

## PROGETTO INTEGRAZIONE FUNZIONALE VENDITA E ASSISTENZA

All'incontro del 10 luglio 2007 l'Azienda presenta alle OO.SS il "PROGETTO INTEGRAZIONE FUNZIONALE VENDITA E ASSISTENZA" definendolo un "PROGETTO SOSTENIBILE" volto a dettare le linee guida entro le quali, poi, si muoveranno le realtà territoriali.

Questo progetto è il frutto di uno studio di dati statistici ricavati anche dal confronto dei vari aspetti che caratterizzano sia il settore vendita che il settore assistenza.

I **punti essenziali** toccati da questa riorganizzazione che incidono profondamente sul personale sono:

- riduzione dell'orario di apertura al pubblico delle biglietterie (dalle 6.00 alle 21.00);
- flessibilità funzionale tra vendita ed assistenza;
- polifunzionalità del prodotto offerto dalle biglietterie.

### **SFUGGE LA RAZIONALITA' E LA COERENZA DEL PROGETTO**

in quanto:

- perché mai le biglietterie dovrebbero vedersi ridotto l'orario di apertura al pubblico quando la tendenza in tutti gli altri settori (es. la manutenzione) è quella di estendere l'orario di lavoro in funzione della circolazione dei treni? Non rientrano forse anche le biglietterie tra quei settori che devono coordinarsi con traffico ferroviario?
- questa flessibilità che vuole essere funzionale, ma funzionale a che cosa? Alla riduzione del personale che è utilizzabile sia alla vendita che all'assistenza, non certo alla qualità del servizio che ne farà le spese.
- la polifunzionalità segna poi la fine della biglietteria e della sua storia aprendo le porte ad un servizio commerciale non avente più la vendita esclusivamente di un determinato prodotto, non più specializzato.

**MA SE I BIGLIETTI FERROVIARI POSSONO ESSERE ACQUISTATI ANCHE PRESSO ALTRI ESERCIZI (es. agenzie di viaggio) E SE LE BIGLIETTERIE POTRANNO VENDERE ANCHE ALTRI PRODOTTI DOVE E' LA DIFFERENZA TRA BIGLIETTERIE E GLI ALTRI ESERCIZI COMMERCIALI?**

- OMOGENIZZAZIONE dell'orario di apertura al pubblico;
- FLESSIBILITA' nello svolgimento delle attività di vendita e di assistenza;
- POLIFUNZIONALITA' del prodotto offerto dalle biglietterie.

### **3 TERMINI DIVERSI CON UN'UNICA SOSTANZA DI FONDO: ASSICURARE ALL'AZIENDA LA MASSIMA LIBERTA' DI MOVIMENTO DEL PERSONALE, LA CENTRALITA' DEGLI INCASSI AL MINIMO COSTO DI PERSONALE.**

Sembra non interessare tanto il prodotto che deve essere venduto, va bene qualunque cosa purché rappresenti un incasso. Tutto ciò che offre la biglietteria deve essere strettamente volto ad incrementare il traffico ferroviario e non può avere ragione diversa, altrimenti che senso hanno le biglietterie? Quale è lo scopo della loro esistenza? Come si distinguono da altri esercizi commerciali?

**La razionalizzazione dei costi nel progetto è essenzialmente rivolta al personale:**

- la cui gestione diventa flessibile tra vendita ed assistenza,
- in cui il responsabile della biglietteria vede esteso il suo campo di competenza all'intero ambito stazione,
- inoltre, subisce un restringimento del proprio orario di lavoro con possibili conseguenze sul diritto al pasto e con probabili altre ripercussioni non essendo stato specificato come si svilupperà il turno con il nuovo orario.

Lo sviluppo della vendita di biglietti attraverso i **CALL CENTER** ha fatto emergere il problema in merito al personale addetto alla vendita telefonica che attualmente è esterno al gruppo FS. Tra le richieste avanzate dalle OO.SS c'è anche la loro internalizzazione che sembra incontrare parere favorevole dell'Azienda.

**ASPETTO FONDAMENTALE E' L'ATTENZIONE AL CLIENTE  
SOPRATTUTTO ATTRAVERSO L'INFORMAZIONE SVOLTA  
DA PERSONALE PROFESSIONALIZZATO, CAPACE DI  
MITIGARE LE EVENTUALI SITUAZIONI DI CRITICITA'  
DEL PROCESSO INDUSTRIALE.**

**AI FINI DELL'ESISTENZA DELLE BIGLIETTERIE**

**NON HA SENSO UNA DIVERSIFICAZIONE DEL  
PRODOTTO OFFERTO,  
MENTRE E' OPPORTUNA UNA DIVERSIFICAZIONE DI  
ORARIO NELLE STAZIONI INTERESSATE DALLA  
CIRCOLAZIONE DEI TRENI.**

