

CMMC: I PREMI "RELAZIONE CON IL CLIENTE CITTADINO"

pagine 2-3

ANGOLO DI AUTOFORMAZIONE: IL PRODUCT TEST

pagina 4

SICUREZZA IN AZIENDA, LE NORME DA SEGUIRE

pagina 6

FEBBRAIO SOTTO LA NEVE TRA ALLEGRIA E DISAGI

pagine 10-11

EDITORIALE

di Laura Tosto

Si apre un nuovo anno per la nostra newsletter, con l'obiettivo di raccontare con il contributo di molti suoi protagonisti, la vita aziendale, con le attività e le iniziative portate avanti, ma anche il contesto settoriale di riferimento, ricco come sempre di novità e di una grande variabilità spesso difficili da governare.

Nell'ultimo numero del 2011 avevamo salutato l'anno in chiusura con un atteggiamento duale, di attenzione ai rischi connessi al periodo e all'incertezza legata alla chiusura di alcuni importanti contratti, e di vigile ascolto del mercato alla ricerca di nuove opportunità di business e di crescita. A distanza di un paio di mesi ci ritroviamo a leggere il nostro settore con la stessa vigile attenzione, seppur con qualche risultato positivo faticosamente raggiunto in queste settimane.

Sul fronte delle attività è da registrare come importante traguardo l'assegnazione del bando di gara relativo alle attività di contact center inbound e di back office di Gas Natural Italia, che l'azienda gestisce ormai da sette anni. La complessa procedura di gara a cui abbiamo partecipato insieme ad altri importanti competitor del nostro settore, ci ha visti alla fine vincitori grazie all'esperienza e ai brillanti risultati di qualità che il nostro gruppo di lavoro ha saputo consegnare alla multinazionale per il mercato Italia. Si apre quindi una prospettiva pluriennale di consolidamento di quanto fatto fino ad ora, con lo stimolo ulteriore legato alle grandi occasioni che il mercato dell'energia liberalizzato potrà fornire al committente per estendere in maniera importante la propria quota di mercato in Italia. Sul fronte della principale commessa inbound, invece, è da considerarsi in ogni caso positivo il raggiungimento di un accordo che ha consentito la proroga del contratto scaduto il 31 dicembre 2011 fino alla fine del mese di maggio, per aprire una negoziazione per l'eventuale conferma del contratto non inficiata dal raggiungimento del tempo limite della scadenza contrattuale. Ciò ha significato, di conseguenza, anche il contestuale accordo sindacale relativo all'estensione dei contratti di lavoro fino alla definizione del negoziato con Telecom Italia, con un impegno forte ed importante a garantire nei primi cinque mesi dell'anno risultati di qualità e di propositività commerciale superiori alle attese. Allargando un po' lo sguardo oltre i confini aziendali c'è grande attesa ed attenzione nei confronti delle ipotesi di riforma del mercato del lavoro al vaglio del Consiglio dei Ministri.

È, infatti, evidente che per il settore dell'outsourcing di contact center che fa della flessibilità la sua ragione di esistere, eventuali importanti modifiche dell'assetto normativo potranno avere un impatto dirompente sull'organizzazione delle aziende fornitrici e sui rapporti di collaborazione con i committenti, tutti altrettanto vigili rispetto a questa prospettiva.

I giochi sui vari "tavoli" sono quindi ancora molto aperti, e l'azienda è pronta ad affrontare queste sfide con la risolutezza e la volontà di crescita di sempre.



Un premio ai nostri risultati

Il 19 gennaio a Milano in una rigida serata caratterizzata da temperature sotto lo zero, preludio dell'avvio del freddissimo ed anomalo inverno che ha investito da Nord a Sud l'Italia intera, nonché dai disagi dello sciopero dei tassisti in protesta contro le liberalizzazioni, si è tenuta in un hotel design della zona Navigli in via Tortona la cerimonia di consegna degli Awards europei e dei Premi "Relazione con il Cliente Cittadino 2011".

Si è trattato di un evento importante e ricco di contenuti organizzato da CMMC, che ha visto una nutrita partecipazione di ospiti italiani ed internazionali, e che ha permesso ai professionisti della Relazione operanti nel settore Call e Contact Center di trascorrere una piacevole serata all'insegna del confronto e della condivisione. Gli Awards internazionali sono organizzati da ECCCO - European Confederation of Contact Center Organizations - la confederazione che dal 2002 aggrega le diverse associazioni presenti in Europa e promuove gli interessi e le esigenze del settore contact center con l'obiettivo di valorizzare le migliori esperienze internazionali nella gestione operativa delle attività dai contact center.

I premi italiani, invece, sono stati organizzati da CMMC - Customer Management Multimedia Competence - Club che dal 1997 aggrega

società ed enti che si occupano di relazione con clienti e cittadini attraverso i canali multimediali in Italia. L'iniziativa è risultata pertanto di alto profilo anche perché ha offerto la possibilità di confrontarsi e riconoscere le migliori pratiche del settore offrendo inoltre un riconoscimento pubblico alle Aziende e ai Responsabili che, nelle attività correlate alla Relazione con i Clienti e i Cittadini, sono riusciti a distinguersi.

Per Datacontact quest'anno l'evento si è connotato con ancor maggior valore portando con sé un particolare motivo di soddisfazione, di cui forniamo ampia evidenza all'interno di questo numero della nostra newsletter nelle pagine interne.

Nel corso della serata sono stati infatti conferiti i premi per le cinque categorie previste dal bando, andando a declinare per ciascuna la short list delle aziende o dei professionisti meglio posizionatisi cui assegnare sul podio i riconoscimenti. La nostra azienda ha ricevuto il primo premio per la categoria "Miglior partner Outsourcing Teleselling".

Un premio importante e simbolicamente di grande valore soprattutto a chiusura del 2011, in cui si è festeggiato il traguardo del decennale dell'azienda, dedicato simbolicamente a tutte le risorse che ogni giorno sono sul

campo per il conseguimento degli sfidanti obiettivi assegnati dai committenti. Inutile sottolineare pertanto l'orgoglio per il riconoscimento assegnato, a fronte delle valutazioni espresse da una commissione composta da diversi esperti che hanno valutato profilo corporate, attività gestite, modelli organizzativi, performance ed indicatori di clima. Fra i componenti della commissione anche Eligio Ferrini, di Telecom Italia, che da anni ci segue e conosce da vicino.

Nel corso della serata dopo aver ritirato il premio si è verificata anche una piacevole e simpatica coincidenza apprendendo, grazie ad una cortese visita di conoscenza al tavolo, l'esistenza di nostri omonimi "cugini" polacchi (si racconta di questo incontro con più dettaglio nelle pagine interne del giornale).

Una testimonianza viva e simpatica di come l'occasione offerta da CMMC sia stata foriera di contatti e conoscenze oltre che di una importante visibilità esterna per tutti coloro che operano, con entusiasmo ed orgoglio, nel nostro settore in un periodo di turbolenze e di difficoltà dalle quali sarà possibile uscire solo con competenza, coraggio, spirito d'innovazione e responsabilità.

Rossella Tosto

Audit di qualità anno 2012

Anche l'inizio di questo nuovo anno si apre, come di consueto, con le visite ispettive interne per la sorveglianza del sistema di gestione della qualità di Datacontact secondo la norma ISO 9001:2008.

Tutte le aree funzionali e le commesse dell'azienda sono coinvolte, aspettando il più importante e atteso appuntamento primaverile con gli auditor del TÜV Italia che saranno presenti nelle nostre sedi il 19 e 20 marzo prossimo, per l'ormai consolidato iter di certificazione dei processi e delle procedure che regolano le attività aziendali relativamente

alle attività di ricerca di mercato e di call e contact center inbound ed outbound.

Dall'attenta analisi interna, coordinata e seguita dalla RSQ (Responsabile del Sistema Qualità) di Datacontact la Dott.ssa Carmela Petrarà, si è avuta conferma di come l'organizzazione aziendale abbia mantenuto un efficace sistema di gestione della qualità conforme ai requisiti della norma di riferimento oltre a poter apprezzare i numerosi miglioramenti conseguiti nell'ultimo anno e le molteplici iniziative di ottimizzazione individuate che si potranno mettere in pratica nelle prossime

settimane e nei prossimi mesi.

L'azienda è quindi pronta per incontrare, per la sesta volta consecutiva, il team di audit.

I certificatori potranno esaminare la documentazione descrittiva richiesta dalla norma di riferimento e visitare le aree nelle quali si svolgono le attività e i processi compresi nel campo di applicazione del sistema di gestione della qualità.

Nel prossimo numero della nostra newsletter racconteremo, step by step, l'iter dell'audit di sorveglianza con i commenti di quanti ne saranno coinvolti.

Club CMMC: consegnati i premi 2011

Nell'anno del decennale Datacontact riceve il primo premio "Miglior partner outsourcing teleselling"

Le cinque categorie dei premi ed i criteri di valutazione

Ecco di seguito indicati i premi del 2011 suddivisi per categorie con i relativi vincitori:

AZIENDA PER PROGETTI INNOVATIVI

Dove sono stati promossi e realizzati progetti particolarmente innovativi per i canali di Relazione con i Clienti e i Cittadini mettendo a punto nuove soluzioni organizzative che impiegano tecnologie e soluzioni di avanguardia.

WINNER: VODAFONE

MIGLIOR PARTNER OUTSOURCING CUSTOMER CARE

Impresa di outsourcing che si è particolarmente distinta per avere assunto un ruolo sostanziale nello sviluppo del mercato dei servizi di customer care in Italia.

WINNER: COMDATA

RESPONSABILE SERVIZIO CLIENTI

Chi ha gestito organizzazioni in modo innovativo con attenzione alla qualità del servizio, alle varieghe esigenze dei clienti, all'organizzazione delle proprie risorse, ai modelli di cosourcing e ai canali di contatto.

WINNER: Roberto Funari - WIND

RESPONSABILE CONTACT CENTER

Chi ha gestito strutture facendo in modo che le performance siano in linea con gli standard qualitativi e quantitativi aziendali e corrispondano agli impegni contrattuali e alle aspettative del cliente finale.

WINNER: Vincenzo Di Lauro - TELECONTACT CENTER

MIGLIOR PARTNER OUTSOURCING TELESELLING

Impresa di outsourcing che si è particolarmente distinta per avere assunto un ruolo sostanziale nello sviluppo del mercato dei servizi di teleselling in Italia.

WINNER: DATACONTACT

Il premio assegnato a Datacontact per quest'ultima categoria è stato sostanziato dalla seguente motivazione: "Capacità di raggiungere gli obiettivi commerciali assegnati e di mantenere nel tempo un buon livello di clima interno all'organizzazione. Qualità etiche: capacità nella gestione trasparente della relazione del cliente finale".

Si è trattato di un riconoscimento importante che Rossella Tosto, nel ritirarlo, ha voluto dedicare a tutte le risorse che hanno consentito all'azienda di percorrere un cammino lungo dieci anni e costellato di risultati significativi. Un premio che vuole essere un obiettivo per tutti coloro che muovono i primi passi nell'azienda e scelgono di condividere un percorso ancora ricco di sfide e traguardi da raggiungere.

La commissione Premi ha visto la partecipazione, in qualità di giudici, di alcuni tra i principali players del mondo delle TLC, dell'Energia e del Settore Bancario:

Fabio Ferri, Barclays
Lorenzo Misani, Edison
Fabio Manocchi, Enel
Angela Gemma, Sky
Paolo Menghini, Telecom Italia
Eligio Ferrini, Telecom Italia - TIM
Gabriele Borro, Vodafone
Roberto Funari, Wind

Analizziamo ora i criteri di valutazione utilizzati per l'assegnazione dei premi "Partner outsourcing".

Eligio Ferrini di Tim ha rappresentato in sintesi il processo di selezione e i principali parametri di giudizio utilizzati per una puntuale e rigorosa attività di valutazione dei potenziali candidati ai premi fino ad identificare i vincitori delle varie categorie.

A partire da 19 partecipanti si è arrivati con un primo screening ad isolare 10 aziende e successivamente i fortunati "numeri uno" che hanno rappresentato la miglior performance.

Le valutazioni sono state gestite diversamente sulle due attività: da un lato quindi quelle di outbound e di customer care e dall'altro quelle di telesales/ outbound.

Ai parametri di valutazione, numerosi e complessi, è stato assegnato un peso differenziato in funzione del significato assunto all'interno dei processi aziendali. Complessivamente le imprese sono state valutate minuziosamente su oltre 11 aspetti.

Per quanto riguarda le attività di customer care/ inbound, i principali parametri di giudizio sono stati orientati alla valutazione di come vengono gestite le risorse interne e quindi, per citare i principali, si sono valutati:

- 1) il clima aziendale e tutte le iniziative ad esso orientate;
- 2) la formazione e l'aggiornamento delle risorse anche in considerazione del fatto che questa voce ha un significativo impatto sui costi. Ciò a dire che sono state premiate le realtà che sono riuscite a produrre qualità e formazione efficace a costi contenuti;
- 3) sistemi di incentivazione delle persone;
- 4) capacità di garantire flessibilità.

Per quanto invece attiene l'attività di telesales e quindi di outbound, il parametro chiave è stato la qualità etica e cioè la bontà della relazione con il cliente per una vendita "pulita" e non forzata.

La precisione e finezza del sistema di valutazione e la significatività della commissione giudicatrice ci lascia ovviamente doppiamente fieri del risultato che siamo riusciti a conseguire. Un premio quindi che è frutto di un valore reale e riconoscibile nelle azioni e nei processi interni.



LA MOTIVAZIONE DEL PREMIO



"Di fronte ai casi concreti di eccellenza che i premi di oggi evidenziano mi sento di dire che il nostro settore può avere ancora più coraggio, coraggio di intraprendere e di innovare. E, affinché il coraggio sia una risorsa, bisogna essere più preparati e competenti; nella consapevolezza che la conoscenza e la condivisione stanno diventando fattori distintivi e qualificanti per porre il lavoro al primo posto."

