



SISTEMA INCENTIVANTE 2020

Nel corso dell'incontro di tavolo del 6 febbraio u.s., la delegazione datoriale ha presentato allescriventi OO.SS. il sistema incentivante valido per l'anno in corso.

L'impianto ricalca in gran parte quello del 2019, con montepremi quantificato per la sola Rete Commerciale a 7,5 mln di € per CAI e 1,9 mln di € per BPPA. Secondo la controparte, la strutturazione presenta qualche accorgimento atto a mitigare alcune criticità emerse nel recente passato, prevedendo un numero minore di indicatori, l'abolizione delle logiche di basket e di alcuni cancelletti e la focalizzazione su pilastri da PIMT come la soddisfazione del cliente e le persone del Gruppo, con l'intento dichiarato di premiare il lavoro di squadra.

Il tavolo sindacale ha sottolineato come, nonostante i correttivi apportati, il sistema incentivante risulti ancora eccessivamente farraginoso, sovrastimato ed eccessivamente strutturato.

Se da un lato, infatti, è vero che nel tempo si è dato corso con continuità all'erogazione di premi, dall'altro va rimarcato che le modalità di elargizione sono state soggette ad oscillazioni applicative fino a sfociare in alcuni esercizi nella discrezionalità, e generando incertezza riguardo la possibilità di raggiungimento del premio da parte dell'unità organizzativa, se non del singolo collega, anche in annate dove i risultati del Gruppo sono stati ottimi ed in forte crescita. Questo dimostra che la complessità ingegneristica del Sistema Incentivante ha creato estrema difficoltà per le figure commerciali rispetto al raggiungimento dei risultati, e la sua diretta incidenza negativa sulle pressioni commerciali volte al raggiungimento dello stesso.

Restando sul concetto di incertezza, nulla cambia relativamente al mondo Cags/Direzioni Centrali per i quali il Sistema Incentivante prevede la correlazione tra il premio prevalentemente discrezionale e i contributi delle prestazioni richieste ai lavoratori.

La nostra valutazione negativa è da estendere anche al permanere dell'obiettivo di portafoglio individuale nell'ambito della gestione del risparmio privato che costituisce un elemento ostativo rispetto alla costruzione del dichiarato lavoro di squadra, con conseguente produzione di malumori e divisioni in un Canale Retail che, al contrario, necessiterebbe di un reale investimento a livello di benessere dei colleghi che avrebbe riverberi positivi anche sul grado di soddisfazione del servizio da parte della clientela.

Permane secondo il Sindacato la convinzione che la misurazione dei portafogli individuali infici gli sforzi per il raggiungimento degli obiettivi e contribuisca a peggiorare il clima interno ed ingenerare perdita motivazionale in un contesto attuale, tra l'altro, sempre più teso alla riduzione degli organici di Rete e del costo del Personale.

Anche su tema dell'IRC permane una marcata contrarietà da parte del Sindacato, visto che l'indice continuerà a pesare in maniera rilevante (15 punti per la quasi totalità della Rete), rimanendo soggetto alle consuete modalità di rilevazione/sondaggio che sfuggono alla percezione e al controllo da parte dei colleghi. La carenza cronica degli organici ed un supporto tecnologico da ammodernare, infatti, non consentono di offrire un servizio alla clientela aderente agli ambiziosi obiettivi del Gruppo sul tema.

Pur comprendendo l'importanza che la soddisfazione della clientela riveste oggi nel mondo del credito e dei servizi in generale, riteniamo che la stessa vada ricercata seguendo altre strade: rafforzando gli investimenti a supporto del c.d. "cliente interno", fornendo ai lavoratori strumenti tecnologici e procedure più efficaci, migliorando e snellendo l'organizzazione del

lavoro, portando di conseguenza i carichi di lavoro a livelli sostenibili e, anche alla luce dei brillanti risultati di bilancio, dando un nuovo impulso ai risicati organici della Rete.

A fronte, quindi, di un sistema incentivante che rimane sostanzialmente lo stesso, non può che essere ribadita la mancata condivisione dello stesso da parte delle OO.SS.

OFFERTA FUORI SEDE

È stato presentato un nuovo strumento, riservato ai Gestori Private ed ai Consulenti Finanziari, che prevede il rilascio graduale nel corso dei prossimi quattro mesi di un processo interamente digitale, che permetterà anche l'acquisizione di clienti prospect, per la vendita di prodotti bancari e finanziari sottoscrivibili dal cliente tramite cellulare, con l'eliminazione dell'utilizzo della carta ed il conseguente vantaggio anche a livello di archiviazione.

Con l'installazione di questo applicativo il collega potrà gestire la consulenza tramite il tablet in autonomia, sia a livello operativo che logistico.

I 350 colleghi interessati dal processo (200 appartenenti al Mercato Private e 150 Consulenti Finanziari) saranno coinvolti in un percorso formativo che si esaurirà nel primo semestre dell'anno.

Nel valutare positivamente quanto presentato, abbiamo richiesto che analoghe iniziative, che alligieriscono i processi e riducono l'esposizione ai rischi operativi, siano estese anche al resto del Retail.

VARIE

A seguito delle segnalazioni delle OO.SS., sono state inviate alle filiali di competenza nuove cartelle da esporre al pubblico relativamente alla variazione dell'orario di filiale, che recano una dicitura più precisa rispetto ai servizi offerti nell'orario mattutino ed in quello pomeridiano. Riguardo lo stesso tema, le OO.SS. hanno sollecitato nuovamente l'azienda alla produzione di un documento normativo che vada a dettagliare le incombenze di pertinenza dei colleghi facenti parte del progetto, visto che appare evidente che la situazione porterà a far fronte a casistiche operative nuove e quindi non previste dall'attuale normativa.



Parma, 13 febbraio 2020

LE SEGRETERIE DEL GRUPPO CREDIT AGRICOLE Fabi - First Cisl - Fisac Cgil - Uilca - Unisin