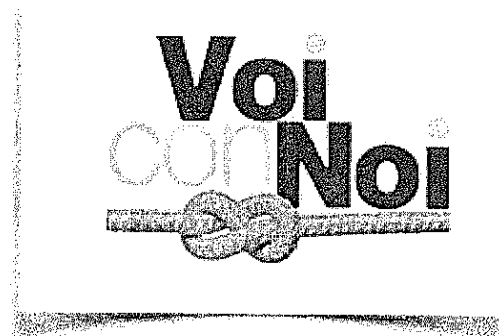




BANCO BPM



POLITICHE COMMERCIALI ED ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

In data 21 dicembre scorso abbiamo finalmente firmato l'accordo in materia di Politiche Commerciali e Organizzazione del lavoro (allegato) che dà applicazione a quello dell'8 febbraio del 2017, data in cui le Organizzazioni Sindacali con ABI hanno sottoscritto quello nazionale, con lo scopo di migliorare il clima aziendale ponendo massima attenzione ai comportamenti e al linguaggio spesso usati nei rapporti con la rete, e che sovente venivano utilizzati per creare pressione sui gestori e ottenere performance superiori.

L'Accordo nazionale, impostato su di un livello molto alto, non si occupava però di normare i comportamenti, bensì di indicare i temi da sviluppare nell'ambito degli accordi aziendali. Il nostro norma quindi non solo l'iter riguardante le segnalazioni relative alle pressioni commerciali, ma soprattutto gli atteggiamenti e i comportamenti permessi e quelli invece vietati.

E ci troviamo a malincuore a sottolineare in questa fase soprattutto quest'ultima parte. Perché prima di darvi una sintesi del contenuto dell'accordo, abbiamo già qualcosa da dire al riguardo.

In attesa della divulgazione dello stesso a cura dell'azienda "mediante la pubblicazione sul portale aziendale e/o tramite qualsiasi altro mezzo si ritenga opportuno" ci giungono voci estremamente preoccupanti. Nei primi giorni dell'anno infatti risultano già interpreti fantasiosi di politiche commerciali che, del tutto incuranti non solo di detto accordo e della sua importanza, ma soprattutto di quel rispetto dovuto ad ogni lavoratore che prima di tutto è una persona, minacciano di provvedimenti di trasferimento e/o altro i colleghi, usando spesso termini assolutamente non leciti, quale "stimolo" al raggiungimento dei budget.

Speriamo di esserci sbagliati e che tanti colleghi abbiano capito male.

Quindi lasciamo la denuncia circostanziata all'organismo competente e vi diciamo passo passo il contenuto dell'accordo.

Per prima cosa, come tracciato nella lettera del 28 giugno 2018, (allegata) si va a distinguere quali sono i comportamenti corretti e quali non devono essere tenuti.

Ricordiamo che la sottile linea di demarcazione fra pressioni commerciali e corretta attenzione commerciale sta nella frequenza, nei toni e nell'intensità.

Secondariamente l'Accordo interno si occupa di declinare i punti fondamentali dell'Accordo nazionale dando indicazioni chiare circa l'applicazione e l'esigibilità di norme e comportamenti.

1) Comunicazione interna (Articolo 5 dell'Accordo Nazionale).

Non si potranno più predisporre *in casa* format, file excel etc. per il rilevamento ed il monitoraggio della produzione. Sarà permesso esclusivamente l'utilizzo di quei dati che posso essere ricavati dal sistema

informativo della Banca, al fine di evitare richieste ridondanti da parte di Direzioni Territoriali, Aree Commerciali e Filiali (considerate, per esempio, le richieste continue riguardanti gli appuntamenti fissati). Alla stessa stregua, questo deve riguardare le richieste telefoniche oltre a quelle scritte.

Sono stati ben chiariti i **comportamenti vietati**

- Classifiche e graduatorie sia riferite ai singoli che al complesso della filiale;
- Previsioni di vendita;
- Comunicazioni dirette a singoli o gruppi contenenti richieste di vario genere che possono essere ricavate dal sistema intranet;
- Predisposizione materiale relativo a prodotti/servizi che non sia quello ufficiale;
- Comportamenti difformi od elusivi dall'accordo sia nostro che quello nazionale.

È stato poi ribadito che le riunioni di orientamento commerciali dovranno essere svolte in orario di lavoro, come previsto dal CCNL (tenendo conto della specificità dei lavoratori a tempo parziale).

