



SINDACATO LAVORATORI COMUNICAZIONE

Segreteria Provinciale Messina

Viale Europa, is. 48

tel 090-694070

Mail: messina@slc.cgil.it

Sito internet: www.slccgilmessina.it

Poste Italiane S.p.A.

Dott. A. Foti - RAT Sud 2 Palermo

Dott. M. Buccafusco - RUR Sud 2 Palermo

Dott. C. Alessandrini - RI Sud 2 Palermo

Dott. S. Rizzo - Resp. Comm.le Imprese Sud 2

Dott. F. Rubino - Direttore Fil. Messina 1

Dott.ssa C. Mizzi - Direttore Fil. Messina 2

Segreteria Nazionale SLC-CGIL Roma

Oggetto: Pressioni commerciali e “modalità” di utilizzo di metodologie motivazionali.

“Il 22 ottobre scorso Azienda e Organizzazioni Sindacali hanno siglato un Protocollo d’intesa sulle modalità di svolgimento della proposizione commerciale. Tale protocollo richiama e completa i principi e regole di comportamento già definiti nel Codice Etico del Gruppo Poste Italiane e affermati nelle intese in materia di Responsabilità Sociale d’Impresa.” Inizia così l’ultimo numero, il 21 per l’esattezza, di Azienda News; la Newsletter di Poste Italiane che raggiunge tutti i dipendenti, e ribadiamo tutti e sull’intero territorio nazionale; questo avviene a prescindere dal ruolo che si ricopre in azienda, capi compresi (consigliamo a tutti di leggere l’intero accordo, per molti è utilissimo).

Immaginiamo che la capillare diffusione, con cui Poste ha deciso di utilizzare questo importante strumento di comunicazione, ha per obiettivo quello di far conoscere, con la visione e l’angolazione aziendale, gli accordi sottoscritti e le finalità che questi hanno.

Accade sempre con maggiore frequenza che un attimo dopo che i protocolli vengono siglati, questi siano superati da “esigenze” e da “interpretazioni” aziendali unilaterali, facendoli diventare, in pratica, solo dei fogli di carta che, di fatto, non hanno quel valore pratico ed operativo che auspicheremmo come O.S. .

Ci riferiamo a tutte le comunicazioni che quotidianamente giungono ai DUP, ai colleghi delle sale consulenza, ed a tutti coloro che, a vario titolo, operano all’interno del settore commerciale; analogamente comportamenti simili accadono durante le riunioni (a tutti i livelli, in questa regione così come in ogni singola provincia), sia che queste avvengano in aula che in videoconferenza.

Di recente si sono verificati episodi spiacevoli causati da capi nei confronti di colleghi. Questi metodi non hanno nulla a che vedere con obiettivo il migliorare la proposizione commerciale o le tecniche di vendita; piuttosto questi “capi”, con questi atteggiamenti da Kapò, evidenziano tutti i limiti nel gestire le risorse a cui fanno riferimento. L’effetto ottenuto è quello di non trasferire motivazione a chi ne avrebbe necessità e, nel contempo, demotivare coloro che hanno volontà e spirito d’azienda.

Sicuramente questi solerti “capi” non hanno ancora letto l’accordo in argomento; questo, in un passo, recita espressamente per come riportato da Azienda News: **“In particolare l’Azienda, nella definizione dei programmi commerciali, ha confermato l’impegno ad individuare obiettivi raggiungibili, che saranno portati a conoscenza del personale con tempestività e trasparenza. Inoltre, il personale preposto a funzioni di pianificazione, coordinamento e controllo delle attività di vendita dovrà svolgere, nei confronti del personale operativo, azioni propositive, di stimolo e coinvolgimento, per favorire il raggiungimento degli obiettivi assegnati”** tutto il contrario di ciò che abitualmente accade.

Spesso l’Azienda utilizza esempi di squadra; farebbe bene a dare seguito agli esempi. Quando una squadra di calcio non ha i risultati attesi non si cambiano i giocatori, ma l’allenatore; se qualche allenatore non ha risultati, o peggio non comprende il proprio ruolo, piuttosto che imputare i sui fallimenti alla squadra farebbe bene ad andare via e provare a fare dell’altro.

Ci auguriamo di non dover tornare, come spesso accade, sull’argomento.

Messina, 06 dicembre 2013.

Il Segretario Generale

(G. Di Guardo)