

SONDAGGIO SULLE PRESSIONI COMMERCIALI NEL GRUPPO BANCOBPM

Organizzare ed analizzare i risultati di un sondaggio anonimo è particolarmente interessante perché i dati che ne derivano sono spesso inaspettati e meno prevedibili.

In effetti, le risposte dei colleghi sono state così numerose da andare oltre le nostre aspettative.

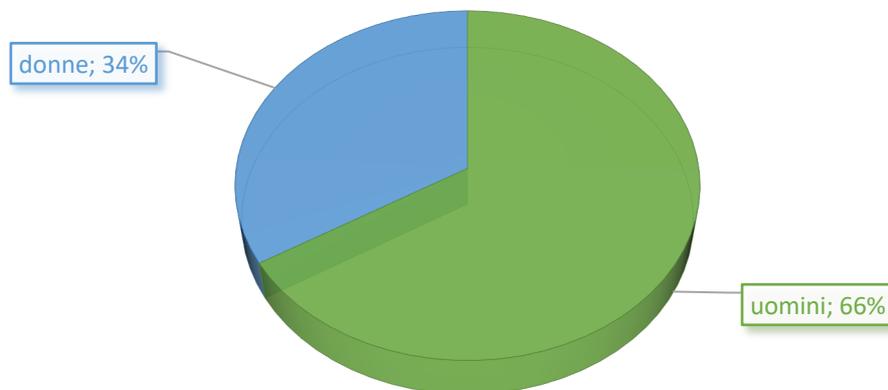
Le pressioni commerciali nella rete commerciale della nostra Banca. Questo il tema del sondaggio proposto dalla Uilca Banco Bpm, facendo così naturale seguito sia all'Accordo nazionale dell'8 febbraio 2017 sia all'Accordo interno del 21 dicembre 2018.

I motivi che hanno reso questo sondaggio nel Banco Bpm interessante sono sia il numero degli aderenti, sia le risposte che sono giunte da tutte le direzioni territoriali sparse in tutta Italia espressioni di storie, contesti e filosofie spesso differenti.

E' stato inoltre un ottimo strumento per dare voce ai colleghi che hanno manifestato chiaramente le loro opinioni sul fenomeno evidenziando un disagio diffuso in tutta la rete.

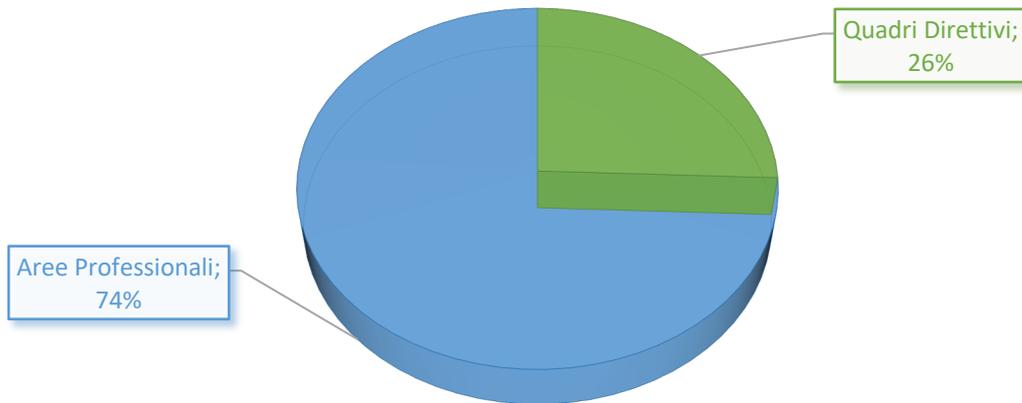
Pur non pretendendo di assegnare rilevanza scientifica a questa prima rilevazione statistica, il campione rappresentativo dei partecipanti – **3.270 colleghi** - ci porta a credere che si possa comunque trattare di uno specchio chiaro del sentire dell'intera popolazione dei colleghi del Gruppo.

