

Relazioni industriali moderne

Un gruppo di 150mila dipendenti che ha cambiato identità

39,1% **Sapere diffuso.** Presenza in Europa del modello di learning organization

4 mln **Record formazione.** Giornate-uomo erogate da Poste italiane ai dipendenti

«Nell'accordo raggiunto si parla di valori come formazione, crescita personale e merito»

Un gruppo di 150mila dipendenti che ha cambiato identità e diversificato il suo business, da traghettare nello scenario di liberalizzazione completa del suo settore che scatterà nel 2011. È una vicenda industriale inconsueta, forse inedita per l'Italia, quella di Poste Italiane, dove il contratto collettivo nazionale firmato in luglio ha la funzione dell'ultimo tassello decisivo e coerente di un puzzle che mette insieme strategia, risposte ai nuovi mercati e risorse umane. Qui però il gioco non si chiude, si apre. Claudio Picucci, direttore centrale Hr, non è presenzialista sui giornali, ma ci tiene a sottolineare la portata innovativa dell'accordo raggiunto.

Un grande contratto collettivo che giunge alla firma senza un giorno di sciopero, per di più armonizzandosi con il processo di rinnovamento già condotto dall'azienda con altri strumenti è una bella notizia e insolita di questi tempi, così avari di novità per le relazioni industriali.

Il contratto per noi è uno strumento strategico che si aggiunge al kit che i manager di Poste italiane hanno a disposizione in una visione in cui la gestione individuale non sostituisce quella collettiva. Governa la vita professionale di 150mila persone di diversa età, cultura, percorso e prospettive. I progettisti contrattuali sono stati molto bravi e hanno avuto di fronte interlocutori sindacali esigenti in un clima di rispetto e fiducia reciproca e la trattativa è stata veloce. Tecnica e passione sono i termini più adatti ed è stata premiata la scelta delle Hr di ricercare il consenso. Venendo ai contenuti, il contratto avrà la vigenza normativa di quattro anni fino al 2010 ed economica di due fino al 2009. I vantaggi: ci consentirà di configurare trattamenti economici più interessanti

e non dovremo tornare in termini negoziali sui profili economici dell'azienda. In pratica ci porterà attrezzati e allineati con i competitor alla scadenza della totale liberalizzazione del settore postale nel 2011, la realizzazione di un contratto di settore, poi l'integrativo. Inoltre è stato previsto un capitolo dedicato ai valori e ai principi dell'agire aziendale riferito allo sviluppo delle persone.

Si mette per iscritto il percorso degli ultimi anni?

Sì. Viene citato anche il valore della formazione (le 4 milioni giornate uomo erogate, una piattaforma e-learning che è la più ampia d'Italia) con la valorizzazione rispetto a capacità professionali specifiche, perché il sapere oggi è un asset fondamentale di Poste, e della employability intesa come crescita del patrimonio individuale da mantenere con la formazione, decisiva per il posizionamento in azienda del dipendente come per far sì che questi sia un elemento dello sviluppo aziendale.

I concorsi sono un'immagine del passato. Come si entra oggi in Poste Italiane?

Un'altra novità del contratto riguarda l'accesso dei giovani con

modalità che comprendono l'apprendistato professionalizzante e di alta formazione e il contratto di inserimento su progetto individuale. Inseriamo 200 laureati e altrettante risorse professionalizzate per anno e disponiamo di sistemi di valutazione delle prestazioni e del potenziale. Sessantamila persone sono state valutate su obiettivi misurabili e con valutazione di premiabilità. Questo ha costretto i capi a pensare alla gestione dei compiti delle loro persone in termini di pianificazione aziendale e a fornire sempre un feedback. Per 3500 manager sono state invece misurate le attitudini di crescita e sviluppo su ruoli importanti. In questi anni abbiamo cercato di creare le condizioni di integrazione tra il personale che già c'era (e aveva una cul-

tura postale) e i nuovi arrivi. Il rischio era di creare due aziende contrapposte. Il risultato è ancora perfezionabile, ma posso dire con serenità che la sfida è vinta. La motivazione è un aspetto fondamentale su cui Poste Italiane punta per creare valore aggiunto e su cui poggia la capacità di erogare servizi al pubblico, alle imprese e alla Pa. Nell'azienda c'è un senso di appartenenza, lo dicono le indagini di clima e i benchmarking esterni anche internazionali.

Vi considerate un'azienda attrattiva?

La grande attrattività del nostro progetto industriale sta nel conciliare la vocazione al servizio pubblico e la presenza consueta e capillare sul territorio che è parte della tradizione con quella di azienda che continua a innovare prodotti e servizi.





Claudio Picucci, direttore centrale Risorse umane del gruppo Poste italiane.

INDICATORI**Dipendenti e struttura sul territorio nazionale di Poste****150mila**

Dipendenti: 50% uomini e 50% donne

60mila

Addetti allo sportello

43mila

Addetti al recapito

1.400

Operatori del call center

14mila

Uffici postali

60mila

Cassette di impostazione

40mila

Veicoli

4.500

Atm Postamat

200

Centri di smistamento pacchi e corrispondenza

140

Filiali in tutta Italia