BPER: una riunione non si nega a nessuno

All'inizio del mese di luglio c'è stata l'iniziativa di una delle aree del nostro territorio di convocare tutti i dipendenti di alcune filiali per volta arrivando poi a coinvolgere tutta l'area, subito dopo l'orario di sportello, presso alcune sedi (l'area, filiali). La comunicazione mandata all'indirizzo di direzione di filiale prevedeva un calendario di riunioni dove partecipavano le filiali convocate e i colleghi dell'area; l'argomento era l'andamento commerciale dell'area.

Successivamente è giunta la comunicazione del rinvio a data a destinarsi dell'iniziativa.

La scelta del momento (mese di luglio), il convocare l'intera filiale, l'orario di convocazione alle 16,30, ecc..., ponevano una serie di problemi gestionali ed operativi. Inoltre la motivazione appariva quantomeno discutibile.

E **grazie alla segnalazione di alcuni di voi** è stato possibile per il sindacato poter ragionare con l'azienda su questo argomento.

Lo diciamo subito: in azienda le riunioni sono un momento molto frequente.

Rimaniamo perplessi sulla loro **utilità** in rapporto a tale frequenza e agli argomenti affrontati, ma tant'è...

E' continua la risposta dall'altra parte del telefono, sia che si chiami in uffici interni sia che si chiami in filiale, sentirsi rispondere che il collega è in riunione. Ritornando alla nostra questione di area, è indubbio che sempre più parte della nostra attività nelle filiali è occupata da quella commerciale, o meglio l'attività commerciale è cambiata; una volta un mutuo era attività commerciale, ora no, non proprio, **lo è se si è anche "venduta" una polizza assicurativa insieme al mutuo**, per esempio.

Ora avrebbe più senso che, se la struttura di area ha la necessità di relazionarsi con le filiali, fosse essa, i colleghi ivi assegnati, a recarsi nelle rispettive filiali, attività peraltro che già svolgono.

Il secondo aspetto da evidenziare è la motivazione della convocazione: se le filiali con tutte le comunicazioni, solleciti, mail, telefonate, ecc , che quotidianamente ricevono non hanno ancora compreso com'è l'andamento dell'area anche la riunione potrebbe servire a poco.

A meno che non serva a ribadire, ripetere, concetti già espressi, a **voler sottolineare l'insufficienza dell'impegno finora espresso**. Ecco anche su questo aspetto noi non siamo d'accordo: intanto **l'impegno è rilevante, in qualche caso eccessivo**.

Forse ad essere valutati insufficienti sono i risultati.

Rispetto a quest'ultimi, essi sono stati stabiliti in base al risultato economico che si voleva ricavare, **senza tenere in considerazione quelle che potevano considerarsi le potenzialità** rispetto alla clientela, la piazza, le esigenze che da tale territorio emergono. Aggiungiamo che i risultati di tale attività attengono, per i dipendenti, a remunerazioni incentivate, considerato che è un'attività che si aggiunge al resto del lavoro quotidiano, affatto cessato o ridotto, solo molto meno remunerativo appunto. Per poter essere commercialmente competitivi occorre che gli incentivi non siano solo economici ma anche di crescita professionale: viceversa **un atteggiamento sanzionatorio, denigratorio, difficilmente può rivelarsi motivante**.

All'interno di tale cornice, pensare di ottenere un ulteriore risultato intervenendo a sollecitare, e in sostanza a **sminuire l'impegno e il lavoro profuso**, a noi sembra contraddittorio se non addirittura controproducente. Il meccanismo del sollecitare costante, senza intervenire realmente sulle priorità, **funziona solo nel breve periodo**. Quando il periodo si protrae **gli effetti sono contrari** in

quanto emergono tutte quelle necessità che erano state accantonate.

Occorrerebbe tendere verso un reale efficientamento aziendale che inizi dalle funzioni centrali, da mettere al servizio, a supporto della rete, quest'ultima intesa come cuore per la creazione di ricchezza aziendale. Occorre ripartire dalle attività tipiche del nostro settore, la raccolta e gli impieghi.

Per tutto ciò occorre avere iniziativa d'impresa, sperimentare e investire, per intercettare l'esigenza del cliente, nel dare le soluzioni più adatte e funzionali sempre alle necessità del cliente.

Il cliente va inteso come portatore di esigenze a cui la nostra attività, il nostro lavoro, può dare delle risposte, delle soluzioni. In questo modo si valorizza anche la professionalità e si riesce a svolgere una funzione sociale. Diversamente si rincorrono risultati sempre più in salita, di breve periodo, sempre più occasionali, che considerano la base di partenza, di misurazione e di valutazione, il risultato parziale del giorno prima e non l'attività nel suo complesso ottenendo – a tendere – **la desertificazione del panorama economico che ci circonda.**

E noi, e siamo convinti nemmeno l'azienda, questo non lo vogliamo

Anna Trovato

Segretaria Organizzativa Fisac/Cgil BPER Banca