Abbiamo anche allegato all'Accordo interno del Gruppo Banco-Bpm un vademecum sulla comunicazione commerciale efficace, dove si ribadisce il concetto del rispetto del lavoratore e suggerisce di evitare forme comunicative sensazionalistiche come per esempio l'uso di grassetti e/o maiuscoli.

2) Segnalazioni (Articolo 6 dell'Accordo Nazionale).

Le segnalazioni di comportamenti non conformi all'Accordo in oggetto saranno effettuate attraverso un apposito modulo dai membri della Commissione paritetica per le Politiche Commerciali, saranno totalmente anonime, verranno condivise dai Commissari ed indirizzate alle Relazioni Industriali da un portavoce, al fine di evitare che si possa risalire al Commissario che ha fatto la segnalazione garantendo così la massima riservatezza al collega.

3) Formazione (Articolo 4 dell'Accordo Nazionale):

La Commissione paritetica per le Politiche Commerciali potrà segnalare alla Commissione formazione eventuali necessità formative e opportunità di sviluppo connesse a profili normativi o comportamentali finalizzati ad una corretta ed efficace attività commerciale.

4) Budget e sistema incentivante (Articolo 3 e 8 dell'Accordo Nazionale):

I Budget commerciali dovranno essere assegnati entro il mese di aprile di ogni anno, mentre il Sistema Incentivante dovrà essere discusso entro un mese dalla delibera da parte dell'Assemblea dei soci.

E' evidente come i Budget commerciali ed il Sistema Incentivante, se non chiari e comprensibili, possono diventare uno strumento di pressione commerciale.

5) Stress da lavoro correlato:

Nelle premesse all'Accordo troverete un importante passaggio sulla correlazione fra pressioni commerciali e *stress da lavoro correlato*.

Per qualsiasi approfondimento i quadri sindacali della nostra organizzazione sono a vostra disposizione (le vostre segnalazioni potranno essere inviate ai commissari della UILCA: Loris Busto buso.loris@gmail.com e Gian Maria Borghi bborghi@tiscali.it).

Concludendo: confidiamo sia chiara a tutti l'importanza dell'accordo raggiunto su cui le Organizzazioni Sindacali hanno lavorato per mesi e soprattutto speriamo di aver fatto definitivamente chiarezza anche per coloro che nei primi giorni dell'anno hanno messo in atto libere interpretazioni non lecite, su cui vigileremo sempre.

Accordo in materia di Politiche Commerciali e Organizzazione del lavoro

Milano, 21 dicembre 2018

Tra

il Banco BPM in qualità di Capogruppo, anche in nome e per conto delle Società del Gruppo

e

la Delegazione Sindacale del Gruppo Banco BPM costituita dalle OO.SS. Fubi, First-Cisl, Fisac-Cgil, Uilca e Unisin Falcri Silcea Sinfub

premessi che

- in data 8 febbraio 2017 è stato siglato l'Accordo Nazionale su politiche commerciali e organizzazione del lavoro;
- il richiamato Accordo Nazionale, che trova integrale applicazione e che viene allegato al presente accordo, costituisce la cornice normativa contrattuale alla quale le Parti intendono fare riferimento sulla tematica delle politiche commerciali e dell'organizzazione del lavoro;

le Parti convengono quanto segue.

Art. 1 Premesse

Le premesse costituiscono parte integrante del presente accordo.

Art. 2 Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del lavoro

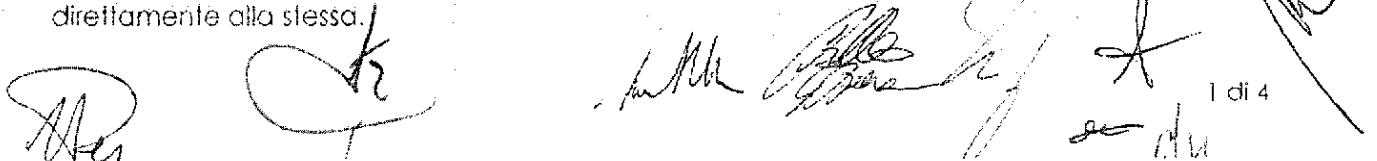
Le Parti si danno atto che le politiche commerciali adottate e le scelte organizzative possono avere riflessi sui rischi psico-sociali del lavoro, ivi compreso lo stress lavoro correlato e condividono la necessità che l'azienda mantenga nel tempo un'organizzazione del lavoro atta a prevenire i rischi suddetti.