"In questa difficile fase economica-finanziaria le aziende confermano il valore della Relazione con il Cliente e il Cittadino dotandosi di organizzazioni professionali sui vari canali di contatto con personalizzazione del servizio in base alle caratteristiche del cliente alle sue esperienze relazionali. Questo nuovo approccio richiede sostanziali cambiamenti delle organizzazioni con paradigmi orientati alla qualità totale del contatto specialistico nelle diverse fasi del ciclo di esperienza di un cliente cittadino.

Se la relazione è al centro dei processi operativi essa impone una seria riflessione sulle modalità con cui le aziende veicolano le loro informazioni attraverso strumenti innovativi e semplici da utilizzare, ma nel contempo complessi da gestire, pervasivi e completi ma facilmente invasivi, altamente disponibili, ma a rischio di attacco della reputazione digitale. L'evoluzione del settore richiede un investimento particolare sulla competenza del personale impiegato nel front e back office, mediante il rafforzamento delle leve di formazione e di knowledge management."

Mario Massone - Fondatore CMMC



La serata di gala: un momento di festa per un accorato invito

La serata di gala voluta da Mario Massone è stata sicuramente un momento di festa ma ha offerto anche la possibilità di aprire spazi di dialogo e confronto tra gli intervenuti.

La convivialità offerta anche dall'occasione di trascorrere a cena l'intera serata assistendo al momento introduttivo ed alla sezione delle premiazioni, ha permesso di coltivare conoscenze e relazioni con colleghi, partners, clienti ed amici. Il fondatore di CMMC nel suo discorso di apertura ha sottolineato l'importanza di fare sistema, collaborare propositivamente per continuare a creare valore attraverso la conoscenza e l'innovazione.

La situazione economico-finanziaria ed i continui cambiamenti dei mercati pongono a tutti i player di mercato la priorità di dover reggere la

sfida della discontinuità grazie ad un ripensamento dei nuovi media e della filiera del business. Per soddisfare le crescenti aspettative dei clienti, la conoscenza interna deve uscire all'esterno dei confini aziendali ed integrarsi con la conoscenza collettiva e multicanale.

Gli obiettivi condivisi devono essere quelli di una maggiore efficienza e della costruzione dei nuovi modelli di relazione e gestione dei clienti. Proprio per questo Mario Massone ha invitato tutti ad avere ancora più coraggio per sperimentare nuove strade e valorizzare la competenza e la professionalità capitalizzate nel corso del tempo. Conoscenza e condivisione devono porsi come fattori distintivi e qualificanti la professione e i professionisti del settore.

Due considerazioni sullo sfondo di un caloroso

invito a credere nel nostro lavoro e nelle nostre potenzialità: le riforme sul mercato del lavoro e le liberalizzazioni nei vari settori generano attese anche per il nostro comparto che continua ad offrire opportunità di lavoro ed opportunità in termini di specializzazione e qualità nell'erogazione di nuovi servizi al cittadino ed al cliente. Ci si attende quindi una diversa e migliore collaborazione tra le parti sociali, in un momento certamente non facile per il Paese intero che pretende ed impone una presa d'atto sulla necessità di essere attivi, dinamici, propositivi ed aperti.

Inoltre, ritenendo importante la concorrenza per il rilancio dei consumi, è realistico prospettare nuove opportunità nei servizi di relazione con i clienti-cittadini.

Una Datacontact in Polonia



Nel corso della serata organizzata da CMMC abbiamo scoperto l'esistenza di un'azienda polacca che si occupa di contact center e marketing, nostra omonima.

Il presidente della società Datacontact PL, nel congratularsi con noi per il premio conseguito ha dichiarato per un attimo di aver creduto di dover salire lui sul podio avendo visto il nome della sua azienda, sita dal 1995 a Varsavia, nella short list dei tre vincitori.

Jacek Barankiewicz (persona dal nome impronunciabile ma di grande simpatia) ha promesso di venire a fare la nostra conoscenza a Matera prossimamente (con l'impegno per noi di ricambiare presto la visita in Polonia) così da poter conoscere più da vicino caratteristiche tecniche ed organizzative delle rispettive imprese.

Intanto il loro sito internet è disponibile per chiunque volesse soddisfare la propria curiosità, conoscere qualche informazione in più o ricercare contatti facebook e su altri social network con i colleghi polacchi.

www.datacontact.pl

GRUPA
DataContact

CUSTOMER MANAGEMENT FORUM 2011: LA QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON CLIENTI E CITTADINI



Fondazione Irso ha organizzato per il 15 dicembre 2011 a Roma il convegno finale della Xª edizione del Customer Management Forum (CMF).

Il tema dell'incontro è stato: la qualità della relazione con clienti e cittadini.

Le domande di partenza, quelle alle quali si è cercato di fornire risposta attraverso gli interventi ed il dibattito della tavola rotonda sono state: Come è possibile realizzare un "Relationship Management System", ossia il sistema delle relazioni con clienti e cittadini, gestito come un fenomeno unitario e trasversale alle diverse unità organizzative, ai diversi settori, alle diverse istituzioni? Quali azioni possono essere messe in campo per dare forza e visibilità a questo "Sistema delle Relazioni con i clienti e cittadini" inteso come

area economico-occupazionale che include imprese e Pubbliche Amministrazioni ad alta intensità di relazioni con i clienti e cittadini? L'obiettivo del convegno è stato quindi quello di condividere e focalizzare azioni di sistema possibili per progettare e sviluppare appunto un "Relationship Management System".

Il prof. Federico Butera nel suo intervento ha sottolineato come i casi di eccellenza italiani, quelli rappresentati da aziende che sviluppano ed esportano, sono proprio quelli che riescono ad offrire un servizio superiore; quelli che attraverso la cultura, l'organizzazione, le tecnologie e le risorse umane riescono a garantire un reale ascolto dei clienti. Ascolto e servizio si pongono quindi come le parole chiave per il cambiamento e la crescita. Quindi relazione e attenzione alla clientela devono essere le direttrici sulle quali ripensare gli investimenti, la strategia e l'innovazione. A partire dai casi di successo, è possibile trovare la chiave per rendere le esperienze positive un patrimonio condiviso perché quello della relazione è un tema di interesse nazionale. Per il privato, così come

per la Pubblica Amministrazione, è necessario capire: 1) come aumentare la capacità di ascolto e 2) come essere capaci di un ascolto personalizzato, quindi individuale, tagliato sulle abitudini, capacità e preferenze dell'interlocutore.

La considerazione di base, quella che non deve essere persa di vista e che giustifica l'orientamento verso il servizio, è che la nostra è una società di servizi, è un'economia di servizi. E non essendo il servizio esportabile, il servizio è locale. Diventa quindi fondamentale, per il rilancio della nostra stessa economia iniziare a ragionare su come implementare un modello in grado di elevare - trasversalmente - il livello della qualità dei servizi.

Come il Sistema Moda, o il Sistema dell'Accoglienza Turistica, che accomunano unità organizzative e attori oggi visti in modo separato e ottengono attenzione e politiche industriali dedicate, anche il "Relationship Management System" può essere visto come un Sistema Nazionale. Una pluralità di attori sono attivi in tale area

economico-occupazionale: imprese grandi e piccole di servizi che hanno come core business la relazione con i clienti (TLC, Turismo, Commercio al dettaglio, Sanità, Previdenza, Scuola...); imprese grandi e piccole che gestiscono intense relazioni con i clienti (auto, beni durevoli di consumo, trasporti...); Pubbliche Amministrazioni.

Su tale area influiscono Infrastrutture (reti di TLC...), Scuola, Gestione del mercato del lavoro, Relazioni industriali etc.

Attualmente infatti, in Italia il settore della relazione con i Clienti ed i Cittadini impiega oltre 2 milioni di persone. Si tratta di un'area occupazionale cruciale per la competitività delle imprese e per la qualità dei servizi pubblici.

La qualità della relazione con i clienti e i cittadini in questa fase di grave crisi deve ancor più diventare un tema di attenzione trasversale alle diverse unità organizzative, ai diversi settori, alle diverse istituzioni.

Laura Locatelli
(Milano)

Product test: dalla teoria alla pratica

Diverse tecniche di indagine tra cui scegliere per formulare una offerta personalizzata ed efficace

Alcune riflessioni aperte da un progetto che ci coinvolge da vicino, ci hanno portato a ripensare, almeno per questo numero, all'angolo di autoformazione.

Nel corso dell'ultimo periodo infatti, abbiamo studiato, sviluppato, implementato e ridisegnato in maniera certosina una proposta di ricerca volta ad accompagnare il lancio di un nuovo prodotto.

E, trattandosi di una committenza internazionale leader di mercato, abbiamo avuto la possibilità di finalizzare un progetto consistente e altamente strutturato.

Al momento non è possibile entrare nel merito della cosa ma, per stuzzicare curiosità e fantasia, possiamo dire che si tratta di un nuovo snack. A giudizio di molti, e di chi scrive soprattutto, anche piuttosto interessante.

A breve quindi seguiremo i primi assaggi nell'area test di Milano.

Parliamo allora di nuovi prodotti e di "product test" e cioè delle indagini che vengono utilizzate dalle aziende per accompagnare il loro inserimento all'interno dell'offerta di mercato.

I Test di Prodotto hanno una significativa importanza per le aziende e sono, in un contesto macroeconomico come quello attuale, un passaggio quasi doveroso per evitare onerosi errori e sbagliati investimenti. I Product Test consentono infatti ai produttori di mettere a fuoco una serie di informazioni determinanti per la messa a punto del prodotto e guidarne l'ingresso nel mercato.

Questi Test fanno parte di un processo di innovazione altamente critico e influente per il successo futuro del prodotto stesso in quanto permettono di anticipare le dinamiche/ risposte potenzialmente sfavorevoli e di apportare le necessarie modifiche.

Questi test vengono condotti su potenziali consumatori per:

- Evidenziare i pregi e i difetti del prodotto, del suo consumo, delle sue prestazioni ecc. . .
- Identificare le caratteristiche distintive del prodotto per differenziarlo dalla concorrenza
- Ottimizzare il prodotto e renderlo quanto più possibile "unico"
- Migliorarlo in funzione delle esigenze e desiderata dei potenziali clienti per incrementare il

livello di soddisfazione

- Monitorare le potenziali minacce dei competitor
- Ridurre costi di produzione mantenendo superiorità del prodotto
- Misurare gli effetti dell'invecchiamento sulle qualità del prodotto
- Misurare gli effetti di prezzo, brand o pack sul percepito del prodotto
- Orientare alla creazione di nuovi prodotti o all'aggiornamento di quelli esistenti
- Prevedere interesse e accettazione del target
- Orientare la strategia di comunicazione e promozione

Da un punto di vista metodologico, esistono diverse tecniche per realizzare Product Test. Nessuna è migliore o peggiore delle altre, né preferibile. Una serie di considerazioni legate agli obiettivi del test, al prodotto in analisi, alle caratteristiche del mercato di riferimento, ai tempi e alle risorse disponibili possono guidare di volta in volta alla scelta di quella più opportuna.

In uno studio effettuato nel 1980 da Batsell e Wind vengono distinte quattro diverse tecniche: monadic, comparative, sequential, con joint analysis.

Le interviste "monadiche" sono ritenute da molti il metodo migliore. In questa situazione ad ogni soggetto viene offerto un solo prodotto da testare e quindi una sola, ma puntuale, valutazione da fornire. In questo modo vengono eliminati i rischi di interazione tra prodotti poiché il soggetto focalizza la propria attenzione solo su uno. Questo test fornisce le informazioni più accurate. Da un punto di vista economico, si tratta di una modalità piuttosto semplice da realizzare, quindi anche conveniente.

I test "comparativi" prevedono che i soggetti debbano mettere a confronto due o più prodotti contemporaneamente per poi esprimere le relative valutazioni (per esempio quando i nuovi prodotti devono essere confrontati con quelli in commercio per valutarne la capacità differenziale e distintiva). Tale tecnica può assumere la forma di paragoni incrociati quando i prodotti in test sono tre o più: in questo caso si ottengono delle classifiche per ogni elemento analizzato su ogni prodotto. Il principale van-



taggio delle comparative è che la valutazione comparativa viene effettuata su base soggettiva direttamente dai partecipanti al test e ciò è maggiormente significativo rispetto ad una comparazione a posteriori delle prestazioni dei prodotti realizzate per es. nelle monadiche.

Le "sequenziali" anche in questo caso vi è una comparazione tra due o più prodotti ma diversamente dai test comparativi, la valutazione avviene con una tempistica differente. I prodotti infatti vengono provati dai soggetti uno alla volta secondo una sequenza prestabilita e per ciascuno viene fornita una valutazione. Una volta che li hanno testati, infatti, i soggetti esprimono un giudizio riguardante i punti di forza e di debolezza dei singoli prodotti. Tale tecnica, anche se molto costosa in virtù della lunga procedura di somministrazione, presenta il vantaggio di essere la più simile al modo in cui i consumatori comparano i prodotti nel mondo reale.

La "conjoint analysis" focalizza le caratteristiche del prodotto fornendo indicazioni in merito all'importanza di ciascuna di esse. Tutte le informazioni vengono ottenute da un questionario in cui l'intervistato segnala le caratteristiche fisiche ed estetiche che il prodotto dovrebbe presentare, i dati ottenuti vengono poi elaborati su basi statistiche. Tale tecnica si differenzia notevolmente da quelle precedenti in quanto, a differenza delle altre, non si mostra ai soggetti il

prodotto. Il risultato di questa analisi risulta essere molto importante soprattutto nella fase in cui si comparano i feedback ricevuti alla presentazione delle idee e dei concept realizzati.