GENERE

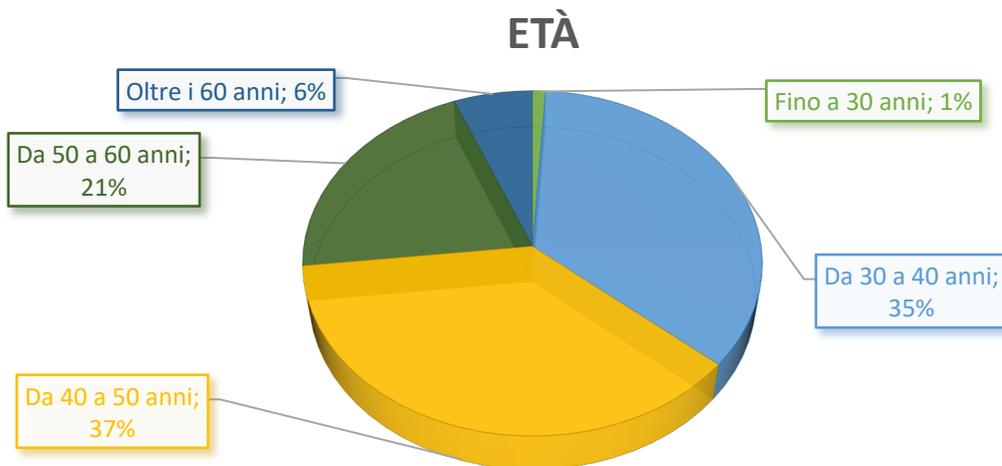


Partiamo dal macro dato riferito al "genere": hanno risposto un numero maggiore di uomini rispetto alle donne. Non avendo a disposizione – nonostante le reiterate richieste in questo senso fatte – una fotografia complessiva degli organigrammi della rete commerciale, sorge spontanea la riflessione sulla distribuzione per genere dei gestori privati e personal.

INQUADRAMENTI

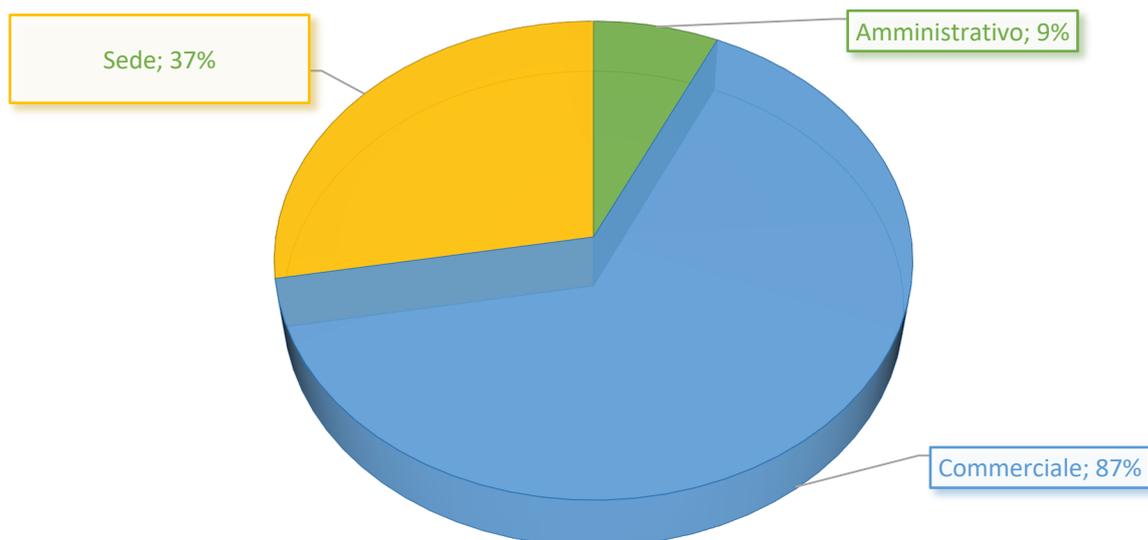


I risultati sull'inquadramento scontano una serie di percorsi fatti negli anni ed è per questo che lo scarto fra le aree professionali ed i quadri direttivi è così significativo. Ricordiamo che negli anni sono stati istituiti una serie di fondi di solidarietà che davano priorità ai Quadri direttivi, e che il nostro attuale CIA prevede come grado massimo raggiungibile la 3^a Area 4° Livello per i Gestori Personal e la 3^a Area 3° Livello per i Gestori Privati.



