Organicamente Pressati

Se Babbo Natale ci ha portato, riconoscendo gli sforzi di tutti i lavoratori e le lavoratrici, un nuovo accordo sul fondo e la possibilità di iniziare la trattativa sul CCNL di nuovo alla pari con ABI, non possiamo dire che la Befana sia stata altrettanto magnanima, almeno per quel che riguarda la situazione in Unicredit. L'inizio anno, infatti, ci ha regalato una intollerabile recrudescenza delle pressioni commerciali ed una situazione relativa agli organici della Rete ancora più drammatica di quanto già non fosse, e questo nonostante i numerosi spostamenti di colleghi avvenuti nell'ultimo periodo. La situazione degli organici deriva principalmente da una totale assenza di programmazione da parte dell'Azienda. E' inutile che si dica che si vuole rincorrere la modernità, cavalcare la multicanalità quando poi per far funzionare i cash less o i cash light c'è sempre bisogno di qualche collega che apra l'Agenzia o che spesso si occupi di accompagnare il cliente al bancomat per aiutarlo nell'operazione (sappiamo tutti che questa è la quotidianità). Stupirci, poi, della schizofrenia delle scelte resta un esercizio di stile: aperture e chiusure a scacchiera (Progetto Flexy) ed orari prolungati (Progetto Run) sembrano più tentativi alla cieca che parte di una chiara strategia industriale che ci consenta di avere gli strumenti per affrontare al meglio il periodo di crisi che vive la nostra società.
Le pressioni, in questa confusione generale ed in una dissociata, sembrano quindi essere, l'unico punto fermo a disposizione del management per superare i problemi dai quali i loro territori sono interessati. Che importa se c'è stato un terremoto, un alluvione, se esiste la crisi, se han chiuso le fabbriche, l'importante è sapere quante migliaia di € di ricorrenti o di polizze si venderanno nei prossimi giorni. Ma forse siamo noi che non sappiamo stare al passo coi tempi. Una volta si facevano pressioni se non si vendeva, poi si son cominciate a fare per incrementare le vendite, ora si fanno per programmare i contatti per provare a vendere. Il prossimo livello quale sarà? La pressione diretta sul cliente? E tutto questo unicamente per effettuare ricavi che vadano a coprire i crediti deteriorati, i compensi insostenibili del top management ed in generale alle perdite di bilancio da loro causate. Alle pressioni classiche (mail, chat, classifiche, telefonate etc) si stanno però aggiungendo pressioni più subdole che prendono il nome di MOBBING. E' inaccettabile che esista ancora qualcuno che pensa di potersi permettere di umiliare i colleghi, di schernirli, di instaurare un clima che non consenta al collega nemmeno di poter esprimere liberamente la propria opinione per paura delle conseguenze. Non c'è da stupirsi. Questo accade abitualmente nella stessa azienda nella quale ci si permette di cancellare d'arbitrio le assenze per sciopero (diritto costituzionalmente garantito).
Continuare a scrivere e denunciare i problemi comincia, però, ad essere poco efficacie. Nemmeno una lettera a firma Bergami\Farina ha sortito effetti tangibili: vuol dire che è possibile non rispettare le direttive aziendali?
E' per questo che abbiamo deciso di intraprendere questo percorso:
– Incontro urgente con l'Azienda nel quale richiederemo risposte concrete in merito ai problemi da noi sollevati;
– Percorso assembleare per riferire dell'incontro con l'Azienda e valutare congiuntamente, in caso di risposte insoddisfacenti su organici e pressioni commerciali, un eventuale percorso di mobilitazione territoriale.

Bologna, 29 gennaio

scarica il VOLANTINO su pressioni ed organici