

Poste, intende razionalizzare la struttura operativa del Contact Center. L'azienda intende avviare nei prossimi mesi piani di ristrutturazione e parziale riconversione di personale.

Il 25 Febbraio l'azienda, in risposta alla specifica richiesta del sindacato, ha illustrato le linee di indirizzo della struttura del Contact center di Mercato Privati.

Il Contact center di Poste Italiane è strutturato in 12 siti (*i più rilevanti a Roma e Napoli*).

L'azienda, a fronte di una evidente crisi del settore, non sembra orientata ad indirizzare l'attività di Contact center quale fornitore di servizi nel mercato specifico, bensì ad inquadrarla nell'ottica preminente di un'utilizzazione a supporto dei servizi interni.

La mission dei Contact center vuole essere punto di riferimento nell'assistenza, nella cura e nell'ascolto del cliente interno (*Uffici Postali*) e del cliente esterno, con due anime distintive: essere centro di contatto a supporto dei processi di assistenza e di commercializzazione di prodotti e servizi orientati all'efficienza e alla garanzia di elevati livelli di qualità (*realizzato con personale Poste*) ed utilizzare partner in grado di offrire servizi e soluzioni di contact center integrati con l'offerta di Poste Italiane (*realizzato con personale outsourcer*).

L'azienda sta organizzando, attraverso una tempistica specifica, una razionalizzazione della capacità operativa interna dei Contact center verso servizi strategici a più alto valore aggiunto, esternalizzando su outsourcer qualificati i servizi interni a basso valore o quelli di mercato esterno, per incrementarne la marginalità, con gli obiettivi di valorizzazione delle risorse interne e dello sviluppo delle competenze e del recupero di efficienza con minori costi di erogazione.

I fattori attraverso cui si muove l'azienda sono - siti che erogano prevalentemente o in foto servizi che si intendono affidare in outsourcing al 100% come il 186 accettazione telegrammi (*attualmente localizzati a Bari e Milano*) - siti che erogano servizi quasi esclusivamente verso l'esterno (*Firenze*) che si concluderanno nel 2010 - siti con una connotazione minore e diseconomia (*es. Cagliari*).

L'azienda è quindi proiettata a conseguire benefici quali: Recupero di efficienza e minori costi di erogazione - Valorizzazione delle risorse interne e sviluppo delle competenze. L'incidenza dei costi aziendali è maggiore quanto minori sono le dimensioni dei siti (*immobili, risorse, strutture, ecc..., es. Bari e Cagliari*).

Il sindacato, a fronte delle notizie acquisite, ha espresso una forte critica verso la mancata progettazione di un'iniziativa di sviluppo del settore, per un concreto coinvolgimento delle OO.SS. ed i lavoratori nei piani, a fronte del disegno aziendale già espresso di avviare la riduzione del numero dei siti.

Abbiamo quindi chiesto una pausa di riflessione che consenta di verificare ogni possibile ricaduta di carattere economico e gestionale, anche e soprattutto nei confronti del personale dei Contact center.

Infatti si prospetta la riduzione/chiusura dei siti di Milano - Firenze - Bari - Cagliari, mentre viene segnalata una sovracapacità produttiva di alcuni siti dove si potrà fare uscire parte del personale verso ambiti/settori in sofferenza dal Contact center verso gli uffici postali (*esempio 25 risorse a Napoli da Contact center verso sportelleria U.P. ed ulteriori possibili riduzioni di 100 risorse nei vari siti*).

Siti Contact Center	Tempi di superamento dei siti (Data prevista).
MILANO	30 aprile 2010
FIRENZE	Fine commessa Comune di Firenze prevista il 10 giugno 2010
CAGLIARI	30 settembre 2010
BARI	30 aprile 2010