Le Parti, confermando i contenuti tutti dell'Accordo Nazionale sottoscritto in data 08.02.2017 su Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro, si danno atto che i principi, gli obiettivi ed i valori in esso declinati, devono trovare applicazione nelle politiche commerciali e nella correlata organizzazione del lavoro.

Al fine di dare omogeneità rispetto al suddetto Accordo Nazionale la Commissione paritetica di Gruppo in tema di sviluppo sostenibile e politiche commerciali viene ridenominata in "Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro" (di seguito "Commissione") deputata a esercitare tutte le funzioni di cui all'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017.

Tale Commissione è composta da due componenti per ciascuna Organizzazione Sindacale che abbia una Delegazione Sindacale di Gruppo regolarmente costituita e da componenti di espressione aziendale compreso il Referente Aziendale, individuato ai sensi dell'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017, che sarà componente permanente della Commissione.

Eventuali modifiche dei nominativi della Commissione dovranno essere comunicate direttamente alla stessa.



1 di 4

La Commissione si riunisce con cadenza trimestrale o, in casi di eccezionalità e urgenza, su richiesta di una delle Parti, anche anticipatamente rispetto alla cadenza prevista e comunque non oltre il termine massimo di 10 giorni dalla richiesta.

All'interno della Commissione vengono individuati due Coordinatori, uno di parte aziendale e uno di parte sindacale, cui è attribuita la funzione di assicurare l'operatività della commissione stessa svolgendo le attività di:

- convocazione delle riunioni;
- predisposizione degli ordini del giorno;
- predisposizione e aggiornamento di un registro delle segnalazioni pervenute e analizzate dalla Commissione nel quale verranno riportati sinteticamente gli argomenti trattati e gli esiti delle valutazioni emerse.

Come previsto dall'Accordo Nazionale, il Referente aziendale avrà la facoltà di richiedere il supporto delle funzioni aziendali competenti nelle singole materie esaminate.

Art. 3 Monitoraggio e stile comunicativo

Fermo restando il rispetto delle norme vigenti, i prospetti informativi per la clientela e le comunicazioni interne a supporto dell'attività commerciale dovranno attenersi a principi di chiarezza ed esaustività e dovranno essere tempestivamente resi disponibili alla rete commerciale attraverso i canali istituzionali con congruo anticipo rispetto alla data di commercializzazione.

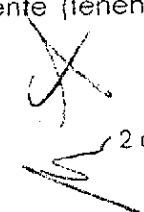
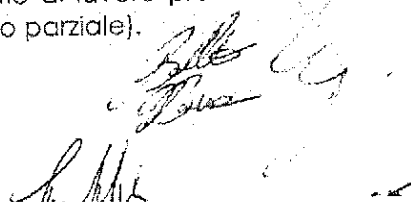
In particolare:

- il monitoraggio e la comunicazione dei dati e dei risultati commerciali, rispetto al raggiungimento degli obiettivi assegnati, saranno effettuati esclusivamente attraverso il sistema informativo aziendale sulla base di standard definiti a livello centrale; ciascuna filiale sarà informata del proprio livello di produzione anche in relazione ai valori dell'Area di appartenenza e alle restanti filiali di riferimento prive di identificativo;
- le informazioni necessarie all'operatività giornaliera di ciascuna filiale saranno convogliate nelle sezioni dedicate della intranet aziendale, evitando richieste di informazioni alle filiali stesse o a singoli colleghi, al fine di non creare inutili aggravii di carichi di lavoro nonché disomogeneità, ridondanza e duplicazioni delle informazioni.

Conseguentemente non sono ammessi:

- graduatorie e/o elenchi comparativi, nominativi e/o tra filiali/unità operative, salvo quelle riservate alle posizioni organizzative di coordinamento con la finalità di individuare i punti di forza e le aree di miglioramento;
- richieste di previsioni riguardanti la vendita di prodotti alla clientela;
- comunicazioni dirette a singoli o a gruppi di colleghi contenenti richieste di informazioni e dati relativi all'attività commerciale se disponibili o ricavabili dai sistemi informativi aziendali;
- la predisposizione e diffusione di materiali ad hoc relativi ai prodotti e/o servizi che non rivestano i caratteri di ufficialità;
- comportamenti difforni o elusivi da quanto stabilito nel presente accordo e nell'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017.

