



Bergamo, 20 febbraio 2012

“ANCORA PRESSIONI COMMERCIALI?”

Sono trascorsi più di due mesi dall'ultimo incontro del Comitato Bilaterale Politiche Commerciali, un tavolo in essere al Credito Bergamasco per affrontare in modo congiunto, quindi tra azienda e sindacati, la macro-tematica delle politiche commerciali intraprese e le loro conseguenze sui lavoratori in termini di pressioni, stile delle comunicazioni, coerenza con normative di settore ecc.

Era appunto il due dicembre quando la banca ci ha presentato una sorta di “decalogo” contenente gli indirizzi per una comunicazione commerciale efficace, **dichiarando nero su bianco, per esempio, di non volere esasperare la frequenza delle comunicazioni sul medesimo argomento, di non sottolineare le performances negative di alcuni in mail indirizzate a tutti, di non abusare di toni o frasari da competizione.**

Crediamo pertanto che a distanza di due mesi **occorra fare il punto della situazione su quanto questi impegni formali da parte della direzione retail e corporate si siano tradotti in corrispondenti pratiche vissute nella quotidianità lavorativa e nel rapporto tra i vari livelli aziendali.**

Vi invitiamo quindi a sottoporre ai vostri rappresentanti sindacali di fiducia tutte quelle mail o quelle situazioni che repute non in linea con lo spirito del protocollo sulle politiche commerciali e più in senso lato con il codice etico della nostra banca, che prevedono la qualità delle relazioni tra lavoratori e organi aziendali nel raggiungimento delle finalità aziendali.

Vi inviamo anche, contestualmente a questa comunicazione un breve questionario, che trovate sul retro, chiedendovi di compilarlo e restituircelo in modo da consentirci di capire meglio la situazione contingente. Una volta che ci restituirete le vostre opinioni le elaboreremo per non renderle riconducibili a persone o filiali specifiche e le faremo oggetto di confronto nel Comitato Bilaterale Politiche Commerciali al fine di ottenere le risposte del caso.



(FACOLTATIVO): *Filiale* _____ *Nome* _____ *Ruolo* _____

1) LA “VOCE DELLA BANCA” VIENE ESPRESSA TRAMITE MOLTEPLICI CANALI: CIRCOLARI DI SERVIZIO, PORTALE, MAIL, CODICI DI COMPORTAMENTO, VOCI DI REFERENTI-RESPONSABILI, ECC... SONO COERENTI TRA LORO TALI FONTI?

- SEMPRE
- A VOLTE
- QUASI MAI
- MAI

OSSERVAZIONI:

2) LA FREQUENZA DELLA COMUNICAZIONE (MAIL TELEFONATE) E' ASSILLANTE?

- SEMPRE
- A VOLTE
- QUASI MAI
- MAI

OSSERVAZIONI:

3) LO STILE DELLE COMUNICAZIONI E' ADEGUATO A VEICOLARE IL “GIUSTO” STIMOLO ALL'INIZIATIVA COMMERCIALE E RISPETTOSO DELLE PERSONE CUI SI RIVOLGE?

- SEMPRE
- A VOLTE
- QUASI MAI
- MAI

OSSERVAZIONI:

4) LE COMUNICAZIONI COMMERCIALI INCORPORANO CONTENUTI DI INFORMAZIONE TECNICO-FINANZIARIA?

- SEMPRE
- A VOLTE
- QUASI MAI
- MAI

OSSERVAZIONI:

5) VENGONO UTILIZZATI COME ELEMENTI DI PRESSIONE COMMERCIALE MINACCE ESPLICITE O VELATE (MINACCIA DI SPOSTAMENTO, MINACCIA DI PERDERE IL POSTO DI LAVORO, ECC.)?

- SEMPRE
- A VOLTE
- QUASI MAI
- MAI

OSSERVAZIONI:
