



SEGRETERIE ORGANI DI COORDINAMENTO DI FINDOMESTIC BANCA

KEEP CALM AND... CONCRETO SUPPORTO A CHI LAVORA

Avevamo appena finito di ascoltare il Direttore Generale illustrarci l'andamento aziendale nel primo trimestre, dove evidenziava **la centralità per l'azienda del COSTO DEL RISCHIO** che dalle piattaforme Customer Solution ci giungeva la notizia dell'ennesima richiesta del Sabato lavorativo "volontario".

L'occasione è stata troppo ghiotta per non coglierla e per tornare nuovamente a richiedere ad HR un incontro urgente con il DG e con la Direzione Customer Solution per approfondire le criticità che da un anno e mezzo a questa parte stanno impegnando il Canale in maniera Straordinaria. Come abbiamo avuto modo di scrivere anche nei recenti comunicati, la modalità con cui si stanno gestendo i flussi a livello aziendale **NON E' SOSTENIBILE: sabati lavorativi come prassi e straordinario sistematicamente programmato ogni mese sono indicatori chiari di una sofferenza organizzativa alla quale è necessario dare risposte strutturali con urgenza, vista la centralità strategica che il costo del rischio ricopre per il risultato della Banca.**

A quasi due anni dalla partenza di NEO e prendendo per buone le rassicurazioni che il nuovo modello di gestione dei flussi di impagati sia vincente, pare chiaro che ci sia la necessità di intervenire ulteriormente, rispetto a quanto già fatto lo scorso anno, in termini **di incrementi di organici**, procedendo quindi con importanti stabilizzazioni nel Canale. Lo stato di emergenza continuo, tra le altre cose, sta determinando anche **un deterioramento del clima lavorativo ed è un ritorno al passato che proprio non volevamo registrare**, visto che le trasformazioni avvenute nel Canale negli ultimi anni sono considerate anche da queste OO.SS. un modello di come si possa migliorare le condizioni lavorative senza perdere di efficacia.

Come spesso accade di fronte alle emergenze c'è chi, tra i responsabili, non riesce a sostenere lo stress e lo scarica sui lavoratori; incaricati bravi e performanti da anni, diventano lavoratori da pressare, monitorare e sollecitare in continuazione, magari in chat oppure passando messaggi totalmente distorti dove le pause da videoterminalisti diventano un lusso!

Fermi tutti!

Il problema è chiaramente strutturale e legato al modello organizzativo ed è in questo ambito che vanno trovate le soluzioni, noi come sempre ci siamo. **Attendiamo una convocazione aziendale in merito!**

CONTO CORRENTE DIGITALE

Pronti via! E' iniziata da ormai più di un mese la commercializzazione del Conto Digitale alla clientela: supportata da una importante campagna mediatica, tutta l'azienda è ingaggiata su quello che è il principale progetto aziendale del Piano 2020 (del progetto sinergico con Bnl per i Prestiti Personali si sono perse le tracce: ne abbiamo chiesto conto, ma tutto tace...ma Parigi che dice?!?), riprendendo alcune preoccupazioni espresse da queste OO.SS. più di un anno fa, abbiamo avuto modo di evidenziare alla Direzione HR alcune criticità che necessitano di rapide risposte.



SEGRETERIE ORGANI DI COORDINAMENTO DI FINDOMESTIC BANCA

Intanto l'annoso problema dell'inadeguatezza degli organici a supporto del progetto: le reti commerciali e le strutture di supporto centralizzato, si sono ritrovate a dover gestire questa fase di proposta e vendita, come purtroppo era prevedibile, con forte affanno: sono anni ormai che chiediamo all'azienda di dare un sostanzioso supporto agli uffici in termini di organici, ma si continuano ad usare sistemi di misurazione delle FTE e di efficientamento esasperato delle strutture che producono più problemi che effettivi benefici. **Si continua a far partire i progetti in maniera inadeguata per poi correre ai ripari con task force di supporto e chi ci rimette sono in prima istanza i lavoratori, poi la clientela e quindi in sostanza l'Azienda stessa nel suo complesso.**

Altra questione che da anni ormai denunciavamo come critica è **l'inadeguatezza della formazione:** eravamo preoccupati, l'avevamo più volte sollecitata e purtroppo ci ritroviamo a verificare che ancora una volta su questo avevamo segnalato una problematica giusta. Poche ore di formazione di aula, pochissime di formazione tecnica sia per chi è al pubblico sia per chi deve dare un supporto alle reti e così si rischiano false partenze che mettono a repentaglio anche l'enorme lavoro e gli importanti investimenti fatti per il progetto banca digitale. Nel frattempo si continua ad investire in maniera importante in giornate formative al Dynamo Camp, per carità bello e interessante, ma una volta fatta una esperienza di quel tipo **anche basta! Questo quel che dicono un po' tutti in ogni ordine e grado senza però riuscire a dirlo a chi lo continua a proporre.**

Visto che giornalmente, come dipendenti di Banca, non siamo abitualmente alle prese con i ponti tibetani, ma con la clientela che ci chiede competenza sui prodotti bancari, riteniamo sia opportuno un ripensamento anche su questo fronte: poi se qualche collega o qualche Direttore hanno bisogno di fare percorsi mistico spirituali, per carità sono tutte esperienze arricchenti a livello umano, ma da una Banca ed in una Banca, più che degli insegnamenti di Osho, ci aspettiamo in primis una formazione sui prodotti e sugli strumenti di lavoro.

Infine, ci risale, da chi giornalmente si sta confrontando con il nuovo prodotto, la mancanza di un piano d'azione diversificato rispetto ai modelli di vendita a cui ci ha abituati il canale Diretto: **sono comparse classifiche e challenge quantitativi che non fanno altro che spingere su una vendita veloce e superficiale, in antitesi con il messaggio passato all'inizio da tutte le Direzioni coinvolte.**

Gli stessi modelli di "animazione" utilizzati in questi anni per le assicurazioni Stand Alone e da queste OO.SS. duramente contestate, li rivediamo comparire anche per il Conto Digitale. Vedere sui tabelloni del Verde+, sostituire alla colonna tristemente vuota delle Lr (le assicurazioni che vendevamo abbinare "spintaneamente" ai prestiti) una colonna dedicata al nuovo prodotto. **CI PREOCCUPA e torniamo quindi a denunciare politiche commerciali strutturate su modelli non sani di pressione e competizione tra centri, distorsivi rispetto alle corrette modalità di approccio alla clientela e potenzialmente pericolosi per la buona riuscita del nuovo progetto, ma più in generale per l'azienda tutta.**

Il paradosso di tutta questa situazione è che tutti i dipendenti, con la loro professionalità e maturità, hanno ben compreso che il Conto Corrente Digitale è e sarà il prodotto del futuro e chiedono di poter sviluppare con le competenze formative questo nuovo settore non considerandolo, appunto, un prodotto alla stessa



SEGRETERIE ORGANI DI COORDINAMENTO DI FINDOMESTIC BANCA

stregua degli altri. **Peccato che chi debba interpretare tale richiesta consideri ancora l'animazione commerciale necessaria come strumento di gestione mortificando la professionalità e la maturità dei dipendenti e rischiando di far fallire l'intero progetto!**

Abbiamo chiesto e ci piacerebbe incontrare contemporaneamente le figure apicali delle Direzione Clienti e Banca Digitale perché ci venga illustrato il modello di intervento che hanno in mente ed ai quali vorremmo riportare tutte le preoccupazioni e i suggerimenti che da ogni parte i lavoratori ci hanno descritto per avere da entrambe le parti più soluzioni possibili.

ACCOUNT

Tra le tematiche affrontate nell'incontro svoltosi il 22 maggio scorso, l'Azienda ci ha presentato la loro nuova proposta relativa alle **spese carburante per gli assegnatari di auto aziendali**.

Dopo mesi di lavoro sulle possibili soluzioni alternative allo schema di calcolo finora applicato, ci è stato comunicato che **sarà mantenuto il sistema di calcolo attuale basato sul consumo stimato medio da tabelle ACI profilate per ciascun veicolo, maggiorate di un 15% a partire dal 1/1/2019**.

L'azienda, pur considerando legittima la rivendicazione da noi proposta di prevedere un calcolo puntuale dei consumi successivi ai primi 4500 km previsti dal fringe benefit e di fatto già addebitati attraverso la fiscalità, ritiene che tale modifica porterà comunque un vantaggio agli assegnatari di circa un 30% in più rispetto al dovuto. Abbiamo loro comunicato che, pur apprezzando la volontà di migliorare il sistema di calcolo, riteniamo insoddisfacente la soluzione adottata unilateralmente in quanto non evita eventuali addebiti non dovuti ai driver, soprattutto a chi svolge per lavoro molti km. **Riteniamo che i km svolti per lavoro siano un costo operativo che non può in nessun caso essere addebitato ai collaboratori assegnatari di auto aziendale: risulta, quindi, INGIUSTO non avere alcuna possibile tempistica entro la quale intervenire e giungere ad una rendicontazione puntuale dei consumi effettivi eccedenti il fringe benefit.**

Certamente quanto proposto è un primo passo verso una normalizzazione del sistema di calcolo dei consumi che, seppur non riesce ad arrivare a quella che riterremmo essere l'unica corretta soluzione, e cioè la puntuale rendicontazione dei consumi effettivi, non percorribile a detta dell'azienda perché troppo costosa in termini di investimento informatico e di "ore uomo" da dedicare, siamo disponibili a ragionare anche ad una forfettizzazione dei costi, inserendo tra questi non solo quelli addebitati ai driver rispetto a quanto anticipato attraverso i pagamenti elettronici in uso, ma anche quelli diretti ed indiretti relativi al personale adibito al controllo ed a quello dei driver rispetto al tempo dedicato alla rendicontazione attraverso i diversi applicativi.

Avere collaboratori scontenti per un sistema iniquo di calcolo degli addebiti non serve a nessuno, ne al clima aziendale lavorativo. **E le Direzioni di questi lavoratori dove sono? Cosa pensano? Cosa hanno fatto per venire incontro alle richieste dei loro collaboratori?**

Firenze, 28/05/2019

**Le Segreterie Organo di Coordinamento
di Findomestic Banca SpA
FABI –First/CISL–Fisac/CGIL–Uilca**