Le riunioni di orientamento commerciale devono essere convocate con adeguato preavviso e svolgersi nel rispetto delle norme sull'orario di lavoro previste dal CCNL vigente (tenendo conto delle specificità dei lavoratori a tempo parziale).



I sistemi incentivanti e le eventuali iniziative commerciali dovranno essere declinati in coerenza con i principi contenuti nell'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017 e nel presente accordo, in linea con il modello commerciale adottato dalla banca, che prevede valorizzazione del lavoro di squadra e la centralità del cliente. Di norma entro il primo quadrimestre di ogni anno dovrà essere comunicato alle strutture interessate il budget annuale, mentre il sistema incentivante dovrà essere comunicato alle OO.SS. entro la fine del mese successivo a quello della delibera assembleare sulle politiche di remunerazione. Resta inteso che le comunicazioni alle strutture interessate dovranno avvenire secondo una corretta modalità di relazione e utilizzando il sistema informativo aziendale allo scopo predisposto.

I contatti aziendali (ad es. telefonate, mail o altri strumenti di comunicazione) dovranno 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. Le Parti richiamano i principi contenuti nell'allegato 1 "Indirizzi per una comunicazione commerciale efficace".

Art. 4 Esigibilità

Fermo quanto stabilito dall'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017, ai fini del funzionamento della Commissione viene previsto quanto segue:

- la componente sindacale della Commissione, per tramite del proprio Coordinatore, sottoporrà alla Commissione stessa le segnalazioni pervenute dai lavoratori attraverso la compilazione di un modello standard che riassume le informazioni necessarie alle successive verifiche (allegato 2);
- la componente sindacale della Commissione avrà a disposizione uno specifico indirizzo mail al quale indirizzare le segnalazioni, ovvero al quale anticipare le tematiche da sottoporre ed eventualmente esaminare in sede di Commissione;
- la Commissione analizza le segnalazioni pervenute e le suddivide per classi di omogeneità sulla base della tipologia di comportamento agito e del livello di diffusione dello stesso anche per ambito territoriale;
- nell'ambito della successiva riunione l'Azienda comunica alla Commissione l'adozione delle eventuali "misure" di natura organizzativa e gestionale adottate in relazione alla tipologia di anomalia che potranno essere oggetto di valutazione da parte della Commissione medesima.

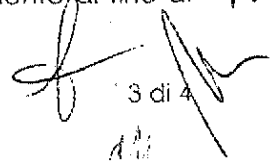
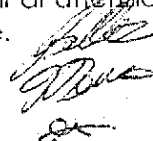
Le Parti si impegnano, ferme e impregiudicate le prerogative sindacali, ad indirizzare alla Commissione le eventuali segnalazioni - anche quelle non risolte in sede locale - che dovessero emergere in tema di politiche commerciali.

La Commissione potrà evidenziare prassi aziendali particolarmente positive relative a comportamenti efficaci sul piano commerciale e attente alla valorizzazione delle professionalità.

Le Parti richiamano il contenuto della comunicazione aziendale del 28 giugno 2018, avente per oggetto "Politiche Commerciali".

Art. 5 Formazione

La Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro potrà segnalare alla Commissione Formazione eventuali necessità formative e opportunità di sviluppo connesse a profili normativi o comportamentali ritenute meritevoli di attenzione e investimento al fine di favorire una corretta ed efficace attività commerciale.



Art. 6 Clausola di riservatezza

Le informazioni trattate nell'ambito della Commissione si caratterizzano per un elevato grado di riservatezza.

Pertanto, la gestione delle informazioni ivi trattate deve essere improntata al principio di reciproca responsabilità e riservatezza.

Art. 7 Divulgazione

L'Azienda, anche nell'ottica di favorire un positivo clima aziendale e di diffondere le conoscenze atte a garantire il corretto utilizzo degli strumenti di supporto all'azione commerciale, si impegna a diffondere il testo del presente accordo mediante la pubblicazione sul portale aziendale e/o tramite qualsiasi altro mezzo si ritenga opportuno.

Art. 8 Durata

Il presente accordo ha validità fino al 31 dicembre 2020. Esso potrà comunque essere oggetto di revisioni in occasione di eventuali variazioni del quadro normativo contrattuale di riferimento, ferma la garanzia di applicazione dell'Accordo Nazionale 8 febbraio 2017 finché vigente.