Per quanto ci riguarda, l'esperienza che ci apprestiamo a condurre vedrà la realizzazione di interviste monadiche in cui, il test di prodotto sarà anticipato dal Concept Test.

Proceduralmente infatti contiamo di sottoporre ciascun partecipante dapprima all'idea e, solo dopo la prima serie di valutazioni, anche al prodotto per una ulteriore valutazione post-assaggio.

Questa prima fase di analisi verrà condotta in un ambiente "laboratoriale", cioè presso un Istituto, ma ad essa ne seguirà una "naturalistica" nella quale, attraverso il C.A.P.I., intercetteremo direttamente i consumatori che stanno assaggiando il prodotto presso i punti vendita. Ciò consentirà alla committenza di controllare una serie di variabili esogene che differenziano i due contesti oltre che poter rileggere i dati in termini longitudinali.

In entrambi i casi i numeri sono consistenti, complessivamente verranno realizzate 1100 interviste.

Non vediamo l'ora di veder distribuito il nuovo snack che potrebbe rivoluzionare le nostre abitudini e preferenze!

Laura Locatelli
(Milano)

TECNICHE DI PRODUCT TEST

Monadico	Ogni intervistato effettua il test su un unico prodotto. Dapprima viene presentato e quindi valutato puntualmente nei suoi aspetti caratterizzanti.	
Monadico Sequenziale	Ogni intervistato valuta due (o più) prodotti, uno dopo l'altro. Dopo aver testato ogni prodotto, viene effettuata la relativa valutazione. Consiste letteralmente in una successione di test monadici.	
Confronti comparativi	Viene presentato il primo prodotto e poi, senza valutazione, il secondo/terzo/ ecc. la valutazione comparativa è fatta solo dopo averli testati tutti.	
Conjoint analysis	Non si mostra ai soggetti il prodotto ma viene chiesto quali caratteristiche dovrebbe avere. Seguono quindi elaborazioni statistiche	

PLUS E MINUS DELLE VARIE TECNICHE

	Vantaggi	Svantaggi
Monadico	<ul style="list-style-type: none"> • Simula situazioni reali • Consente analisi puntuale del prodotto • Non vi è interazione tra prodotti/ giudizi • Interviste semplici ed economiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Gli intervistati non hanno punti di riferimento per fare valutazioni comparative
Monadico Sequenziale	<ul style="list-style-type: none"> • Per il primo prodotto agisce come monadico poi favorisce le comparazioni • Consente di valutare più prodotti in un'unica indagine 	<ul style="list-style-type: none"> • Viene persa la "purezza" del monadico e si possono avere effetti di interferenza tra valutazioni anche in funzione della sequenza di testing
Confronti comparativi	<ul style="list-style-type: none"> • La valutazione comparativa è effettuata direttamente dai partecipanti e ciò è più significativo della comparazione a posteriori 	<ul style="list-style-type: none"> • Possono verificarsi interferenze nei giudizi (es. se un prodotto è particolarmente "buono", si sbilanciano verso il basso le valutazioni sugli altri) • E' più costosa in virtù del procedimento
Conjoint analysis	<ul style="list-style-type: none"> • Può essere significativamente più economica (es. se la preparazione del prodotto è onerosa/ impegnativa) • Raccoglie le attese senza interferenze dovute al contatto col prodotto • Può essere effettuata quando non esiste 	<ul style="list-style-type: none"> • Il prodotto non è testato direttamente quindi manca l'interazione diretta prodotto-consumatore

La divisione ricerche inaugura il 2012 con un'intensa attività di field

L'apertura del nuovo anno ha visto, fortunatamente, una significativa continuità con quanto prodotto e seminato nel 2011 nel settore Ricerche di Mercato.

A dispetto dei flussi fisiologici che vogliono tradizionalmente delle punte negative d'inizio anno, sin dalle prime settimane d'operatività si sono registrati dei picchi di richieste da evadere e quindi un intensificarsi delle attività connesse con la realizzazione delle attività di progettazione, sviluppo, gestione, elaborazione ed analisi. Fin dalle prime battute dell'anno la Divisione Ricerche ha gestito una serie di attività diversificate di cui si erano poste le premesse sul finire del mese di dicembre.

Molte esperienze sono state chiuse nell'urgenza di consegnare ai committenti dati utili per le

riflessioni strategiche di inizio anno, altre invece sono state pianificate e gestite a dispetto di un meteo non sempre favorevole (soprattutto quando le indagini sono C.A.P.I. in street).

Tanti i lavori che si possono citare per testimoniare l'eterogeneità di committenze, la varietà degli argomenti trattati e la diversità degli impianti metodologici adottati per rispondere in maniera puntuale e rigorosa alle esigenze conoscitive di pubblici e privati che ci hanno accordato - e in molti casi confermato - fiducia e soddisfazione per quanto da noi inizialmente offerto e successivamente prodotto e restituito. Dalle attività più piccole, risolte in poche giornate di lavoro, ai progetti più significativi che vedono la collaborazione di diverse funzioni e professionalità aziendali per la gestione paral-

lela di attività di Contact Center, Ricerche di Mercato e Comunicazione Multimediale.

Dai centri commerciali all'energia, dal cioccolato ai servizi di assistenza agli anziani, dalla situazione dei giovani lucani ai trasporti pubblici... Sono veramente eterogenei gli ambiti su cui abbiamo potuto spaziare e che hanno permesso di lavorare sia con l'approccio telefonico che con quello diretto. Diverse sono state le esperienze "routinizzate" che hanno previsto la riproduzione dei medesimi piani di ricerca in situazioni di volta in volta differenti ma anche nuove le offerte predisposte per affrontare in termini innovativi la sfida "della conoscenza" propedeutica all'intervento sul mercato. Anche sul fronte progettazione infatti le opportunità e gli stimoli per metterci alla prova non sono

mancate e confidiamo si traducano in nuove soddisfacenti esperienze sul campo da poter presto raccontare.

Sono state inoltre finalizzate proposte e progetti tecnici per la partecipazione a gare pubbliche di grande interesse per la nostra azienda, il nostro contesto ed il nostro settore di riferimento. In questo caso sarà il tempo a confermare cosa è andato a buon fine e cosa meno. L'auspicio condiviso è che venga confermata questa tendenza che premia il lavoro preparatorio alla strategia, e quindi anche la Ricerca, forti della certezza che un investimento consapevole è già un buon risultato.

Laura Locatelli
(Milano)

Customer Satisfaction per ATB: clientela consolidata e miglioramenti

20 dicembre 2012

Come ogni anno sono stati presentati in un'intensa giornata di condivisione i risultati emersi nel corso dell'indagine sulla Customer Satisfaction di Atb, il servizio di trasporto pubblico di Bergamo.

Una programmazione fitta per una restituzione puntuale delle evidenze raccolte tesa però a favorire, grazie alla partecipazione di tutti i diversi soggetti coinvolti/interessati nel servizio, trasparenza, comunicazione, e motivazione. Un'agenda che ha visto quattro momenti: dalla prima e più sostanziosa presentazione ai dipendenti alla conferenza stampa; e quindi, per il pomeriggio, dalla presentazione alle parti sociali e associazioni di categoria alla presentazione al Consiglio di Amministrazione.

Un'esperienza che testimonia l'importanza della continuità delle rilevazioni e allo stesso tempo valorizza il potenziale delle partnership consolidate. Giunti ormai al sesto anno di indagine con ATB possiamo confermare quanto sia reciproco l'interesse per proseguire in questo

cammino di monitoraggio al fine di mettere a sistema un approccio personalizzato e costantemente adattabile in funzione delle eterogenee e mutevoli esigenze della committenza. La serenità di rapporto con la dirigenza, la consapevolezza della fiducia accordata e la relativa facilità a gestire un progetto di monitoraggio altamente complesso come quello predisposto per ATB (grazie ad un patrimonio consistente di esperienza pregressa) ci porta ad essere partecipi ed orgogliosi dei risultati positivi che questa azienda ogni anno riesce a raggiungere: standard di qualità elevati, diffusa soddisfazione e tendenze di miglioramento registrati su più aspetti cruciali.

Per Datacontact Atb non è solo un cliente importante, un'esperienza di rilevazione significativa ma anche un servizio dal quale - in termini di qualità, attenzione e passione - è possibile imparare per una migliore gestione del servizio all'utenza e reale capacità di ascolto della clientela.

L.L.

Una partnership tecnica con AISLO per il progetto "Basilicata Domani"

Sul finire del 2011 si è prospettata per Datacontact una interessante opportunità di partnership tecnica con AISLO (Associazione Italiana Incontri e Studi sullo Sviluppo Locale) nella gestione del progetto di studio denominato "Basilicata domani". Si tratta di uno studio articolato e su più livelli riguardante la Regione, i suoi abitanti e le sue prospettive, con l'obiettivo di approfondire diverse voci, fra cui quelle di cittadini (giovani e donne come focus) interessati al futuro del territorio, degli abitanti che vi risiedono, delle sue comunità, sondando vincoli, ostacoli ed opportunità e prefigurando - con un approccio metodologico integrato - alcune ipotesi di traiettorie di sviluppo. AISLO è una associazione senza scopo di lucro, costituita da qualche anno per iniziativa di studiosi, istituzioni ed imprese che operano per lo sviluppo locale sia sul piano teorico che delle decisioni ed azioni concrete sul campo. AISLO si pone come luogo d'incontro e di confronto per quanti, da ottiche e prospettive disciplinari differenti, operano sul territorio, ne studiano le caratteristiche, ne elaborano le strategie di sviluppo.

Sul progetto Basilicata Domani, oltre al team di professionisti (sociologi/statistici) dell'Università La Sapienza di Roma, anche Datacontact è entrata a far parte del gruppo di soggetti partner, coinvolti nella elaborazione e messa a fuoco dei materiali di studio e nella composizione del gruppo di lettura ed analisi finale. Inoltre, in accordo con la Regione Basilicata, è stata gestita la rilevazione fieldwork del corposo modulo di progetto dedicato all'indagine demoscopica, che ha previsto l'ascolto di un campione di 1500 persone residenti sul territorio, segmentato per quote di sesso, età e comune di residenza.

Si è trattato di un lavoro importante, ricco di stimoli e fortemente sfidante, ancorché costellato da alcune difficoltà operative e gestionali in virtù della complessa ed articolata struttura di quesionario. Realizzare in un lasso temporale circoscritto un così alto numero di interviste dalla durata media in sede di somministrazione di circa 25 minuti, in un periodo già di per sé problematico qual è quello a ridosso delle festività natalizie, non è stata certo impresa semplice. Ma si è riusciti a raggiungere l'obiettivo ed anche ad ottenere un buon tasso di partecipazione e di disponibilità da parte della popolazione intervistata in tutti i comuni oggetto di campionamento.

Nel mese di gennaio è stato consegnato, a seguito delle elaborazioni ed analisi fornite dall'Università, un primo draft di documento,



già di per sé molto ricco di indicazioni, cui seguirà nelle prossime ore un lavoro più raffinato di analisi, lettura ed interpretazione del ricco corredo di risposte registrate e tendenze emerse. La popolazione intervistata ha evidenziato peraltro una ricchezza di sfumature nel descrivere il proprio rapporto con la terra d'origine, il proprio legame ed il proprio senso di affezione e di appartenenza, che costituiscono elementi di valore forti con cui leggere e stemperare la pur forte area di malessere per l'attuale andamento dell'economia e per gli indicatori turbolenti e poco rosei relativi al benessere sociale, in specie per quel che riguarda le variabili occupazionali, l'impiego di giovani, le prospettive per il futuro.

Gli elementi di riflessione e le prospettive però non mancano ed è su queste tracce che si andrà a lavorare. Il prossimo passo sarà sicuramente quello più stimolante poiché volto a mettere a fuoco alcune indicazioni e tematizzazioni su cui esperti, tecnici, imprenditori, professionisti, interlocutori istituzionali e politici si andranno a confrontare.

Si partirà dalla condivisione del report e dei dati da parte di un gruppo di giovani professionisti lucani che parteciperanno alla analisi estensiva emersa a seguito dalla indagine demoscopica con l'obiettivo di dare diffusione, continuità, radicamento al lavoro svolto.

Il compito e il lavoro di questo gruppo ha molteplici obiettivi, da un lato l'analisi ed elaborazione delle opinioni dei cittadini a partire da una conoscenza consolidata del contesto, quindi la costruzione di un network locale di discussione su scenari e prospettive del futuro in Basilicata e per la Basilicata, creando le condizioni perché l'iniziativa si radichi e possa costituire un punto di discussione, provocazione, stimolo e lavoro coordinato su futuro e strategie possibili di sviluppo sostenibile per la Regione. Una piattaforma di studio e di confronto che meriterà di essere raccontata nei suoi step di avanzamento.

Una promessa ed un impegno che manterranno anche grazie agli aggiornamenti sui prossimi numeri della nostra newsletter.

Rossella Tosto

L'indagine di Customer Satisfaction curata da Datacontact all'interno della Carta della Mobilità ATB 2011.

LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

ATB Consorzio, attraverso la società Datacontact s.r.l., ha realizzato nel mese di maggio 2010 l'indagine annuale sulla soddisfazione dei clienti, sulle loro aspettative e sul grado di rispondenza del servizio offerto alle loro esigenze.

Il valore della sicurezza in azienda

Le principali precauzioni da seguire ed il quadro normativo che disciplina e tutela la salute dei lavoratori

Il tema della sicurezza nei luoghi di lavoro ormai da anni rappresenta un argomento oggetto di attenzione e di discussione essendo indissolubilmente connesso ad aspetti di natura umana e sociale.