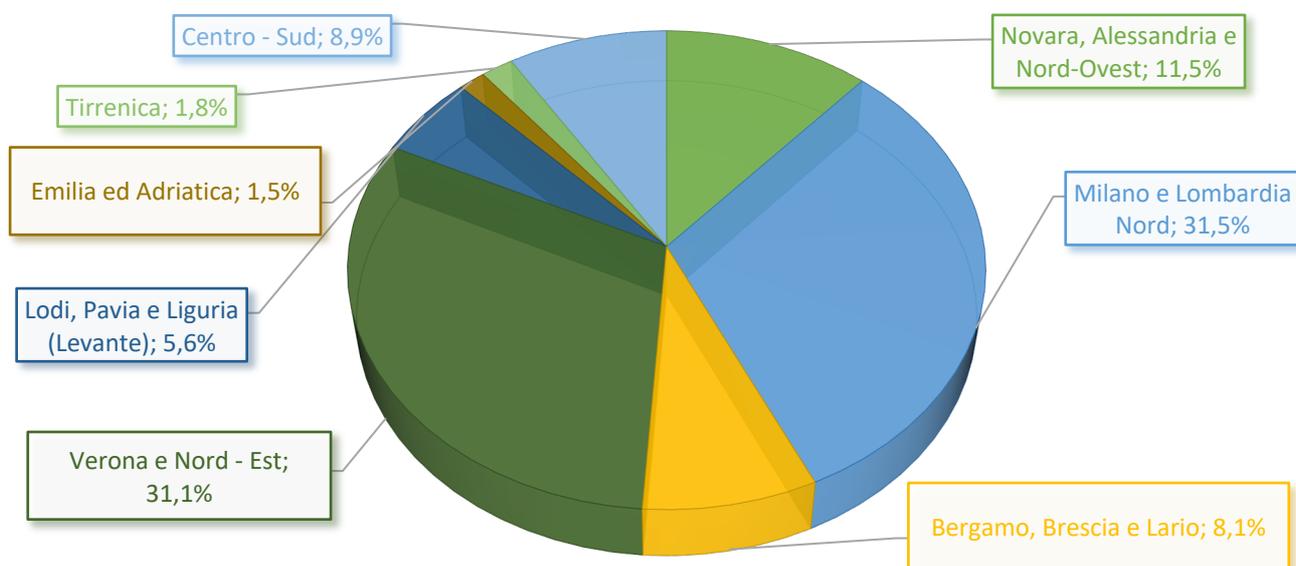
La parte che si riferisce all'età anagrafica dà uno spaccato particolarmente significativo poiché le risposte provengono essenzialmente dalla fascia di età compresa fra i 30 ed i 50 anni, evidenziando due cose: la prima che il 90% della popolazione è sensibile al tema, la seconda è che sono troppi anni che ci sono pochissime assunzioni limitando drasticamente la fascia di colleghi under 30.

