



SEGRETERIE ORGANI DI COORDINAMENTO DI FINDOMESTIC BANCA

## LA VALUTAZIONE COME STRUMENTO DI INDIRIZZO DELLE POLITICHE COMMERCIALI

L'obiettivo del percorso di trattativa sulle Politiche Commerciali e organizzazione del lavoro, che ci da l'Accordo di Settore, è l'individuazione di azioni e comportamenti che favoriscano lo sviluppo di politiche commerciali sostenibili, rispettose della dignità dei lavoratori e delle esigenze della clientela. Con l'Azienda ci siamo confrontati ed abbiamo analizzato tutto il processo di gestione delle prestazioni per capire se è coerente con le finalità dell'accordo stesso.

Premesso che, l'accordo nazionale recita: *“le Parti si danno atto che il mancato raggiungimento degli obiettivi quantitativi commerciali di per sé non determina una valutazione negativa e non costituisce inadempimento del dovere di collaborazione attiva ed intensa...”*, l'analisi che siamo andati a fare è sulla struttura stessa del nostro sistema valutativo. Ciò che viene trasmesso ai lavoratori è coerente con le finalità del suddetto accordo?

L'incontro con la Dhr ci ha permesso di entrare nei meccanismi delle schede di valutazione sia nella loro globalità, che nelle novità recentemente introdotte. Sono state, infatti, modificate le parti relative ai **Comportamenti di valore**, introducendo quattro nuove voci: **“Soddisfazione del cliente”**, **“Cultura della Compliance”**, **“Apertura”** e **“Agilità”**. Se le prime due voci appaiono facilmente comprensibili e coerenti con i principi cardine dell'accordo, è necessario un approfondimento su “apertura” e “agilità”. Per l'azienda l'intento, relativamente alla sezione “apertura”, è quello di valorizzare un approccio al lavoro aperto e quindi una disponibilità ad accogliere ed includere, e in quella denominata “agilità” andare a riconoscere la capacità di reazione ed adattamento alle trasformazioni, in particolare, alla trasformazione digitale da tempo in atto. Un'altra novità introdotta è la possibilità, facoltativa e sperimentale data ai manager, di **autovalutarsi**, il tutto atto a facilitare il confronto con il diretto responsabile, con l'obbiettivo di un maggior coinvolgimento nel processo di gestione delle prestazioni. Pur ritenendo queste novità un fattore positivo, riteniamo che tutto questo sia reso vano dal fatto che i “comportamenti di valore” sono marginali nella determinazione del giudizio di sintesi finale, infatti **incidono soltanto se negativi**, lasciando prevalentemente all'efficacia operativa la definizione del giudizio.

Dunque il confronto con la Dhr è proseguito proprio sull'efficacia operativa. Anche in questo caso lo strumento, per come è strutturato, appare equilibrato nella valorizzazione dei diversi aspetti del nostro lavoro, in quanto prende in esame la comprensione delle esigenze dei nostri clienti (elemento qualitativo), il rispetto delle normative di Compliance (elemento qualitativo) e la produzione



(elemento quantitativo). Quindi ci troviamo nuovamente davanti ad un esempio evidente di “azienda reale e azienda di carta”, in quanto c’è un evidente differenza tra teoria e pratica. **Ci chiediamo: come mai, se il sistema è impeccabile nella sua struttura, il percepito nostro e dei colleghi è che la valutazione di fine anno è (principalmente per i colleghi operativi) legata meramente ai numeri?**

Nella nostra azienda è evidente che **i contesti maggiormente commerciali sono costantemente pervasi dal quotidiano richiamo agli “obiettivi”**, siano essi giornalieri settimanali o mensili; un esempio tra tutti il multitabellone del Verde+ (la famosa “peperonata”!!!), uno strumento che, alla faccia dell'articolato processo della gestione delle prestazioni, valorizza solo ed esclusivamente la parte della produzione quantitativa, alimentando, anche in un momento di sovrapproduzione, com'è attualmente, un'insana corsa al *sovrabudget* che nasconde una scarsa attenzione alle norme deontologiche ed una mancanza di ascolto delle reali esigenze della clientela, con tutti i rischi che ciò comporta per il lavoratore e per l'azienda...

Da tempo, come rappresentanze sindacali aziendali, chiediamo l'eliminazione di questi tipi di “strumenti di animazione”, ritenendoli elementi distorsivi di corrette Politiche commerciali, ma continuiamo, nella pratica, a riscontrare una resistenza da parte dell'azienda.

Allora perché non introdurre negli “strumenti di animazione”, anche elementi che valorizzino gli aspetti qualitativi? Cioè sistemi che diano peso e valore alla soddisfazione del cliente ?

Perché non valorizzare anche in questa sede gli aspetti relativi al rispetto delle norme Deontologiche?

Siamo convinti che sia indispensabile una crescita culturale in tal senso, che coinvolga profondamente l'azienda, ed è per questo che, passando dal confronto sulla formazione, al processo valutativo, abbiamo fatto proposte congrue ai principi condivisi sull'accordo, anche in base a quella che è la vera operatività. A seguito di ciò potremo valutare la reale volontà della nostra azienda rispetto a quanto detto. Il confronto proseguirà nei prossimi incontri nei quali analizzeremo come il sistema incentivante, ed i challenge, condizionino ed indirizzino il lavoro nei vari contesti aziendali.

Firenze 29/11/2017