Banco BPM
anche in qualità di Capogruppo

Delegazione Sindacale - Gruppo Banco BPM

FABI

FIRST-CISL

FISAC-CGIL

UILCA

UNISIN

FALCRI

SILCEA

SINFUB



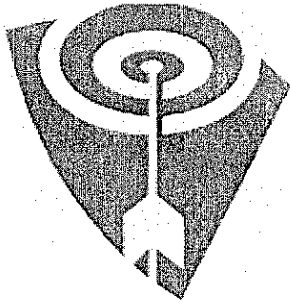
INDIRIZZI PER UNA COMUNICAZIONE COMMERCIALE EFFICACE

[Handwritten signatures]

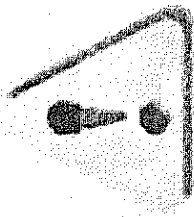
Allegato 1 all'Accordo in materia di Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro del 21 dicembre 2018

[Handwritten signature]

FINALITA'



Orientare e supportare la Rete Commerciale nel raggiungimento di specifici obiettivi commerciali



Attenzione a non far percepire utilizzi (al di là dell'intenzione di chi comunica) "vessatori". Non si raggiungerebbe il fine, anzi si genererebbe demotivazione

[Handwritten signature]

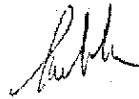
BANCO BPM

MR. [Handwritten signature]

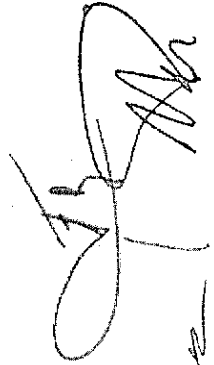
[Handwritten signature]

DARE SUPPORTO CON.....

- a) Messaggi chiari e omogenei
- b) L'abilità nell'affrontare le criticità
- c) Uno stile comunicativo adeguato



BANCO BPM



MESSAGGI CHIARI ED OMOGENEI.....

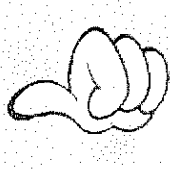
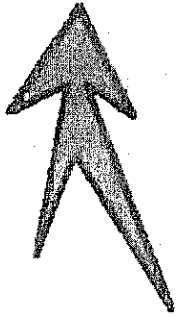
- Esistono molteplici canali “ufficiali” di informazione commerciale (portale, OdS, Circolari) da utilizzare: sono gestiti secondo procedure consolidate e rappresentano inequivocabilmente la “voce” della Banca.
- Esistono anche le “mail”, che sono facili, immediate, capillari e proprio per questo con un rischio insito di farle percepire come la “voce” di colui che le invia. Bisogna allora evitare che risultino estemporanee o interpretazioni personali, ma restino un efficace canale di comunicazione anch’esso inequivocabilmente riconoscibile come “voce” della Banca.


BANCO BPM

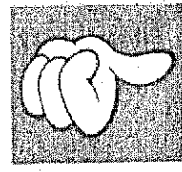


L'ABILITA' DI AFFRONTARE LE CRITICITA'

L'obiettivo è dare riscontro agli interessati del loro posizionamento rispetto agli obiettivi, verificando le eventuali criticità e individuando di conseguenza eventuali azioni a supporto



Comunicazioni "mirate" alla singola realtà



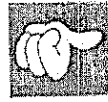
No a critiche pubbliche di performances di singoli

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

BANCO BPM

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
ANC *[Handwritten signature]*

STILE COMUNICATIVO... ESEMPI DI COMPORTAMENTO INEFFICACE



Sottolineare con forza le performances negative di alcuni in mail indirizzate a tutti



Abusare di toni o frasari da competizione: "battaglie", "guerre", cronache in tempo reale di "finali ... della vita"



Uso e abuso di grassetti, sottolineati, punti esclamativi, corpi carattere di eccessiva grandezza



Frequenza esasperata di comunicazioni sul medesimo argomento



Generalizzazioni commerciali su argomenti "sensibili" dal punto di vista normativo (MIFID, investimenti, polizze, ecc.)


M. F.  **BANCO BPM**
 M.R. 

GLI STRUMENTI UFFICIALI: UN'OPPORTUNITA'

- Gli strumenti messi a disposizione (ad es. YouDesk) servono ad affinare e sostenere l'azione commerciale di ciascun gestore, con focus sul portafoglio gestito
- Ciò rende possibile anche ai referenti commerciali di Area e di Sede di prendere visione, al pari dei singoli gestori, di eventuali criticità legate ai singoli portafogli e individuare, assieme al gestore, possibili soluzioni



E' pertanto uno strumento efficace per l'analisi commerciale ed il supporto formativo, oltre che per il normale monitoraggio dei risultati raggiunti



Non è uno strumento finalizzato alla pressione commerciale

MA

BANCO BPM

MC *Banco BPM* *MA*

MODULO DI SEGNALAZIONE

Spett.le
Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro

Tematiche e ambiti della segnalazione:

- o attività commerciale
- o reportistica
- o formazione
- o comunicazione informazioni
- o altro

Descrizione della segnalazione:

.....
.....
.....
.....
.....

Ambito Territoriale:

Frequenza dell'evento:

Allegati a supporto:

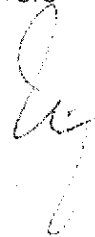
.....
.....
.....

Luogo e data,



Firma componente sindacale
Commissione Politiche Commerciali e
Organizzazione del Lavoro

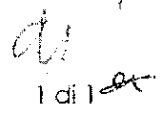











1 di 1

Milano, 28 giugno 2018

Oggetto: *POLITICHE COMMERCIALI*

In occasione dei road show e dei diversi incontri a livello di Direzioni Territoriali e di Aree susseguitsi in concomitanza e successivamente all'avvio del nuovo modello commerciale, come noto, sono stati dedicati ampi momenti di approfondimento relativi al funzionamento e alle modalità applicative del modello stesso, nell'ottica di supportare una corretta, sana e sostenibile crescita del Gruppo Banco BPM.

Ciò premesso, con riferimento alla necessità di orientare e supportare in modo efficace la Rete Commerciale nel raggiungimento degli obiettivi, si ritiene opportuno richiamare nuovamente la Vostra attenzione su alcuni profili rilevanti sul piano della comunicazione e dei comportamenti per tutti coloro che, secondo il modello commerciale della Banca, hanno a vario livello responsabilità di indirizzo e coordinamento.

E' necessario guidare l'azione commerciale attraverso:

- l'utilizzo dei canali ufficiali di informazione e monitoraggio commerciale di cui il Gruppo è dotato;
- una comunicazione efficace e uno stile improntato al rispetto dei colleghi e dei clienti.

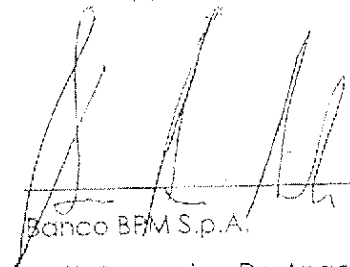
Le informazioni di carattere commerciale devono essere divulgate attraverso i canali istituzionali di comunicazione, quali ad esempio le circolari e le sezioni dedicate del portale aziendale. E' quindi vietata la predisposizione di presentazioni di prodotti diverse da quelle ufficiali.

Gli strumenti di rendicontazione commerciale messi a disposizione dalla Banca servono a sostenere e ad orientare l'azione commerciale di ciascun gestore. La pubblicazione dei dati ufficiali garantisce trasparenza e fornisce riscontro agli interessati dei risultati del proprio lavoro. Nel rispetto delle competenze dei ruoli previsti dal modello, coloro che hanno responsabilità di coordinamento possono quindi prendere visione, al pari dei singoli gestori, di eventuali criticità legate ai portafogli e individuare, insieme al gestore, possibili soluzioni. L'impiego di strumenti non ufficiali come pure la stigmatizzazione di comparazioni individuali non aiutano a diffondere l'adozione di comportamenti corretti.

Lo stile comunicativo - ad ogni livello - deve utilizzare contenuti, modalità e toni rispettosi della professionalità dei colleghi e della normativa, evitando messaggi che rischiano di demotivare ovvero comunicazioni ripetute con frequenza esasperata sul medesimo argomento, con l'uso di toni o frasi non appropriati.

Certi che abbiate piena consapevolezza delle responsabilità richieste da una azione commerciale corretta ed efficace, Vi chiedo di condividere con i Vostri collaboratori i contenuti della presente comunicazione e rimango a disposizione per eventuali approfondimenti.

Cordiali saluti.



Banco BPM S.p.A.

Dotti, Domenico De Angelis