

Nulla di nuovo sul fronte occidentale

Pochi giorni fa a Milano in occasione in una delle “Convention della Consumer” è andata in scena la brutta copia di una trama che spesso vediamo nei film americani dove si esalta il mercato e il facile arricchimento. Il responsabile della Consumer, con un linguaggio irrispettoso e spesso volgare, di fatto, ha scaricato sulle spalle delle lavoratrici e dei lavoratori la responsabilità di quota parte dei 70ml annui di perdita di generazione di cassa.

La trama del bastone e della carota, del con me o contro di me e dell’incutere la paura è una vecchia storia ed è sempre la stessa.

Dire che la divisione Consumer è un “letamaio”, una “latrina”, che “non avrò pietà per nessuno”, oltre ad essere arrogante non è rispettoso per chi ogni giorno si prodiga, tra mille difficoltà, per svolgere il proprio lavoro, anzi è umiliante ed ingiusto.

Le lavoratrici e i lavoratori del Caring in particolare, è da anni che, subiscono le conseguenze di scelte commerciali ed organizzative miopi e profondamente sbagliate che da tempo Rsu e Organizzazioni sindacali denunciano a tutti i livelli.

Su una cosa siamo d’accordo: la Consumer è il cuore di Tim. Non possiamo continuare a ragionare in divisioni singole: l’azienda o si salva tutta o tutta muore. E allora serve con umiltà sedersi attorno ad un tavolo, ascoltare prima di tutto chi ogni giorno è a contatto con il cliente, fornirgli le procedure, gli strumenti, programmi utili ed efficienti.

Non è più il tempo delle minacce, ma è tempo di collaborazione vera, dati reali ed obiettivi comuni. Vorremmo dire al responsabile: bene che non ci sia più l’assillo del tempo alla risposta, ma **per vendere-vendere-vendere serve qualità prima, durante e dopo**, gli annunci e gli slogan non bastano più.

Bisogna riconoscere alle lavoratrici e ai lavoratori la professionalità. Da sempre le Rsu assieme alle Organizzazioni Sindacali chiedono a quest’azienda di recuperare qualità del lavoro e soprattutto qualità verso il cliente attraverso le competenze e la preziosa collaborazione di chi conosce e fa questo mestiere da tempo. Insieme e solo insieme possiamo far sì che il marchio Tim ritorni ad essere il marchio che fa la differenza.

Vorremmo ricordare inoltre al nuovo responsabile che è nell’interesse di ogni lavoratrice e lavoratore avere un’azienda solida che fa utili perché solo un’azienda sana garantisce un salario dignitoso, a volte l’unico in famiglia. A nessuno interessa avvelenare i pozzi e nessuno sputa nel piatto in cui mangia!

Diciamo al responsabile della Consumer che tutte le lavoratrici e i lavoratori della divisione sono orgogliosi di far parte di quest’azienda e che ogni giorno nonostante le mille farraginose procedure si impegnano per risolvere i problemi della clientela e coprire i buchi organizzativi. La responsabilità morale la sentono e la vivono sulla propria pelle ogni giorno ed è per questo che nonostante tutto continuano e continueranno a dare il meglio di sé.