MANSIONE AZIENDALE



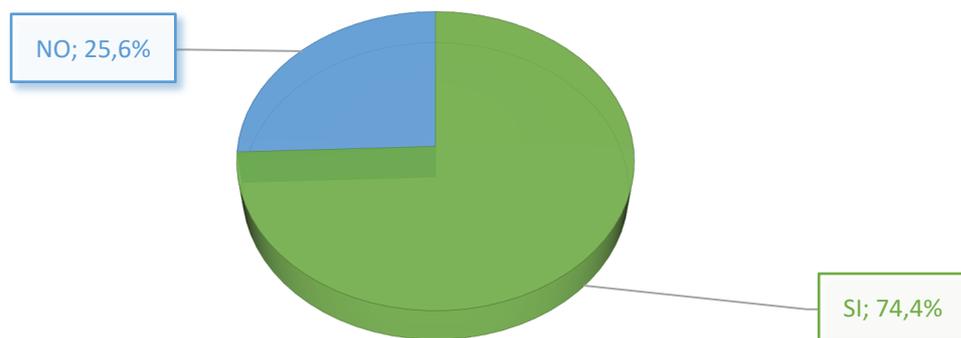
L'aspettativa che fossero i colleghi con mansioni commerciali e non amministrativi a rispondere è stata mantenuta, anche se il 13% delle risposte provenienti da colleghi che lavorano in Sede o che svolgono ruoli amministrativi, è una numerica interessante che dimostra come il tema comunque sia percepito dall'intera popolazione.

DIREZIONI TERRITORIALI



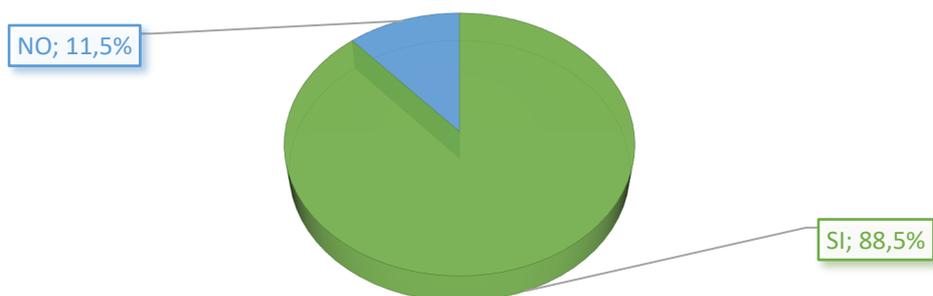
Sono giunte risposte da tutte le 8 direzioni territoriali ma, da sole, le direzioni Milano/Lombardia Nord e Verona/Nord Est hanno registrato un risultato di oltre il 30% dei questionari fatti sul totale di quelli compilati. Questo dato è in linea con il dato delle segnalazioni giunte alle Relazioni Industriali (per il tramite anonimizzante della Commissione sulle Politiche Commerciali) per comportamenti contrari all'Accordo in tema del 21 dicembre 2018, che per buona parte afferiscono proprio a queste due direzioni territoriali. E qui è necessaria una nostra riflessione.

SECONDO TE L'AZIENDA RISPETTA IL TUO ORARIO DI LAVORO?

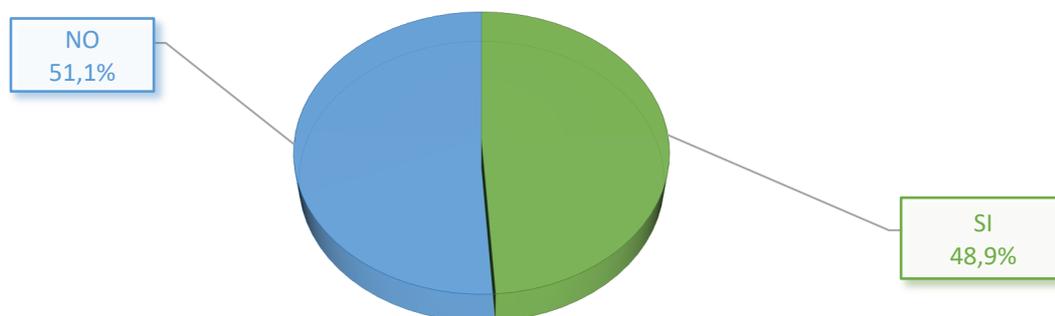


Il dato sul rispetto dell'orario di lavoro sconta l'impatto dell'accordo del 21 dicembre 2018 dove si richiama il contratto nazionale sull'argomento, che esclude la possibilità di effettuare riunioni commerciali dopo le 16,45.