Da anni in Italia la materia è stata disciplinata e regolamentata attraverso leggi di settore con l'obiettivo di seguire il traguardo posto dall'unione europea di diminuire sensibilmen-

te il numero degli infortuni sul lavoro.

Promuovere l'informazione e la formazione di questi temi è un dovere anche delle aziende e Datacontact ritiene opportuno divulgare, con tutti gli strumenti di comunicazione interna a disposizione, tali argomenti.

La intranet aziendale è il modo più immediato per dare voce alle informazioni sulla sicurezza

in azienda. Sono infatti presenti e a disposizione della consultazione dei dipendenti e collaboratori notizie, consigli e informazioni sulla tematica, ma ci sembra opportuno richiamare l'attenzione, anche attraverso la nostra newsletter, su quanto in tema di sicurezza attiene al nostro lavoro e alla nostra professione.

Come è facile comprendere una realtà come la

nostra, pur non avendo un fattore di rischio alto per la tipologia di attività gestita, richiede comunque particolari attenzioni e precauzioni che possono aiutarci a lavorare meglio tutelando la nostra salute.

Di seguito, quindi, riportiamo alcune slide riassuntive e informazioni di massima da tenere presenti durante le ore di attività lavorativa.

Stiamo sicuri!

Potrebbe essere questo il claim in materia di sicurezza dopo la sobria ubriacatura sanremese del lucano "stiamo tecnici".

Oppure, spostandoci nella fascia notturna presidiata dal buon Gigi Marzullo, potremmo chiederci: "Siamo proprio sicuri?"

La domanda non sarebbe retorica, anche se la risposta è senza dubbio affermativa. In realtà la questione della sicurezza durante l'attività lavorativa si presta poco a semplificazioni di sorta: si tratta di una materia complessa sulla quale tutti dovremmo soffermarci.

La sicurezza sul luogo di lavoro è disciplinata dal decreto legislativo 9 Aprile 2008, n. 81 – Testo Unico sulla salute e sicurezza sul lavoro. Successivamente il Testo Unico è stato integrato dal D.lgs. n. 106 del 3 agosto 2009 recan-

te disposizioni integrative e correttive. La normativa vigente ha visto il superamento della "vecchia" legge 626, nome affettuoso con il quale noi tutti conosciamo il decreto legislativo del 1994 perché collegato ai 15 minuti di pausa previsti ogni due ore di lavoro.

In sostanza il Testo Unico ha introdotto la figura dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) di pari passo con l'obbligo per il datore di lavoro di emettere una documentazione di valutazione complessiva di tutti i rischi per la sicurezza e la salute durante l'attività lavorativa (DUVRI).

Sicuramente il vantaggio delle nostre attività rispetto ad ambienti produttivi e manifatturieri è quello di avere tipologie limitate dei fattori di rischio. Non ci sono rischi per la salute di tipo

fisico, chimico e biologico né particolari rischi meccanici e impiantistici: ciò non toglie che – a parte le figure previste dall'organigramma aziendale per la sicurezza – tutti i lavoratori dovrebbero consultare la sezione dedicata della intranet, all'interno del Capitolo "Deontologia-qualità-e-privacy".

In particolare qui sono elencati i rischi specifici collegati all'attività di operatore telefonico, oltre ai rischi generali che rimandano a norme di buon senso, comuni a tutti i luoghi al pubblico.

La cultura della sicurezza è un valore che si costruisce attraverso l'informazione e la consapevolezza dei propri comportamenti sul luogo di lavoro: in fondo si tratta semplicemente di osservare regole di buon senso come

non utilizzare le prese di corrente per apparecchiature elettriche proprie, non ingombrare le vie di uscita, i passaggi comuni e le aree di apertura delle uscite di sicurezza, fino all'intramontabile divieto di fumare.

La norma prevede che siano presenti una serie di figure preposte alla gestione di vari livelli di responsabilità: dai già citati RLS agli addetti al primo soccorso, agli addetti alla prevenzione incendi ed emergenze.

Ma è evidente che la collaborazione di tutti i lavoratori è fondamentale ai fini di una corretta opera di prevenzione sui rischi presenti sul luogo di lavoro: questo costituisce la sicurezza principale... in materia di sicurezza.

Giuseppe Sciacovelli

RISCHI SPECIFICI - ERGONOMIA

Postazione di lavoro

Il sedile di lavoro deve essere stabile e permettere libertà nei movimenti, nonché l'assunzione di una posizione comoda.

RISCHI SPECIFICI – AFFATICAMENTO VISIVO

Disturbi

Si tratta di un sovraccarico dell'apparato visivo.

I sintomi sono bruciore, lacrimazione, secchezza oculare, senso di corpo estraneo, fastidio alla luce, dolore oculare e mal di testa, visione annebbiata o sdoppiata, frequente chiusura delle palpebre e stanchezza alla lettura.

Sono disturbi che si manifestano in chi è sottoposto a stress visivo e possono causare vere e proprie malattie.

Misure di prevenzione

- non avvicinarsi al monitor per migliorare la visibilità
- per i portatori di occhiali utilizzare lenti antiriflesso
- effettuare pause di 15 minuti ogni due ore di lavoro avendo cura di alzarsi per sgranchirsi le braccia e le gambe

RISCHI SPECIFICI – RUMORE (VOLUME ALTO)

L'operatore telefonico è soggetto al volume della voce dell'interlocutore che non può regolare.

Le cuffie in dotazione sono in grado di tagliare i picchi di volume più alti

Per la tipologia del lavoro, che implica un continuo parlare con gli interlocutori, sono possibili manifestazioni di "affaticamento vocale" che possono arrecare irritazioni ed infiammazioni a carico delle corde vocali. È opportuno, a tal proposito, che tutti gli operatori apprendano le corrette tecniche del linguaggio e dell'impostazione vocale.

RISCHI SPECIFICI

Tutti i monitor presenti sulle postazioni di lavoro sono di moderna concezione e sono muniti del marchio di conformità CE.

Le radiazioni generate dai monitor sono di bassa intensità e risultano nulle già a distanza di 15-20 cm dagli occhi dell'operatore

Gli impianti presenti nelle sedi sono tutti conformi alle vigenti normative di sicurezza. È tuttavia vietata qualsiasi manomissione dell'impianto e delle apparecchiature elettriche.

Per gli interventi di manutenzione occorrerà sempre rivolgersi a personale specializzato.

Sulla intranet aziendale sono presenti le indicazioni sulle procedure di emergenza e i piani di evacuazione antincendio per le diverse sedi operative.

Ritorno al futuro TIM: un anno di attività in vista di nuovi traguardi

Il 2011 è stato un anno particolarmente intenso per l'intera commessa Tim e per tutti noi che abbiamo l'onore e l'onere di viverla professionalmente ogni giorno dell'anno, 365 giorni su 365.

Un anno ricco di soddisfazioni per i risultati quali-quantitativi conseguiti, frutto di un metodico ed organizzato lavoro di squadra che ci ha consentito di potenziarci psico-fisicamente, alla luce dei sempre più sfidanti obiettivi posti dal nostro committente, di fatto divenuto più esigente in un mercato in cui i risultati quali-quantitativi fanno necessariamente la differenza.

Giusto attribuire a tutti gli OT impegnati direttamente sul 119 ed ai relativi TL i dovuti riconoscimenti per quanto di buono fatto (ed apprezzato...) pur nella consapevolezza che tutto è perfezionabile e migliorabile in un mercato frenetico che, inevitabilmente, risente del periodo di recessione economico vissuto.

Doveroso evidenziare da parte del sottoscritto e di Pia (che ha l'ingrato compito di dividerne gioie e passioni professionali, per giunta nella stessa stanza per circa 8 ore al giorno... anche mia moglie avrebbe alzato bandiera bianca) il grande lavoro svolto da chi, dietro le quinte, mi riferisco ai colleghi di regia, pianificazione e logistica, ci consente di poter operare proficuamente e di poter soddisfare le richieste provenienti al nostro centro dai clienti Tim.

Mesi importanti ci attendono, in cui tutti gli obiettivi prefissati (e preannunciati nel corso del primo ed atteso incontro tenutosi a metà mese con la squadra operativa Tim, guidata dall'Ing. Ferrini) devono essere centrati, evitando che egoismi ed individualismi possano ledere il buon lavoro di squadra, assolutamente necessario perché la nostra attività possa e debba continuare.

Occorre rimanere con i migliori, cercando in tutti i modi di non essere estromessi da quella fetta di mercato, nuovamente e fatalmente disponibile, nonché oggetto delle attenzioni dei nostri cari competitor, più che mai decisi ad impossessarsene.

Niente lacrime e sangue, per carità... ma grande disponibilità e massima cura ed attenzione da parte di tutti anche di quei particolari lavorativi apparentemente meno significativi.

Tendere all'eccellenza vuol dire anche e soprattutto questo, rendendo di fatto inaccettabile ogni possibile forma di risparmio, ecce-

zion fatta per quello energetico.

Chi si risparmia sul lavoro finisce con il recare pregiudizio a chi di fatto opera proficuamente e correttamente, mortificandone sforzi e sacrifici... In special modo quando tale inerzia preclude il raggiungimento di importanti obiettivi, irrealizzabili senza una strategica cooperazione, da cui non possono esimersi coloro i quali hanno il compito di guidare e coordinare il proprio team di lavoro. Ed è proprio qui che la dialettica, il confronto, il rispetto, la professionalità debbono farla da padrone, costituendo lo strumento cardine del nostro quotidiano modus operandi.

Datacontact ha un'anima in quanto costituita da Persone Vere ed è lontana anni luce da tante altre realtà lavorative sia per la qualità del lavoro espressa che per l'ambiente lavorativo offerto, sano e di grande spessore umano, con una storia professionale ed umana fatta di tante pagine avvincenti, in quanto ricche di soddisfazioni, di capitomboli, pronti riscatti, recuperi straordinari, in un'unica parola di vera vita vissuta, lavorativa e non, in cui la fiducia nei propri mezzi e nelle proprie capacità non è mai venuta meno.

A tutti noi il compito di preservarla...

E Noi tutti dell'area Tim, senza esclusione di sorta, ci adopereremo perché concretamente le parole si traducano in fatti, per la serie verba volant, scripta manent.

E mentre operiamo fattivamente working in progress, mi preme salutare tutti i nostri cari lettori, augurando ed augurandoci un Grande 2012, sotto il profilo umano e professionale.

Il futuro, infatti, appartiene a coloro che credono nella bellezza dei propri sogni, il cui perseguimento può e deve generare tantissime e grandissime soddisfazioni...

Il mio auspicio è che ci sia sempre spazio e tempo per coltivarli, fiducioso in un domani diverso che possiamo e dobbiamo rendere migliore, attivandoci in prima persona, senza attendere grazie o concessioni altrui ed in special modo evitando di appellarsi alle svariate forme di sfortuna, cui inopinatamente attribuiamo quelle che a mio di vedere sono solo nostre piccole o grandi lacune, colmabili con la passione, la determinazione ed il coraggio delle proprie idee e delle proprie azioni.

Vito Caruso
(Matera)

Una battaglia a colpi di contratti tra i field potentini



Come diceva una nota pubblicitaria "Natale quando arriva arriva...". Beh effettivamente è stato così anche per noi della sede Datacontact di Potenza. Il 18 gennaio è ritornato come per magia il Natale, tutti sorridenti ed impazienti, attendevamo l'arrivo di... nooo, non di Babbo Natale, ma della Dott.ssa Rossella Tosto e di Eddy Leonio.

Ma facciamo un passo indietro. A novembre del 2011, apprendiamo con "sorpresa" che non lavoreremo più per la commessa Telecom e così quasi come un trasloco frettoloso, ci ritroviamo con il nuovo (solo per alcuni) committente, Iren Mercato. Per agevolare ancor di più il nostro ingresso e renderlo più dolce, l'azienda decide di realizzare una gara per i nuovi operatori, per i vecchi e per un piccolo gruppo che si occuperà di un test sperimentale sulla Basilicata, termine ultimo della gara il 17 dicembre 2011!

Inizia così una entusiasmante "guerra" a colpi di contratti e ore lavorative...

Chi sarà il vincitore?

I premi in totale sono sette: 1° 2° 3° posto per gli "old", 1° 2° 3° posto per i "new" e solo il 1° posto per il gruppo "Basilicata".

Quindi torniamo al racconto del 18 gennaio 2012. L'arrivo della Dottoressa Tosto è imminente, tutti siamo presenti ed io sono molto impaziente, perché anche se non ho partecipato alla gara, in quanto mi occupo di attività di Back Office, penso comunque che sia una bellissima iniziativa!

I nostri ospiti arrivano con i regali, ma non iniziamo subito perché Vito Palladino sta finendo la registrazione di un contratto, attendiamo solo lui e nel frattempo io mi offro di fare la "valletta" per la consegna dei premi.

Come ogni premiazione che si rispetti, vengono fatti i primi cinque nomi "old" che sono arrivati in finale. Applauso per: Giuseppina Laguardia, Rosa Gallo, Donatella Felitti, Carol Giambrocono e Claudia Panio. Ed ecco i nomi dei tre vincitori: al primo posto Claudia Panio che si aggiudica un pc; al secondo posto Carol Giambrocono premiata con una fotocamera; al terzo posto Donatella Felitti che vince il lettore mp3. Ed ecco le tre veterane che si aggiudicano i premi decretando una vittoria tutta al femminile che viene resa ancora più importante dal discorso della nostra Donatella Felitti. "Io sono orgogliosa di questo premio, perché faccio parte delle cinque persone che hanno fatto partire questa commessa - ha affermato Donatella -. Personalmente il campo dell'energia e quindi il mondo di Iren, lo sento molto più vicino al mio modo di essere, perché mi sento più portata per la vendita consulenziale che per quella aggressiva che

magari si utilizza per altri settori e per altri prodotti... sono contenta del premio e spero tanto che al più presto si possa organizzare una bella cena tutti insieme".

