del carro devono firmare ed i dirigenti si rifiutano di firmare.
Cari colleghi c’è firma e firma: l’azienda che vuole la vostra sui budget è la stessa che rifiuta una banale firma per ricevuta…
Napoli, 17/10/2013
la segreteria