IN BASE ALLA TUA ESPERIENZA CREDI CHE VENGAO ATTUATE PRESSIONI COMMERCIALI?

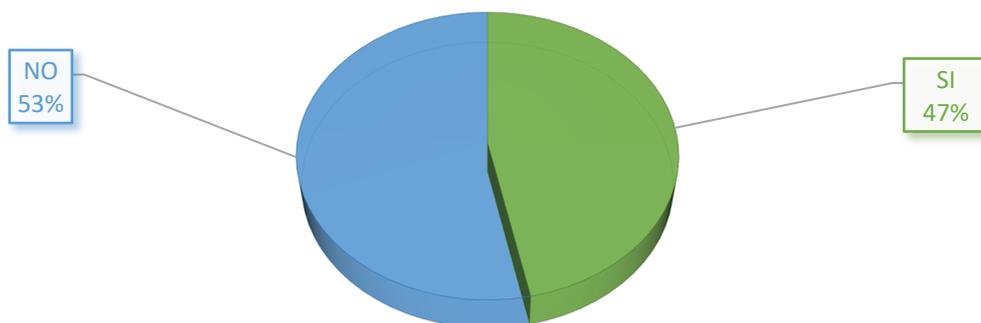


HAI MAI RICEVUTO MINACCE O MORTIFICAZIONI?



Lo stesso dicasi per i precedenti dati che vanno letti con la ovvia consequenzialità. L'oltre 80% di risposte positive sulle pressioni commerciali denota come queste vengono effettuate anche con minacce e mortificazioni.

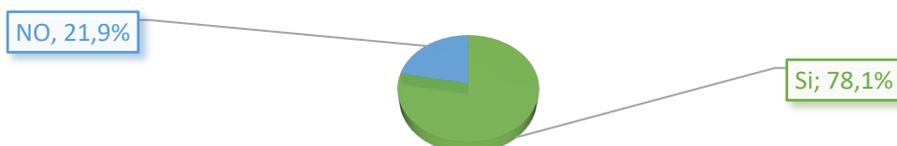
HAI PATOLOGIE PSICOSOMATICHE, O DI ALTRO GENERE, LEGATE AL LAVORO?



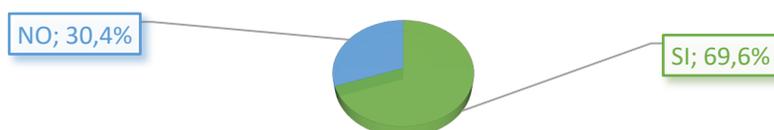
Per ovvia ed amara conseguenza, come anche evidenziato nel nostro accordo, queste pressioni finiscono per causare il fenomeno dello stress da lavoro correlato.

E dove non basta esercitare queste pressioni, i risultati del sondaggio evidenziano anche fenomeni di vere e proprie "minacce" con conseguenti ricadute psico-fisiche che possono sfociare anche nell'insorgenza di patologie (in questo senso, abbiamo fornito il dato relativo all'insorgenza delle patologie ai nostri RLS per le debite e opportune indagini ed approfondimenti).

CONOSCI L'ACCORDO DI GRUPPO SULLE POLITICHE COMMERCIALI FIRMATO IL 21 DICEMBRE 2018?



CONOSCI L'ACCORDO NAZIONALE SULLE POLITICHE COMMERCIALI DELL'8 FEBBRAIO 2017?



Gli ultimi due dati riguardano i due Accordi di riferimento e la cosa più significativa è che i colleghi conoscono meglio l'Accordo nazionale rispetto a quello integrativo aziendale di più recente firma. In questo senso, abbiamo raccolto quest'ultimo risultato e aumenteremo gli sforzi per fare conoscere entrambi i riferimenti normativi, ma in special modo il nostro di Gruppo. Perché un collega informato è un collega che lavora più sereno, con più consapevolezza dei propri diritti e di doveri, e in grado di gestire e "maneggiare" meglio le pressioni commerciali.