Un piccolo momento di imbarazzo, tanti applausi e poi si passa subito alla premiazione del gruppo "new". Anche in questo caso si procede alla lettura dei nomi dei primi cinque classificati: Gerardo Summa, Costanza Acquaviva, Rosanna Russino, Marco Bove, Valentino Scattono. Al terzo posto si classifica Marco Bove vincendo la cornice digitale; al secondo posto Rosanna Russino che si aggiudica un cellulare; sul gradino più alto del podio sale Valentino Scattono premiato con un televisore. Scattono, intervistato brevemente circa la sua vittoria racconta le sue emozioni: "Sono molto soddisfatto del premio perché da quando lavoro in Datacontact, ho sempre dimostrato di riuscire ad ottenere buoni risultati, mi sono trovato bene quando lavoravo per un'altra commessa, ma ho trovato il mio modo di commercializzare anche per i servizi del committente Iren Mercato - spiega Valentino - quindi spero che questi risultati che ho ottenuto nel passato e nel presente possano essere riconfermati anche in futuro per tutti noi."

Siamo quasi al termine della premiazione e manca solo il vincitore del gruppo Basilicata. Solo un nome. Chi sarà? I ragazzi sono in attesa. A contendersi la vittoria ci sono Roberta Restaino, Anna Carriero, Stefano Martorano, Vito Palladino. E proprio quest'ultimo, Vito Palladino, si aggiudica il primo premio, un bellissimo pc portatile! Vito Palladino inizia subito il suo discorso di ringraziamento: "Sono molto felice di questo premio, perché ho iniziato da poco, ho avuto anche altre esperienze in altri call center, ma devo ammettere che l'organizzazione e la professionalità che ho visto qui a Datacontact non le ho trovate da nessuna parte... - confessa Palladino - mi sono ritrovato a lavorare a questo test nella Basilicata e devo dire che mi è piaciuto molto, anzi spero che in futuro possa esserci nuovamente un altro test al Sud e spero di portare ancora grandi risultati".

Non poteva quindi che mancare una coloratissima foto di gruppo, scattata direttamente dalla fotocamera di Carol.

Immortaliamo questo momento augurandoci che sia l'inizio di una nuova sfida, tutti uniti e ognuno con il suo modo di essere e di vendere... siamo i pezzi di un grandissimo puzzle che si chiama Datacontact e io sono orgogliosa di farne parte!

Ileana Cannone
(Potenza)



Power to me, racconto della mia nuova avventura

Eccomi qui... pronta a raccontare di come e di quanto all'improvviso la mia vita professionale sia cambiata. Nel "lontano" marzo 2011, ebbe inizio la mia avventura professionale all'interno di Datacontact.

Qui ho iniziato come operatrice telefonica per la commessa di Seat Pagine Gialle.

Ricordo ancora il mio primo giorno in cuffia come fosse ieri e l'imbarazzo della prima chiamata. La mia voce tremava e accennavo ad una leggera balbuzie, leggera ma pesante quanto basta per far sì che la prima e le successive chiamate fossero il frutto di un approccio inadeguato. Speravo che nessuno mi ascoltasse. Difatti, dopo tre giorni, arrivò la prima vendita con la piacevole scoperta delle soddisfazioni che questo lavoro poteva regalare. Ben presto presi dimestichezza con il prodotto, con i clienti e con i miei colleghi e dopo qualche mese giunse la notizia che 10 di noi avrebbero lavorato per una nuova commessa, qualcosa di completamente diverso. Io come gli altri ero un po' spaventata, ma carica di aspettative.

Da questo punto in poi iniziamo questa nuova avventura marchiata "Vodafone".

La prima settimana, trascorse nella disperazione più totale, mi sentivo inadeguata e venni assalita da quella solita balbuzie tipica del periodo di assestamento. Per fortuna sull'ansia prevalse l'entusiasmo e la volontà di condividere un'esperienza intensa. A distanza di qualche mese poi, la mia supervisor, Emanuella, mi comunicò quello che mai mi sarei aspettata... In realtà la prima volta non capii, si avvicinarono quatta quatta e si posizionò

dietro di me e poggiandomi una mano sulla spalla mi chiese quali impegni avessi oltre al lavoro. Sorrideva, ma io continuai a non capire. Dopodiché mi disse esplicitamente che avrebbe avuto bisogno di una persona motivata e grintosa per il coordinamento di nuove risorse che da lì a poco sarebbero subentrate. Mi sentii di colpo arrossire, e sorrisi come una bambina, non sapevo cosa dire, ero completamente inebetita. Mentre cercavo di metabolizzare la notizia, sentii di colpo la voce di qualcuno al telefono..."pronto, pronto"...mi accorsi che avevo dimenticato di premere su pausa. Così risposi e biascicai qualcosa tipo..."buonasera... chamo daja direzione commesiale"... ecco avrete capito che ero sconvolta.

Quando si passa da un ruolo ad un altro senza avere la piena consapevolezza di ciò che accadrà, le preoccupazioni sono tante. Pensi che sarà difficile approcciarsi con persone che hanno iniziato con te, che hanno vissuto con te i malumori e i piaceri dello "stare in cuffia".

Uno dei principi fondamentali di questo lavoro, ma riscontrabile anche in altri contesti, è non dimenticarsi mai da dove si viene e che cosa si è fatto prima di allora.

Mi reputo fortunata per l'opportunità che l'azienda mi ha dato attraverso la quale ho preso coscienza delle mie potenzialità messe in campo giorno dopo giorno con i miei colleghi e i ragazzi della squadra di Vodafone.

Angelica Zigrino
(Bari)

A carnevale ogni scherzo vale... se la vendita sale!

L'avvicinarsi del primo anno di vita della commessa inbound di Enel Energia testimonia un punto di crescita in Datacontact, nonostante il periodo ricco di incertezze e difficoltà che stiamo affrontando come individui e come azienda. Lo spirito di squadra che ci contraddistingue, la bravura della capo commessa Lucrezia Locantore e di tutti i nostri Team leader, uniti al nostro intenso lavoro e alla nostra sorprendente allegria, hanno fatto sì che l'attività rag-

giungesse una base solida su cui continuare a spendere la nostra voglia ed il nostro entusiasmo.

E dato che a Carnevale... ogni scherzo vale... abbiamo pensato di omaggiare il cartellone delle vendite con dei simpatici disegni!

Michela Adduci
(Matera)

Vodafone: 40 nuove risorse @ home

Quando inizia un nuovo anno si è soliti affrontare le comuni giornate con uno spirito diverso: buoni propositi, migliori auspici, ventate di novità. Il più delle volte si tramutano in iniziative che, via via col passare dei giorni, terminano nel solito dimenticatoio riportando il tutto alla consueta routine quotidiana.

Eppure il 2012 ha portato davvero una sostanziosa novità nella nostra sede di Viale Europa: l'entrata in attività di circa 40 nuove risorse.

Avendo seguito in prima persona gli ingressi in commessa di questo folto gruppo di risorse, non nego che da subito sono stati curati gli aspetti utili ad evitare le difficoltà nell'inserimento e nell'integrazione delle risorse in un gruppo compatto e veterano. Lo stesso dicasi per i nuovi colleghi di staff che con decisione e professionalità hanno da subito coadiuvato le attività di coordinamento fields e di back office.

Cambio attività... con Energia

Quando Vito Caruso con la Dott.ssa Petrarà, mi hanno comunicato che da fine ottobre avrei cambiato commessa passando ad Enel Energia, ho avvertito sentimenti contrastanti: da un lato gioia per una nuova prova lavorativa molto stimolante, ma d'altra parte avrei dovuto lasciare un lavoro con competenze già acquisite e un team affiatato e consolidato in Tim. Ma le sfide lavorative mi piacciono davvero molto e infatti le mie aspettative non sono state deluse; ho ritrovato "vecchie" conoscenze come i TL Mary, Gianluigi, Nando, Massimo e il "capo" Lucrezia, ma anche tanti, colleghi con i quali non avevo mai avuto modo di confrontarmi e ne sono stata conquistata per l'ambiente fresco e motivato al raggiungimento degli obiettivi facendo mi sentire benvenuta da tutti.

Maria Angela Burgi
(Matera)

La mia esperienza sulla commessa Enel Energia cominciò così: chiesi alla mia TL Tim di poter parlare con Vito Caruso per una richiesta di ore di permesso e per tutta risposta Vito mi propose di passare ad Enel Energia dal giorno successivo... ed ora eccomi qui al primo piano con nuovi ritmi di lavoro, nuovi colleghi, nuovi obiettivi. Come tutte le cose i cambiamenti hanno pro e contro: il pro più importante è poter avere una gestione migliore del mio tempo grazie a turni diversi; il contro è aver lasciato i miei amati "ragazzi Tim".

A parte tutto, il mettersi nuovamente in gioco è uno stimolo per la mente ad andare sempre avanti, sfidando i limiti e acquisendo maggiori competenze su più campi.

È proprio con questo atteggiamento che sto vivendo la mia avventura ENEL.

Spero di raggiungere presto dei buoni risultati con la mia nuova commessa riuscendo così a dare un'impronta personale in un ambito fino ad ora a me sconosciuto come quello dell'energia elettrica e dell'erogazione del gas. Per il momento una piccola conquista l'ho già ottenuta: ho imparato a leggere una FATTURA!!!

Rossella Sciannanteno
(Matera)

Per quanto concerne la produttività, l'apporto dato all'aumento delle ore di attività sulla commessa ed il conseguente incremento delle vendite, hanno fatto sì che la campagna Vodafone@home avesse un buon progresso in termini di resa e di redditività.

Ci sono tutti i presupposti per portare la campagna a target in vista soprattutto della chiusura dell'anno fiscale Vodafone previsto alla fine di marzo prossimo. Restano le difficoltà di un contesto economico poco dinamico ed uno scenario competitivo molto agguerrito, ma mai come ora abbiamo tutte le carte in regola per un successo troppe volte auspicato ma poche volte raggiunto.

L'azienda ed il committente ce la mettono tutta, noi che siamo l'anima dell'attività faremo certamente la nostra parte.

Luca Gnurlandino
(Matera)

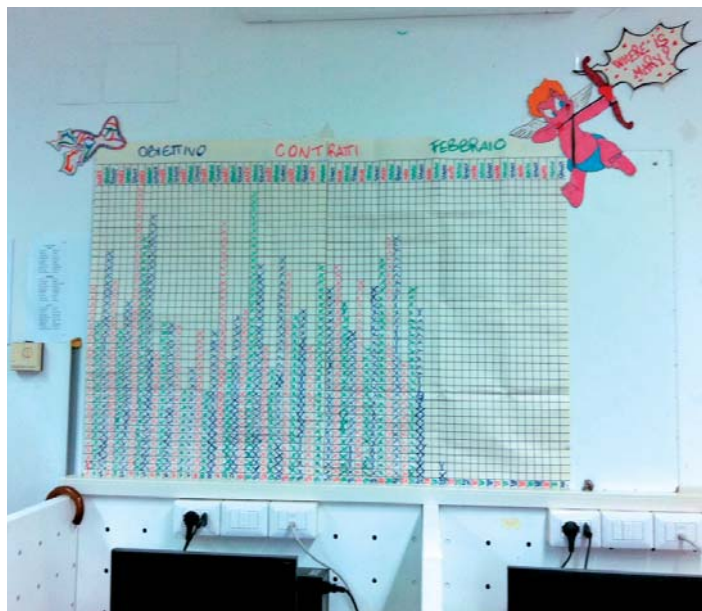
Un dopo lavoro... demodè!

Lo staff Vodafone composto da Emanuella, Fabio, Angelica e Giuseppe, fin da subito è riuscito a trovare il giusto affiatamento e la giusta intesa. Questo nostro essere sempre uniti, ci dà la possibilità di vivere ogni giorno in maniera positiva. Non mancano le difficoltà, che affrontiamo con tanta forza e unione, ma ci sono anche bei momenti. Beh, certo, i bei momenti li condividiamo anche con gli operatori del gruppo Vodafone affinché la giornata trascorra con maggiore armonia e qualsiasi difficoltà venga vissuta con energia e vitalità. Tutti insieme quindi, oltre ad essere uniti durante le giornate lavorative, amiamo anche passare insieme il nostro tempo libero organizzando cene o riunendoci in serate rivivendo dalla nostra festosità e complicità.

L'appuntamento al quale non potevamo assolutamente mancare è stato quello svoltosi il 21 febbraio 2012... MARTEDI GRASSO!

Vestiti a maschera (usando al meglio la nostra fantasia e condividendo le idee più bizzarre) abbiamo trascorso la serata presso la discoteca Demodè. Circondati da gente irrisconoscibile, perché mascherata, ci siamo buttati nella mischia. La musica, l'allegria e il divertimento hanno allietato la serata... dopo una giornata tanto difficile. Abbiamo immortalato ogni istante con delle foto, per poter ricordare sempre quel momento tanto spumeggiante. Certo, questo evento non potrà mai essere paragonato alle magnifiche feste di carnevale di Datacontact organizzate anni fa presso la ex sede di Bernalda. Nonostante il periodo carnevalesco sia terminato, continueremo a trascorrere le nostre giornate (lavorative e non) con tanta allegria e voglia di andare avanti insieme e crescere professionalmente.

Emanuella Cipriani
(Bari)



Matera-Bari: un gemellaggio per la commessa Sky

Quando un lunedì sera Luisa Artuso mi ha chiesto: "Bongi (come mi chiama affettuosamente la mia team leader), cosa hai da fare domattina?" tutte le 'galassie' del mio cervello si sono scontrate. Pensai che se avessi risposto: niente, perché?, non avrei potuto svincolarmi davanti all'eventualità di una richiesta poco gradita, ma la curiosità che imperava nel mio sistema nervoso mi ha portato a rispondere proprio: "Niente, perché?". "Domani mattina - disse lei - alle 9.30 devi farti trovare qui in azienda perché andiamo assieme nella sede di Bari". Wow, una nuova esperienza! Da un po' siamo in gemellaggio con i colleghi baresi e questa volta è toccato a me!

La nuova sede Datacontact, sita nel quartiere barese di Poggiofranco con tutto l'organico dei colleghi impegnati su Sky Prospect, mi ha ricordato tantissimo l'ambiente della sede di Matera al tempo dello start up della commessa a luglio 2010. Rivedo quella sala fatta di poche persone, raccolta e familiare, un po' come fosse un'incubatrice o una nursery.

Oggi a Matera siamo cresciuti numericamente e professionalmente, abbiamo mosso i primi passi anche da soli e tra l'altro abbiamo il piacere di condividere l'obiettivo con colleghi precedentemente impegnati su altre commesse. Ritornando ai colleghi pugliesi è pro-

verbale la loro sfacciataggine e il loro appeal da venditori, inutile sottolineare quante risate si possono fare durante le trattative telefoniche, l'ironia tipica barese è evidente soprattutto nei più giovani e il loro essere spensierati porta inevitabilmente a distinguersi per originalità e voglia di insistere e tentare la vendita anche con i clienti più ostici. Instancabili e grandi affabulatori, questo il mio parere.

È stato divertentissimo stare in mezzo a loro, affiancarli, condividere strategie di vendita e scrutare tra le loro tecniche scoprendo nuove possibilità per rinnovare il mio approccio con un tocco sfacciato e frizzante.

Che dire poi dell'empatia e della confidenza con i team leader, le battute inimitabili, i continui sorrisi, una bella squadra fatta di componenti che fanno funzionare il gruppo e consentono ad esso di andare avanti nella maniera migliore, i baresi per antonomasia sono riconosciuti come implacabili venditori, convinti e convincenti, gli operatori sono veri e propri gladiatori! So che leggeranno questo articolo, per questo ne approfitto per salutarli tutti e per aggiornarci al prossimo gemellaggio!

Anna Maria Bongermano
(Matera)



Alla scoperta di un nuovo mondo nell'universo Datacontact

"Da domani lavorerete al Multiskill." Con queste parole si è aperta per noi una nuova parentesi professionale lontana anni luce dal mondo delle commesse Tim e Telecom, per le attività delle quali, eravamo stati impegnati fino ad allora. Ci aspettava una nuova formazione, altri colleghi da conoscere ed affiancare. Ritmi differenti dai precedenti. Target clientelare diverso. Intraprendere una nuova esperienza rappresenta sempre una sfida con se stessi. Il cambiamento stesso è una sfida, poiché nell'affrontarlo ci si rimette in gioco andando incontro a dubbi e incertezze di varia natura. Ce la posso fare? Mi conviene davvero? Forse no, forse sì. Ma alla fine, colti da un improvviso senso di curiosità misto al desiderio di cambiamento accettiamo, ritrovandoci catapultati in un'altra realtà lavorativa, seppure sempre all'interno di Datacontact, nuova e stimolante ai nostri occhi. Con questo spirito ci siamo avvicinati al

mondo Multiskill., senza riserve, un po' ansiosi come nell'attesa di un'interrogazione ma determinati e sicuri che ce l'avremmo fatta e che la nuova sfida non ci avrebbe colti impreparati. Nella sede di Viale Europa abbiamo trovato un ambiente sereno ed un team affiatato coordinato perfettamente da Giovanna Conteduca e Tommaso Tozzi che hanno contribuito insieme ai nostri nuovi colleghi all'integrazione nel gruppo di Multiskill. Grazie al loro affiancamento e alla loro disponibilità ci stiamo pian piano abituando a sostenere i ritmi e ad affrontare le difficoltà che questa commessa presenta. Col tempo siamo convinti di acquisire le giuste competenze nella speranza di diventare operatori su cui fare affidamento.

Domenico Grassani, Grazia Montemurro
Giuseppe Salluce, Francesco Tarasco
(Matera)

INTERVISTE QUADRUPLE a cura di Michele Cifarelli



Marianna Lamagna
(Matera - viale Europa)



Dario Ricciardi
(Matera - via Lazizzera)



Mauro Manzari
(Bari)



Giuseppe Limongi
(Potenza)

Il 2012 fra profezie, prospettive e previsioni.

Tu sei di quelli che credono solo a ciò che vedono o che si lasciano trasportare, di tanto in tanto, dalla superstizione e dalla scaramanzia?

Marianna: La superstizione un certo fascino lo esercita e di tanto in tanto mi lascio trasportare.

Dario: Personalmente mi sento molto realista: bando quindi alla superstizione. Io sono come San Tommaso: credo solo a ciò che vedo.

Mauro: Vivere solo di scienza non si può. Anche il soprannaturale e ciò che sfugge al rigore scientifico hanno un loro fascino.

Giuseppe: Non su tutto e non sempre ma da fatti che poggiano su un minimo di oggettività, mi lascio trasportare.

Secondo la famosa profezia Maya, il 2012 non sarà proprio dei migliori. Cosa ne pensi?

Marianna: Credo che di cambiamenti ce ne saranno ma non così significativi. Bene dunque non lasciarsi condizionare dalle previsioni di estinzione di una civiltà estinta.

Dario: Il mondo Maya mi ha sempre molto affascinato. Del resto la loro profezia ma anche quelle contenute nelle Sacre Scritture convergono su un fatto: lo scontro fra il bene e il male. E, malgrado tutto, questo scontro, nei momenti cruciali della Storia, ha sempre prodotto periodi più o meno lunghi di pace.

Mauro: Molti si stanno lasciando influenzare eccessivamente. I Maya erano grandi astronomi e matematici ma non erano in grado di formulare previsioni così ad ampio raggio.

Giuseppe: Non si tratterà certo dell'impatto con un meteorite o una cometa ma credo che nel 2012 ci saranno dei cambiamenti.

In una scala crescente da 1 a 10, che ruolo ha giocato il cinema nell'evocare scenari da fine del mondo? Perché?

Marianna: 7! Del resto immagini shock ed effetti speciali sono sempre più frequenti, proprio per catturare il pubblico.

Dario: 5! Io direi che il Cinema spesso traduce paure e immaginazione: oltre a influenzare l'opinione pubblica ne è anche influenzato.

Mauro: 8! Se non ricordo male hanno girato un film proprio sul 2012: il Cinema ci marcia da sempre ed è facile capire perché.

Giuseppe: 10! Il Cinema cavalca l'onda da sempre e non si è certo lasciato sfuggire l'opportunità di sfruttare paure ed incertezze.

A volte però la realtà supera anche la fantasia e ci pone di fronte a scenari e situazioni davvero impensabili. Te ne ricordi qualcuna che ti ha particolarmente colpito? Perché?

Marianna: Lo tsunami in Giappone e il conseguente disastro nucleare. In questo caso, altro che film di fantascienza!

Dario: Lo tsunami del 2004, nel Sud-Est Asiatico. Un disastro naturale senza precedenti.

Mauro: L'11 settembre 2001. Un vero e proprio punto di svolta per la Storia umana, un evento in grado di condensare, in una sola volta, decine di film!

Giuseppe: L'attentato alle Torri Gemelle. Un

fatto di cronaca andato oltre ogni più fervida immaginazione.

Se per la fine del mondo occorrerà attendere qualche miliardo di anni, non così per le sfide che ci aspettano al varco. Quali sono, secondo te, le tre principali priorità che attendono l'Italia, nell'immediato?

Marianna: La crisi economica; i disagi e i disservizi per i cittadini.

Dario: Il pareggio di bilancio; il rientro delle forze armate italiane dall'estero; un migliore sfruttamento delle nostre risorse naturali, a vantaggio però degli italiani.

Mauro: La crisi economica; il grande divario con l'estero e col Nord Europa, in particolare; l'attenzione ai giovani e all'estro artistico in generale.

Giuseppe: Per l'Italia oggi è prioritario affrontare il problema dell'occupazione, dal quale dipende la crescita.

E le principali sfide che riguardano la tua città?

Marianna: Per la mia città (Grottole): l'emorragia dei giovani; l'immobilismo del paese, in termini di mancanza di lavoro e prospettive.

Dario: Per la mia città (Matera), nell'ordine: la crescita dei trasporti per collegarla a Bari e Potenza; il turismo; l'occupazione in generale.

Mauro: Per la mia città (Bari), nell'ordine: le tasse e il costo dei ticket per il parcheggio; gli spazi dedicati all'arte; il sostegno ad attività artistiche e ricreative.

Giuseppe: Per la mia città (Potenza), la vera sfida è cambiare mentalità: per mettere su un'azienda, ad esempio, occorrono coraggio e spirito di iniziativa ma anche il sostegno delle istituzioni.

Rispetto ad un anno fa, ritieni che oggi si possa guardare al futuro con maggiore pessimismo, od ottimismo? Perché?

Marianna: Con più pessimismo! Nel 2011 ho messo in piedi tanti progetti che non hanno visto la luce. E temo il peggio per quest'anno.

Dario: Al futuro non si può che guardare con ottimismo, anche se è inutile nascondere che il 2012 sarà davvero impegnativo.

Mauro: Con più ottimismo! Non siamo messi bene ma l'Italia è ancora un gigante economico: supereremo la crisi!

Giuseppe: Sono un po' pessimista sul futuro. Lo scenario non è dei migliori ma non bisogna scoraggiarsi.

Non la fine del mondo ma un nuovo inizio. Perché il 2012 possa segnare un nuovo inizio per i giovani, di che cosa c'è realmente bisogno?

Marianna: Iniziativa e creatività, mettendo da parte angoscia e ansia.

Dario: C'è bisogno di impegno e di tanta forza di volontà, per appianare le divergenze e abbattere le ingiustizie.

Mauro: Positività è la chiave del futuro, se si vuole superare la crisi. Occorre saperla trasmettere, oltre che rimbocarsi le maniche.

Giuseppe: Ci vogliono certezze! Solo così si può programmare il proprio futuro.

A lavoro sotto la neve: gioie e dolori di una settimana in bianco

NEVE... NEVE... NEVE...

Data 3 febbraio 2012: ore 07.32 Gaetano Brindisi, noto meteorologo della Basilicata, annuncia: "...gelo, neve, gradi di molto sotto lo zero, la Basilicata sarà in ginocchio, ma la Città dei Sassi si troverà nell'occhio del ciclone..."

Dal 4 febbraio non si è capito più nulla, Datacontact si è trovata in piena emergenza... Matera è nell'occhio del ciclone, ma intorno alla città c'è il massimo stato d'allerta per le condizioni meteorologiche davvero preoccupanti.

La situazione è andata peggiorando. In primis i vari committenti sono stati avvertiti dell'emergenza che il nostro service stava subendo.

È stato chiesto il massimo supporto a tutte le risorse materane: la loro risposta all'emergenza è stata forte. Per le risorse provenienti dai paesi vicini (per TIM la percentuale di tali risorse è del 57%), si è cercato, nel limite del possibile, di agevolare con turni tali da consentire l'utilizzo dei trasporti di linea. Che periodo!!!

Fortuna che si ripete ogni 25 anni...

Grazia Montemurro
(Matera)

LO SPETTACOLO DELLA NATURA

Da sempre l'uomo è affascinato dal prevedere il futuro. Non solo sentimenti o vicissitudini ma anche conoscere in anticipo se dovrà portare con se l'ombrello oppure indossare il cappotto "pesante". Una delle scienze che se ne occupa da tempo immemore è la meteorologia. Alta e bassa pressione, precipitazioni intense, tramontana sono tutti termini che abbiamo imparato a conoscere un po' tutti fin da piccoli. E mai come nell'ultimo periodo l'appuntamento in tv con il meteo è diventato di forte attualità e diffusione. In questo mese l'intera nazione è stata oggetto di una fortissima perturbazione che ha segnato la vita e gli animi di tanta gente. In tanti dicono di non aver memoria di una simile situazione negli anni passati, a sottolineare ancora di più l'eccezionalità dell'evento. Ha nevicato altre volte ma come quest'anno non era mai capitato prima. La quantità di neve caduta su Matera e soprattutto nei comuni della provincia, ha letteralmente mandato in tilt tutto il sistema, impedendo un rapido sgombero della neve da parte dei mezzi competenti e quindi un celere ritorno alla normalità. Gli effetti più diretti sono stati quelli dell'impossibilità di tanta gente ad uscire letteralmente di casa.

Considerando che nella nostra azienda c'è una massiccia presenza di forza lavoro proveniente dalla provincia, per oltre una settimana tutte le attività hanno subito un forte rallentamento.

Pur con le dovute differenze tra le varie commesse, credo che oltre il 50% delle risorse hanno avuto seri problemi a raggiungere le sedi di lavoro al punto da incidere molto sulla produzione di quelle settimane. I più fortunati, quelli della macchina con le catene e le termiche o quelli che hanno potuto raggiungere l'azienda a piedi o con i mezzi pubblici, sono però riusciti a limitare i danni, presenziando alle attività con l'impegno e la dedizione di sempre. Non nego che lavorare in una grande sala riempita solo per metà, con un "silenzio" a cui non eravamo abituati da tempo e soprattutto con la luce particolare che la coltre bianca rifletteva nei nostri occhi è stato davvero emozionante. L'opportunità di lavorare a rango ridotto ha consentito una concentrazione ancora migliore sulle risorse ed a sperimentare nuove metodologie operative. Per fortuna adesso tutto è tor-

nato alla normalità e sicuramente, in attesa del mite clima primaverile, ricorderemo per molto tempo questo freddo e nevoso febbraio 2012.

Luca Gnurlandino
(Matera)

GIORNI DI EMERGENZA

Nella prima metà del mese di febbraio ci siamo ritrovati noi tutti a dover fronteggiare un'emergenza alquanto inaspettata quale quella della nevicata che si è abbattuta sulla città di Matera ma soprattutto sui paesi limitrofi.

Dai primi fiocchi di neve, che hanno reso l'atmosfera romantica e piacevole, ci siamo ritrovati in seria difficoltà nella gestione della commessa e, diffusasi la notizia che la nevicata sarebbe stata copiosa, molte risorse si sono viste costrette a chiedere a noi TL di poter terminare con largo anticipo il loro turno di lavoro. Nei giorni successivi, come da previsione, l'emergenza si è protratta e molti dipendenti fuori sede non sono riusciti a raggiungere l'azienda neanche con i mezzi pubblici. Tutto ciò ha comportato una riduzione dell'effort sulla commessa TIM ma, pronti a voler salvaguardare gli obiettivi, noi TL abbiamo prontamente contattato le risorse residenti in loco chiedendo loro di supportarci in questa emergenza garantendo la loro presenza. Pertanto, di questa esperienza ricorderemo la grinta e l'impegno di quanti hanno voluto sfidare le previsioni meteo garantendo continuità e assicurando un valore aggiunto alla commessa che siamo certi ci contraddistinguerebbe anche in futuro.

Giuditta Garziano e Rosalba Pisciotto
(Matera)

L'ACQUA SOLIDA

Divertente è stato uscire di casa e trovarsi di fronte un'atmosfera da fiaba, meno rumore, poca gente in giro che si muove timorosa, bimbi felici di poter finalmente giocare con la rara e impalpabile "acqua solida"... la neve! Ancora più divertente sentirsi come ragazzini che, senza preavviso, saltano un giorno di scuola.

Bello, una volta in azienda, arrivare in postazione sentendosi come due piccole pioniere che impavide hanno affrontato intemperie e pericoli per giungere in un ambiente insolitamente silenzioso e tranquillo. Due nuove operatrici accompagnate solo dall'eco delle loro voci perché prive del loro angelo custode dalla bionda chioma, la TL Jolanda bloccata a causa del ghiaccio che ha generato numerosi pericoli per la viabilità, e molti disagi ai colleghi che ogni giorno viaggiano per raggiungere l'ufficio.

Ogni tanto guardando fuori dalla finestra ci sembrava di essere in una di quelle bolle di vetro souvenir. Un'atmosfera romantica in una giornata di lavoro insolita e speciale.

Imma D'angelo - Rebecca Raponi
(Matera)

COME IN UNA FAVOLA

Per me la neve rappresenta l'idea che da bambina ho sempre avuto del Natale e degli inverni più rigidi così come descritto nelle favole, per questo ho sempre associato a tale fenomeno, atmosfere magiche e surreali, lontane dalla mia realtà. A Bernalda, dove abito, a memoria d'uomo, i ricordi delle grandi nevicate si perdono nei racconti dei familiari, d'altronde siamo a

127 metri sopra il livello del mare ed è difficile che ciò accada. Inaspettatamente, però, le prime due settimane di febbraio mi hanno riportato ai pensieri dell'infanzia.

Il primo giorno in cui Matera si è imbiancata ho provato l'ebbrezza di ritornare a casa con un paesaggio da fiaba, ma nello stesso tempo pensavo alle varie problematiche a cui sarei potuta andare incontro. Un po' di preoccupazione e la consapevolezza del disagio ci ha coinvolti anche in azienda per diversi giorni. La conseguenza è stata: ferie forzate per alcuni colleghi, variazioni di orari per altri, agitazione per le strade innevate e ghiacciate, ma nonostante tutti i "contro", ho preferito dare adito ai "pro" di questa situazione che mi hanno accompagnata a vivere e sentire intensamente l'atmosfera invernale. Adesso però basta, la neve ha fatto la sua comparsa e ci ha onorati della sua presenza, ma siamo ormai predisposti all'arrivo della bella stagione; per i ricordi da fanciullino rimandiamo all'anno prossimo!

Anna Maria Mastromarino
(Matera)

VOGLIO TORNAR BAMBINA

Quando ho il turno di mattina mia madre cerca di svegliarmi a suon di cannonate, ma quella mattina del 7 febbraio l'impresa è risultata piuttosto facile... c'era la neve! Che gioia, che bello... Si è in festa quando si è adolescenti e non ci sono preoccupazioni... Lo so bene io... vedere mio fratello dormire al calduccio sotto le lenzuola perché le scuole sono chiuse e uscire più tardi solo per giocare... mi fa una tale invidia! Come quel famoso comico, vi sareste fermati a pensare: "Voglio tornar bambina"...!

Sapete sono preparata alla neve... due giorni prima sono stata in Sila ed ho anche imparato a sciare. Così con sciarpa, cappello, guanti e scarponi e con la mia collega Multiskill (Rossana) nonché mia vicina di casa ero pronta a partire. Una bella camminata all'area aperta, la possibilità di giocare a palle di neve durante il tragitto... che sarebbe durato circa mezz'ora... e pronti ad affrontare una dura ma piacevole giornata di lavoro. Se non ché dopo circa 10 minuti di passeggiata eravamo già sfinite... E indovinate chi viene in soccorso?! Non è il gatto delle nevi, non sono i vigili del fuoco, ma... il nostro "Super capo commessa Giovanna", che adoperatasi di catene, quella mattina è riuscita a raccogliere me e le mie colleghe... trasformandosi in un ottimo autista del pullman! È proprio il caso di dire... non la ferma più nessuno! Una volta arrivati a lavoro mi sembrava di aver scambiato le stagioni... non c'era nessuno... sembravano tutti in ferie. La neve aveva fatto una strage.

Purtroppo la maggior parte di noi veniva da fuori e altro che giornate piacevoli. Ci siamo ritrovati a dover accordare ore di straordinario e a passar più tempo insieme di quanto non ne passiamo già! Insomma, per una settimana la neve ha creato soltanto disagi. Nonostante tutto, nessuno, neanche i clienti furiosi, hanno fermato la squadra del Multiskill che con un pizzico di pazienza e determinazione è riuscita a portare a termine il lavoro e la settimana. Non avevo mai visto così tanta neve a Matera, la nostra città, i nostri Sassi, che un tempo ci erano tanto vicini, innevati erano uno spettacolo. Adesso però basta con freddo, pioggia e neve, voglio il caldo, viva l'estate.

Giusy Papapietro
(Matera)

ENEL ENERGIA TRA I FIOCCHI

Svegliarsi al mattino, volgere gli occhi al cielo e accorgersi di così tanta candida distesa bianca scendere lentamente verso terra... è una sensazione bellissima che, certo, non accade tutti i giorni. Sensazionale è anche accorgersi di non essere la sola a farsi coccolare da tale visione perché, all'attimo che segue lo stupore vi è la scoperta di quei dolcissimi visini che, con un gran sorriso e la gioia negli occhi guardano dietro le proprie finestre la tanto aspettata nevicata, motivo di divertimento e, soprattutto, di festa a scuola! Se ognuno di noi chiudesse per un attimo gli occhi e provasse a ricordare tali sensazioni... non potrebbe che risentirne l'emozione.

Purtroppo, la gioia per l'arrivo della neve non dura più di un secondo perché ci accorgiamo presto del disagio che ne potrebbe provocare e il pensiero di restare bloccati in casa e di dover essere costretti a mancare a lavoro non è così gratificante. Questo "blocco" delle nostre attività si è susseguito per un qualche giorno... anche e soprattutto perché molti di noi non sono residenti a Matera, pertanto impossibilitati a spostarsi con i mezzi di trasporto. Concludo solo sottolineando che, nonostante le condizioni climatiche non siano state favorevoli, siamo stati tutti molto attenti ad ogni minimo miglioramento del tempo per tentare di non mancare nell'attività. Siamo stati uniti e molto solidali tra di noi, ci siamo venuti incontro e non abbiamo mai perso di vista i nostri impegni e obiettivi. La neve non sarà stata un motivo per costruire un "pupazzo di neve"... ma sicuramente lo è stata per capire quanto ancora siamo un vero grande gruppo di lavoro!

Angela Clemente
(Matera)

BELLA LA NEVE, MA...

La neve? Bella sì, solo ai tempi della scuola per un giorno in più di vacanza. Da adulti, invece, diventa un vero disagio soprattutto per noi pendolari. Infatti raggiungere il posto di lavoro è stata una vera avventura.

Il viaggio, seppure di pochi chilometri, è stato reso difficile da diversi fattori: ritardo nello spargimento di sale, mezzi pubblici completamente sovrappresi e poca organizzazione da parte degli organi preposti a fronteggiare le criticità. Ognuno di noi ha la sua storia da raccontare su quelle faticose giornate... Una per tutte quella accaduta a me e mia sorella Maria impegnata in un'altra commessa. Era il 15 febbraio, ore 8.00, tutti gli ingressi di Matera erano bloccati dal ghiaccio e la salita di San Vito si presentava come una lastra di ghiaccio. Restiamo letteralmente bloccate in macchina per circa un'ora e mezza ad attendere lo spargisale; non solo, è stato necessario l'intervento dei vigili urbani, che ringraziamo, per mettere in moto la macchina ormai in panne. Non vi nego di aver avuto molta paura... E adesso? Siamo desiderose di giornate estive e soleggiate. In conclusione è doveroso sottolineare le ripercussioni negative sulla commessa dovute alle assenze e ritardi, in particolare in un'azienda come la nostra composta per la maggior parte da dipendenti residenti fuori sede. Siamo pronti, anzi prontissimi, a rimetterci in carreggiata per garantire il raggiungimento degli obiettivi che niente, neppure la neve, ci permetterà di compromettere.

Rossella Sciannanteno e Anna Vulpio
(Matera)

Potenza sommersa dalla neve: cronaca di un evento eccezionale tra disagi e meraviglia

Valtellina? No! Grassano



UNA BASILICATA INCANTATA

Gli scettici delle previsioni meteorologiche come me, trascorso gennaio pensano: "anche quest'anno è stato scampato il pericolo neve..." Invece eccola, è arrivata anche da noi fresca, candida e silenziosamente abbondante. Tanto abbondante che ci ha sommersi e, personalmente, mi ha impedito di fare ritorno a casa per tre giorni. Bloccata così nel capoluogo ho condiviso con i pochi e coraggiosi colleghi della sede, simpatici momenti di panico.

Un occhio sempre vigile verso la finestra e l'altro sempre attento ai continui aggiornamenti delle previsioni meteorologiche che facevano sperare in una tregua. Buffamente imbacuccati con berretti, guanti e scarponi per evitare fatali scivoloni quasi scambiati per pinguini!!

L'equipaggiamento comprendeva anche una scopa a bordo per spazzare le auto continuamente seppellite nella neve. E così grazie al ricco equipaggiamento e l'aiuto reciproco di tutti e il prezioso aiuto dei mariti delle colleghe, che all'uscita dall'azienda vigilavano su scivolamenti e slittamenti su ghiaccio, siamo sopravvissuti alla tempesta.

Disagi a parte la neve quest'anno ci ha regalato bellissime emozioni, disegnando una Basilicata dal paesaggio surreale, magicamente incantata. Ora però attendiamo impazienti la primavera.

Carmela Teto
(Potenza)

METEO ERGO SUM

L'era glaciale è terminata: il bianco abbagliante e anche un po' inquietante dei giorni scorsi ha lasciato il posto ai più consueti colori di un inverno piovoso e grigio. Tutto quel clamoroso e incessante lavoro della neve, che per giorni ha continuato ad accumulare centimetri su centimetri di coltre bianca, tutto questo è stato vanificato dalle piogge insistenti e da un pallido sole. Soltanto qua e là resistono dei mucchietti un po' tristi, piccola memoria di due settimane vissute pericolosamente.

Da bambini bastava qualche fiocco per rimanere svegli tutta la notte inventando strane preghiere a un improbabile dio della neve: oggi invece succede di essere svegliati alle cinque del mattino perché è bastata una fitta nevicata a rendere i paesi della provincia magicamente isolati.

Sarebbe fantastico, se non fosse che la nostra attività è più simile di quanto non si possa pensare a quella di un'acciaieria: non possiamo mai fermarci, la centrale telefonica è come un altoforno, non può mai spegnersi.

E così, tra mille difficoltà soprattutto per chi risiede nella provincia, i più coraggiosi hanno sfidato neve e ghiaccio per garantire agli utenti l'accesso ai servizi del cup e del contact center. Disagi intuibili, qualcuno del gruppo di lavoro costretto forzatamente a casa per giorni, molti

altri si sono aiutati a vicenda per tirar fuori le macchine dal cortile che in poche ore diventava impraticabile. Al posto delle palle di neve, centinaia di spostamenti e cancellazioni da parte di utenti che non potevano raggiungere le strutture sanitarie della Regione. A un certo punto sembrava di essere in una centrale operativa della Protezione Civile: eravamo in grado di fornire aggiornamenti in tempo reale sulle condizioni meteo di tutti i centri della Regione, e anche di Puglia e Campania.

Persino da Policoro ci segnalavano problemi di viabilità per la neve! Vabbè, si può comprendere la mancanza di abitudine a un fenomeno così eccezionale per il litorale jonico...

I potentini sono sembrati più in confidenza di altri con le insidie della neve prima e del ghiaccio poi, anche grazie alla viabilità urbana tutto sommato regolare: molto più complessa la situazione a Tolve, Genzano, Pignola e tutta l'area del Vulture-Melfese. In ogni caso siamo riusciti a erogare i servizi senza grossi disagi per gli utenti che mai come in questo caso avevano necessità di accedere ai numeri di servizio della Regione Basilicata senza spostarsi da casa. E adesso che tutto è finito, cosa ci rimane?

Sicuramente una marea di foto di cui la rete è disseminata, nel difficile tentativo di catturare tutta la neve caduta in un file jpg: l'immane scenario dei Sassi di Matera imbiancati a mo' di presepe, cortili e accessi ai garage variamente ingombri e inaccessibili, macchine sepolte dalla neve, una serie di orme che vorremmo poter ricondurre a qualche lupo fuori zona e invece - più realisticamente - sono quelle del cane del vicino.

Ma soprattutto, ci rimane una grossa quantità di tempo trascorso ad ascoltare le previsioni del tempo: mai come in questo periodo tutti a pendere dalle labbra di Giuliaci jr., della Carlotta Mannu, dei vari colonnelli dell'Aeronautica fino ad arrivare al nostrano Gaetano Brindisi.

Gli occhi sgranati nel tentativo di distinguere la neve dal ghiaccio nelle grafiche fantascientifiche dei tigg, arricchite da nuove visualizzazioni delle perturbazioni, della quota neve, dell'anticiclone delle Azzorre, poi quello russo-siberiano, e i forti venti da nord-ovest e ancora il blizzard e la bora a 160 km/h!

Appuntamenti fissi con il meteo regionale e nazionale, poi una capatina sui siti più attendibili e ancora un aggiornamento direttamente durante il telegiornale - senza avere il coraggio di confessare che non vedevamo l'ora che tutto questo finisse.

Ed è proprio per tutti questi meteorologi più o meno esperti che vorrei spendere un pensiero: non abbandoniamoli per un illusorio anticipo di primavera. Non voltiamo loro le spalle, giorni e giorni trascorsi ad ammirare lo stivale avvolto in una massa di aria fredda non si possono cancellare solo perché l'emergenza è finita. Non dimentichiamoci di tutto il sostegno che ci hanno dato in queste due difficili settimane, ricordandoci di sollevare lo spazio-

dei tergicristalli e di verificare il livello dell'antigelo, invitandoci a usare l'auto solo in caso di reale necessità (hai detto niente...), consigliandoci persino una dieta ipercalorica per affrontare il generale inverno. Adesso non facciamo i soliti italiani ingrati che si fiondano sui siti web dei tour operator per progettare le vacanze estive come se niente fosse: in fondo, uno sguardo alle temperature previste per il week end non si rifiuta a nessuno.

Giuseppe Sciacovelli
(Potenza)

LE ORME SULLA NEVE

Ritrovarsi a lavoro in questi giorni colmi di neve è stato per noi "Avventurosi" motivo di molteplici emozioni.

Parte tutto dalla mattina: al risveglio tutto è sotto una coltre di neve che imbianca alberi, tetti e strade... il paesaggio è meraviglioso e ritrovarsi dietro ai vetri quasi con il naso spiaccicato ti fa, in un attimo e senza accorgersene, piombare indietro negli anni, quando in tenera età si rimaneva stupiti con quella sensazione di meraviglia che solo i bambini sono capaci di provare nel loro essere... adesso però è ora di tornare nel mondo dei grandi!

È ora di andare a lavorare e ligi al nostro dovere e nella possibilità di farlo, saliamo in macchina e quasi scivoliamo, è il caso di dirlo, per le strade semi desolate.

Finalmente giungiamo sul posto di lavoro. Il parcheggio sempre stracolmo di negli altri giorni, oggi è praticamente deserto, ma vi sono degli adulti vestiti da bambini che giocano a tirarsi le palle di neve, inutile precisare che costoro sono i miei colleghi che come me hanno coraggiosamente deciso di partire da casa nonostante tutto. La battaglia ha inizio e dici minuti dopo ci ritroviamo zuppi, ma felici! È ora di effettuare il log-in e ci rechiamo verso le postazioni... il lavoro ci attende!

La vorare al calduccio, con innanzi uno scenario da cartolina non ha prezzo. Le ore volano e le pause si susseguono... finché veniamo avvertiti che l'orario di uscita viene anticipato causa impraticabilità delle strade!

Dopo aver tentato, ed alcuni portato a casa il nostro sospirato contratto giornaliero, usciamo dalla nostra sede. Ci si sofferma a salutarsi con i colleghi e tutti indistintamente ci accorgiamo di come una strana sensazione di allegria ci avvolga e tutto sembra magico... abbiamo condiviso qualcosa fuori dall'ordinario. e questo ci ha uniti al di là del lavoro, un pochino di più. È ora di tornare dai nostri cari e così ci salutiamo e andando via, noto che è stata una bella giornata e guardandomi indietro vedo le mie orme lasciate sulla neve, sicuro di trovare nuovamente lì... anche domani.

Marco Bove
(Potenza)

Cari lettori, che dirvi della settimana dal 06/02 al 10/02... Una tragedia!!! Ma bella!!! Lunedì 6 febbraio con qualche difficoltà riesco ad arrivare da Grassano, con il pullman, in azienda per le ore 9, ma anche a Matera nevicava da un po'. Intorno alle 11 iniziano ad arrivarci una valanga di telefonate da parte di parenti ed amici che mi informano della criticità della situazione. Alle 12 chiedo 5 ore di permesso e mi accingo a rientrare a casa. Un viaggio della speranza!!! Le strade erano già imbiancate con circa 10 cm di neve, un viaggio durato 1 ora e 30 minuti quando solitamente per percorrere lo stesso tratto di strada ci vogliono circa 40 minuti. Martedì mattina la sveglia suona come sempre alle 6:30, mi affaccio dalla finestra con la convinzione di non trovare nulla. Stupore! Cosa è successo durante la notte? Mi hanno trasportato in qualche altro paese, ma della Valtellina?!? Nooooo! Era il mio paesino trasformato, sommerso completamente dalla neve, bianca, pura, candida e soffice! Allora mi precipito alla porta per ammirare da vicino quello splendore, e cosa scopro? Sono bloccata in casa, la mia porta non si apre perché 70 cm di neve bloccano l'apertura! Panico! Mando un sms ad una collega per informare che non riesco ad arrivare a Matera. Chiamo subito un numero creato per le emergenze, e dopo un paio d'ore arrivano degli angeli con un gilet giallo fosforescente, con le pale in spalla, venuti a liberarmi dalla montagna di neve accumulata davanti alla mia porta. Esco di casa, rigorosamente a piedi, con la mia piccola peste (mio figlio Michele) di 6 anni. In giro tantissima gente, molti di più della domenica mattina dopo la messa; tutti usciti per ammirare quello scenario straordinario! Intorno a noi bambini che si rincorrevano, le risate della gente e gli occhi sgranati degli anziani che non ricordavano una nevicata così almeno dal '56. Piccola peste in un momento di distrazione mi lascia la mano e si precipita verso un cumulo di neve esclamando "buttati che è morbido!" e si è tuffato! Bellissimo! Nel frattempo i quad si erano trasformati in gatto delle nevi girando senza sosta per le vie del paese, portando viveri e medicine ai più anziani. Devo dire che anche noi adulti, al pari dei bambini, ci siamo divertiti tantissimo con la lotta a palle di neve. Ma è giusto dire che il disagio è stato tanto, tanta gente è caduta, si è fatta male sul serio e donne gravide hanno rischiato di partorire in casa, poi trasportate in ospedale con una camionetta! Meno male che tutto è finito nel migliore dei modi, ma spero davvero che non si verifichi più una emergenza simile, che ha letteralmente scombussolato le nostre vite per qualche giorno. Ringrazio la protezione civile e tutti i ragazzi che hanno lavorato ininterrottamente, per tutta la durata dell'emergenza, per la comunità di Grassano.

Giovanna Corleto
(Matera)



COME ERAVAMO

Riconoscete in queste immagini un collega (bambino) per ogni sede operativa.



Matera - via Lazazzera



Matera - viale Europa



Bari



Potenza

I BAMBINI DELLO SCORSO NUMERO... OGGI



Matera - via Lazazzera



Francesco



Matera - viale Europa



Vito



Bari



Serena

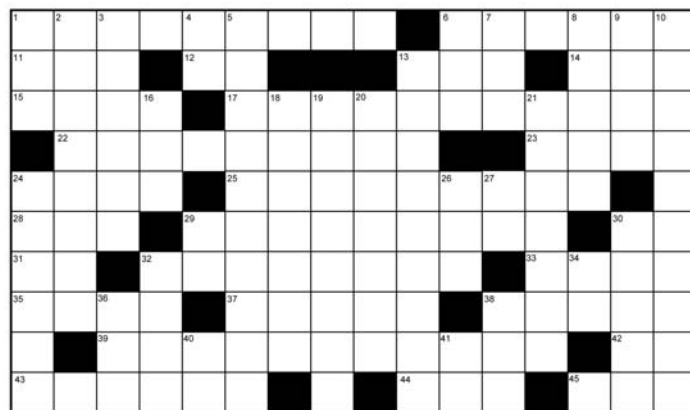


Potenza



Ileana

CRUCIVERBA a cura di Giuseppe Sciacovelli



DEFINIZIONI ORIZZONTALI

1. Copertura... per alberi 6. L'Accademia italiana che fa pensare al frumento 11. Depositi di preziosi 12. Una nota 13. Si sconta in carcere 14. Il segno tra i fattori 15. Lo scopo da raggiungere 17. Noto regista teatrale (nome e cognome) 22. Una Repubblica emiliana di fine '700 23. Vendita col banditore 24. È in provincia di Cosenza 25. L'invenzione di Mary Quant 28. Un pronome interrogativo 29. Instancabile energia 30. Si coltiva in Oriente 31. Un pronome poetico 32. La rimessa con le mani nel calcio 33. Un punteggio del poker 35. Il nome latino che si impara a declinare 37. Possono essere infantili o politici 38. Formano le molecole 39. Recipienti 42. Iniziali della Muti 43. Lombata di maiale 44. Un ruolo calcistico 45. Bovino preistorico

DEFINIZIONI VERTICALI

1. Dominio web internazionale 2. Organo dell'udito 3. Le rinunce alle gare 4. Articolo spagnolo 5. Così è la punta dell'ago nella bussola 6. Questa cosa 7. Cantautore italiano nato in Puglia 8. Una donna...che ha detto sì 9. Spiccioli di dollaro 10. Una dottrina eretica del IV secolo 13. Debolezza, delicatezza 16. Gli dei con Odino 18. Squadra di calcio friulana 19. Piccoli uccelli dal cinguettare argenteo 20. Sono maggioranza allo zoo 21. Imbarcazioni gonfiabili a remi 24. Non ancora matura 26. Un film... per adulti 27. Le iniziali di Machiavelli 29. Iniziali del regista Argento 30. Isola indonesiana della Sonda 32. Ha capitale Vientiane 34. Sigla di Rovigo 36. Hanno la punta ricurva 38. Altare dell'antichità 40. Alla fine dello sprint 41. Poco oltre

AUGURI A...

MATERA

Il 20 dicembre 2011 è nata Giada, figlia di Maria Rosaria Latorre.

Il 1 gennaio è nata Anna, figlia di Laura Tosto e

Mimmo Sciannarella; l'11 gennaio è nata Claudia figlia di Barbara Gaeta, il 12 gennaio sono nati Riccardo figlio di Nunzio Scarcella e Francesco figlio di Tiziana D'Apolito, il 24 gennaio è nata Alessia figlia di Bruna Stella.

SOLUZIONI DEI GIOCHI PUBBLICATI SUL NUMERO DI DICEMBRE

SENZA SCHEMA

d	o	m	a	n	d	a		s	i	a	m	
e		i	r		f	u	m	e	t	t	i	
	m	o	g	e		t	o	m		t	a	
s	u	p	e	r	s	o	n	i	c	o		
	c	i	n			b	r	u	n	a	s	
s	c	a	t			r	i	m	a	s	t	o
a	a		e	s	i	m	e	r	s	i		
l		p	i		g	e	n	i	e	r	i	
a	m	i		v	a	s	t	o		o	n	
r	i	e	m	e	r	s	o		l	i	t	
i	n	t	e	n	s	a		c	o	d	e	
a	o		l	e	i		p	a	t	e	r	

(le soluzioni dei giochi proposti in questo numero saranno pubblicate sul numero di marzo)

gente che... contact!

mensile aziendale

Comitato di redazione

Rossella Tosto
Laura Tosto
Carmela Petras
Giuseppe Sciacovelli
Annalisa Paolicelli
Piero Staffieri
Vito Caruso
Grazia Montemurro
Rosa Lepore
Laura Locatelli
Francesca Taddeo
Isabella Donvito

Progetto grafico e impaginazione
Annette Tosto

Stampa
La Stamperia Liantonio, Matera

datacontact

Sede legale ed amministrativa
via Lazazzera, 1
75100 MATERA
tel. 0835.700000
fax 0835.700001
www.datacontact.it
info@datacontact.it
numero verde 800.066366

PILLOLE TELEFONICHE



illustrazioni Francesco Salinari

PILLOLE... DAL CUP da Stefania Smiraglia

Operatrice: Signora cosa deve fare?
Utente: Signori... siamo sommersi dalla neve... e non possiamo fronteggiare la visita prenotata.

Operatrice: Signora cosa deve prenotare?
Utente: Signori... devo prenotare una conferma!

Operatrice: Signora mi sente?
Utente: Signori... c'è un'intercettazione (interferenza) e non vi sento bene!

Operatrice: Signora le passo la collega perchè deve inserire tutti i dati per immettere una nuova anagrafica, perchè non risulta nell'anagrafica del nostro database.
Utente (rispondendo all'altra collega che chiede cosa deve fare): Signori mi ha detto la vostra collega che mi dovete schedare... (inserire l'anagrafica), ma io sono già schedata da voi (registrata).

Operatrice: " Signora..., ha la ricetta per prenotare?
Utente: " Cosa...? La civetta... (ricetta)? E dove la prendo ora la civetta (ricetta)?