

We perform

Teleperformance
Worldwide

Argentina	+ 54 11 5555 3000
Australia	+ 61 2 9955 7333
Austria	+ 43 1 54 555 540
Belgium	+ 32 2 702 2011
Brazil	+ 55 11 2163 3333
Canada	+ 1 416 922 3519
Chile	+ 562 580 1300
China	+ 86 10 6522 8626
Czech Republic	+ 420 466 029 111
Denmark	+ 45 33 36 94 94
El Salvador	+ 503 2250 5700
Finland	+ 358 3 411 411
France	+ 33 1 5576 4030
Germany	+ 49 40 80 90 70
Greece	+ 30 210 9490 500
Hungary	+ 36 1 453 5300
India	+ 91 124 243 99 55
Indonesia	+ 62 212 550 8111
Italy	+ 39 06 86 51 91
Japan	+ 81 42 340 5225
Korea	+ 82 2 3446 6655
Lebanon	+ 961 1 511 422
Mexico	+ 52 81 8150 0000
Netherlands	+ 31 79 342 9800
Norway	+ 47 35 02 20 00
Philippines	+ 63 2 632 90 00
Poland	+ 48 22 519 77 00
Portugal	+ 351 21 311 3900
Romania	+ 40 21 40 10 800
Russia	+ 7 495 787 4000
Singapore	+ 65 63 38 78 33
Slovakia	+ 421 41 5005 005
Spain	+ 34 91 590 6000
Sweden	+ 46 8 610 2200
Switzerland	+ 41 41 419 0202
Tunisia	+ 216 71 850 806
UK	+ 44 1530 419514
USA	+ 1 801 257 5800
Europe & Middle East Headquarters (Paris, France)	+ 33 1 5576 4080
Americas & Asia Pacific Headquarters (Miami, USA)	+ 1 786 437 3300

www.teleperformance.it



In & Out S.p.A.

Teleperformance

we perform

Teleperformance Italia
Via di Priscilla, 101
00199 Roma
Tel : +39 06.86 51 91
Fax : +39 06.86 51 94 44
E-mail : info@teleperformance.it

COMUNICATO AZIENDALE: MOBILITA'

Negli ultimi mesi abbiamo più volte lanciato messaggi di preoccupazione riguardanti le situazioni di difficoltà crescenti nelle quali si trova l'azienda e su come fosse indispensabile agire per recuperare flessibilità, efficienza e competitività, nonché bloccare quei comportamenti irresponsabili quali **assenteismo, bassa produttività, insufficiente qualità** che compromettono i conti di un'azienda che, come noi, si trova ad operare in un contesto in cui la pressione sui costi è portata all'estremo.

Il 2009 si è chiuso con una perdita di circa 5,2 Milioni di euro, ridotta a "soli" 3,3 Milioni di euro grazie ai contributi ricevuti per le assunzioni fatte a Taranto nel corso del 2009 (pari a circa 1,8 Milioni di euro).

Purtroppo in questo primo trimestre del 2010 la situazione continua ad essere molto critica: abbiamo infatti già registrato una perdita di circa 2,3 Milioni di euro.

Il nostro settore è in crisi, soprattutto per il fatto che molti dei nostri competitor agiscono in modo sleale, portando i costi sempre più al ribasso; ed ancora più grave è il fatto che ad alcuni concorrenti continui ad essere concessa la facoltà di scegliere se operare in modo:

1. SLEALE, ovvero continuando ad utilizzare personale a progetto anche per le campagne inbound, o addirittura personale senza alcuna forma contrattuale, non pagando gli stipendi per mesi ed i relativi oneri sociali (basti pensare al caso Phonemedia)
2. LEGALE, rispettando quanto previsto dalla legge e cercando di sfruttare gli incentivi alle assunzioni che consentono per i primi 3 anni un notevole risparmio sul costo del lavoro, con sistematica chiusura e riapertura sotto altro nome di unità produttive sfruttando gli incentivi stessi.

Inoltre, purtroppo, qualcosa è cambiato al nostro interno dal momento delle stabilizzazioni: l'attenzione del personale verso le problematiche aziendali è venuto



meno, si è smesso di sentirsi **“parte di TP”**, di quella stessa azienda che con entusiasmo ed orgoglio nel 2007 aveva assunto tutto il personale, proiettandosi nel mercato italiano come una delle aziende con il maggior numero di dipendenti (l’unica sull’outbound) e si è passati ad una visione individualista che ha visto molti, troppi, dipendenti porre la propria attenzione verso i soli diritti tralasciando i doveri, cadendo nell’errore di non valutare come invece in un’azienda gli interessi aziendali ed individuali coincidano. Il lavoro è lavoro, e merita rispetto e serietà: la situazione oramai è tale che purtroppo la poca serietà di alcuni comporterà aggravi e sacrifici a molti.

L’attenzione al miglioramento continuo della qualità che ci ha sempre contraddistinto, si è attenuata rendendo ancora più difficile ed impegnativo rinegoziare al rialzo i contratti con i nostri maggiori clienti, proprio perché i nostri costi crescenti devono trovare una adeguata risposta qualitativa e quantitativa.

E’ tuttavia ferma volontà della Capogruppo e della Direzione di Teleperformance Italia continuare ad essere presente nel mercato italiano, ma tornando ad essere un’azienda profittevole e non perennemente in perdita; ma per farlo siamo costretti a tagliare i costi che gravano maggiormente sulla vita stessa dell’azienda, puntando ad un recupero di efficienza e di competitività.

Abbiamo infatti già:

1. Contrattato al ribasso tutti i contratti con i nostri fornitori (affitto degli immobili, canoni di assistenza) ed azzerato tutte le spese non indispensabili o che possono essere rinviate;
2. Modificato l’organizzazione dell’Operation per renderla più efficiente:
 - è stato nominato un Direttore Operation, Maurizio Monaco, che assumerà tale incarico dal 01 aprile,
 - su ciascun sito è stato nominato un Direttore di Sede, con responsabilità diretta sui risultati della sede:
 - Giovanna Battistelli per Parco Leonardo,
 - Nico Roma per via di Priscilla,
 - Aglaia Carenza per le attività inbound nella sede di Taranto,



- Guglielmo Calandra per le attività outbound, svolte sia nella sede di Taranto sia in Home Shoring.
3. avviato la rinegoziazione di tutte le commesse, con l'obiettivo di aumentare sia il fatturato che il volume di attività erogato per ciascun cliente, con il massimo coinvolgimento dello stesso Amministratore Delegato.

In questo momento purtroppo i cali di attività riscontrati in tutte le sedi e la conseguente diminuzione delle ore erogate, ci vedono costretti ad avviare le procedure di mobilità che vedrà coinvolto complessivamente il 30% della forza lavoro.

Si apre ora una fase importante atta a risanare l'azienda e costituire le premesse per un sano sviluppo.

Per riuscire in questo cambio di rotta e vincere questa sfida c'è bisogno di serietà e professionalità: metteremo tutti il massimo impegno per soddisfare al meglio i nostri clienti, conquistandone di nuovi.

Risanare per sviluppare, questo è il nostro obiettivo: non sarà agevole, non sarà facile, ma insieme ce la faremo.