



#COMUNICARE

Anche una mail può cambiare la vita, almeno bancariamente parlando...

Dopo l'arrivo della comunicazione con la quale il CEO Messina ci ha informati sul "cambiamento rivoluzionario" che riguarderà l'intera struttura della Banca, con il nuovo modello di servizio, le notizie circa la relativa applicazione si sono fatte desiderare, per non dire che sono mancate del tutto.

Si tratta di un piano che, per l'ennesima volta, stravolge l'organizzazione del lavoro, ridefinisce le strutture gerarchiche, cambia i punti di riferimento e l'approccio al cliente.

Tutti i colleghi sono chiamati a uno sforzo personale e professionale straordinario.

Alla luce di ciò, e preoccupati dalle ricadute sul personale che comporterà la completa revisione dei processi organizzativi e operativi, abbiamo chiesto una comunicazione chiara e trasparente che accompagni tutte le fasi di sviluppo e realizzazione del progetto. Il progetto è partito, le informative no.

Le Filiali non hanno sinora ricevuta nessuna indicazione e/o rassicurazione circa gli organici, i ruoli, i portafogli, le diverse tempistiche e le nuove modalità operative.

Ma tant'è, siamo in una Banca dove "tutto è possibile" (non è questo, in sintesi, lo slogan della nuova campagna del Gruppo?) e, quindi, abbiamo poco da meravigliarci/lamentarci.

Giova forse ricordare ai nostri Dirigenti che - come loro stessi ci hanno evidenziato in una delle tante, colorate "pillole di saggezza" inviate sulla posta dei dipendenti - una buona comunicazione è alla base di un sano rapporto - personale e professionale -, e che la mancanza di informazioni non può che avere un impatto negativo sui dipendenti, sul loro umore e sulle relazioni con la Banca (cui, invece, si vorrebbe aumentare il senso di appartenenza) nonché con i clienti.

Temiamo che, come forse troppo di moda in questo periodo, si tenda a considerare il cambiamento, la "novità" come un valore in sé, dimenticando che lo stesso è positivo, e va senz'altro perseguito, se inteso come miglioramento, incremento, sviluppo, ma che a tal fine lo stesso va condiviso e compreso a tutti i livelli, perché (per rimanere

nell'ambito organizzativo) cambiare gli orari, le strutture, la logistica o semplicemente il nome del referente senza condividere il cambiamento, formare nuove professionalità, motivare i colleghi significa compiere l'ennesima operazione "di facciata", che finirà solo per indispettire ed allontanare ancora di più colleghi e clienti

Certo, si tratta di un *modus operandi* che in questo periodo va per la maggiore, ma questa è un'altra storia

Invitiamo, quindi, ancora una volta l'Azienda ad una maggiore chiarezza e tempestività nelle comunicazioni circa le dinamiche del progetto e le ricadute sui lavoratori, al fine di riportare al centro dell'attenzione la qualità della vita lavorativa nelle filiali e il riconoscimento delle professionalità dei colleghi, nonché dell'impegno e della passione che tutti i giorni gli stessi mettono nel proprio lavoro.

BANCO DI NAPOLI - LE RSA FISAC CGIL AREA CAMPANIA