Circolare METODO COMMERCIALE RETAIL – 2019CT4

A seguito del percorso compiuto con le Oo.Ss la Banca ha recentemente emanato la **Circolare metodo commerciale**, unico esempio del genere nel sistema, con l'obiettivo di diffondere attraverso la normativa interna gli Accordi esistenti, e con il risultato di darne piena esigibilità. Così facendo, inoltre, non ci potrà essere più spazio per comportamenti soggettivamente differenti rispetto a quanto univocamente stabilito dalla Circolare stessa.

Questo dà ancora più forza e significato ai risultati ottenuti nel nostro sondaggio.

Ci preme ribadire che la Commissione politiche commerciali ha svolto un ruolo determinante per rendere esigibile l'accordo di dicembre, segnalando continuamente tutti i comportamenti non in linea con i principi dell'accordo e ribadendo l'importanza dell'accordo stesso.

L'Azienda ribadisce con forza cosa sia permesso e le modalità con cui è consentito comunicare internamente, che qui ricordiamo:

- **non è ammesso diffondere report, prospetti, files (già compilati oppure da compilare) elaborati localmente** per divulgare e/o raccogliere informazioni e/o dati già disponibili oppure ricavabili dai sistemi informativi aziendali;
- **è vietato richiedere previsioni riguardanti la vendita di prodotti alla clientela;**
- sono **VIETATE le graduatorie e/o gli elenchi comparativi**. È ovvio che le posizioni organizzative di coordinamento dispongano dei dati di vendita dei prodotti, che da sempre sono disponibili ed estrapolabili dalle varie procedure ma non possono essere diffusi;
- **le riunioni di orientamento commerciale devono svolgersi in orario di lavoro**, devono tenere conto delle specificità dei lavoratori a tempo parziale ed essere convocate con adeguato preavviso. Sono fatte salve eventuali necessità straordinarie (è ovvio che in questi casi deve essere autorizzato il lavoro straordinario dei colleghi convocati).
- **non è ammesso predisporre e diffondere materiale ad hoc relativo a prodotti/servizi che non rivesta carattere di ufficialità**

In questa Circolare si indica l'utilizzo della procedura *YouDesk* quale agenda elettronica attraverso la quale i colleghi, utilizzandola, troveranno un supporto operativo per la gestione degli appuntamenti con i clienti, indicando gli argomenti trattati di volta in volta. Ribadiamo che questo **NON IMPLICA ALCUN OBBLIGO RISPETTO AL NUMERO DEGLI APPUNTAMENTI/INCONTRI** che il collega possa o meno avere con la clientela. La *netiquette* prevede che i contatti aziendali (telefono, mail, ecc), devono essere improntati al rispetto della normativa vigente, anche in materia di orario di lavoro, evitando gli abusi, l'eccessiva frequenza e le ripetizioni, nel pieno rispetto del diritto alla disconnessione.

A tal proposito, ricordiamo la valenza delle segnalazioni su i vari territori, **SEGNALAZIONI ANONIME**, che ci possono aiutare a far rispettare i vari Accordi, nonché la Circolare stessa.

Segnalate ai vostri RSA i vari temi o contattate i membri della commissione politiche commerciali della Uilca (Loris Buso buso.loris@gmail.com e Gianmaria Borghi bborgh@tiscali.it).

Si è vero. Le pressioni non sono ancora cessate. Ma insieme possiamo ricondurle in un ambito vero di *politiche commerciali*. Abbiamo combattuto per avere gli strumenti. Ora ogni giorno dobbiamo esigere il rispetto degli Accordi per dare il giusto valore ai principi di tutela e dignità dei nostri lavoratori. La Uilca c'è. E Voi con Noi.