

Future
LAB concept

Progetto *Magnete*

Sintesi della ricerca



CISL
PENSIONATI

PRESENTAZIONE

Il Progetto Magnete nasce su volere della Segreteria Nazionale con l'intenzione di condurre un'indagine interna alla FNP per capire, a livello locale, come il sindacato sia presente sul territorio.

L'obiettivo è comprendere quali sono le modalità attraverso le quali la FNP oggi risponde alle esigenze del territorio e quanto queste contribuiscano ad attivare il meccanismo virtuoso del proselitismo. Lo scopo che la FNP vuole perseguire attraverso l'indagine è quello di valorizzare e promuovere la cultura del sindacato e del proselitismo.

A tal fine è stato costituito un gruppo di lavoro interno alla FNP coordinato da Francesca Zaffino - Dip. Comunicazione - e composto da Germana Busacca, Laura Gatti - Dip. Comunicazione - Matteo De Gennaro - Dip. Organizzativo - e Marzia Cascianelli - Ufficio Legale.

Il gruppo ha lavorato al progetto per circa un anno.

L'attività si è concretizzata nella realizzazione di interviste individuali ai componenti della Segreteria Nazionale ed ai Segretari Regionali e Territoriali della FNP.

Inoltre, sono stati effettuati quattro focus groups, rispettivamente due nell'area metropolitana di Milano e due in quella di Roma.

L'attività del progetto Magnete è stata svolta in stretta sinergia e collaborazione con l'Istituto di Ricerca Future Concept Lab coordinato e diretto dal sociologo Francesco Morace.

La presente pubblicazione è una sintesi della ricerca, chi fosse interessato al testo completo può farne richiesta direttamente al seguente indirizzo di posta elettronica: comunicazione@fnp.cisl.it.

INTRODUZIONE

Il piano di ricerca si è svolto in **due fasi**, distinte per tecnica di ricerca, ma complementari nella restituzione dei risultati e nella definizione delle future linee operative.

LE INTERVISTE INDIVIDUALI

TARGET

Segreteria Nazionale: 6 Interviste
Segreterie Regionali e Territoriali:
39 Interviste, ripartite sull'intero territorio nazionale.

METODOLOGIA

Sono state condotte delle Interviste individuali face-to-face, a cura di FCL e con la presenza, a rotazione, di figure interne del team FNP che seguono il *Progetto Magnete*.

Le interviste individuali con i **Dirigenti Nazionali** sono state effettuate nel mese di Giugno 2016, presso la sede nazionale di FNP.

Le interviste individuali agli appartenenti agli **Organismi Territoriali** sono state condotte a giugno e luglio, in parte da FCL e in parte dal team di FNP.

I FOCUS GROUP

TARGET

Figure Territoriali: 4 Focus Groups
Si è trattato di un campione di partecipanti che rappresentava un focus più specifico del campione nazionale delle individuali.

METODOLOGIA

Sono stati condotti 4 Focus Groups, con tecnica motivazionale, della durata di 2 ore, guidati da una moderatrice specializzata (psicologa) in tale tecnica. Il campione è stato così articolato:

Milano: 2 FGs; 8+8 soggetti; area Grande Milano. Realizzati il 20 giugno.

Roma: : 2 FGs; 8+8 soggetti; area Grande Roma. Realizzati il 7 luglio.

Disegno del campione

LE INTERVISTE INDIVIDUALI

RESPONSABILI NAZIONALI

Ermenegildo Bonfanti*Segretario Generale FNP***Loreno Coli**, *Segretario Generale Aggiunto
(Dipartimento Politiche Organizzative)***Attilio Rimoldi**, *Segretario Nazionale
(Dipartimento Politiche Socio-sanitarie)***Roberto Muzi**, *Direttore Sede FNP***Maria Trentin**, *Coordinamento Donne***Patrizia Volponi**, *Segretario Nazionale
(Dipartimento Politiche Previdenziali e
Dipartimento Amministrativo)*

RESPONSABILI TERRITORIALI

Le 39 Interviste individuali, ripartite nelle 19 Regioni italiane, sono state somministrate a figure suddivise tra:

Segretario Generale Regionale**Segretario Generale Territoriale****Coordinatore RL.**

I FOCUS GROUP

TARGET

Sono stati selezionati un campione di coordinatori di RLS, di Agenti Sociali, di responsabili di specifici servizi, figure che rappresentano l'anello di congiunzione tra i Vertici e il Territorio.

FG1 MILANO

Diversi ruoli all'interno della RLS, tra cui:
Coordinatori RLS Lombardia
Responsabile coordinamento esodati,
Responsabile call center...

FG2 MILANO

Agenti sociali

FG1 ROMA

Coordinatori RLS Lazio

FG2 ROMA

Diversi ruoli in FNP di Roma Capitale, tra cui:
Agenti sociali, Responsabili RLS,
Coordinatrice donne, Accoglienza...

PREMESSA

II CAMBIAMENTO SOCIOCULTURALE

- ✓ **Ruolo del Sindacato**
- ✓ **Partecipazione sindacale**

Il mondo del lavoro è profondamente mutato e la difesa dei diritti si sposta in ambiti più complessi

- ✓ **La FNP come emanazione della CISL**

La credibilità del Sindacato degli attivi si riverbera anche nella FNP

- ✓ **La struttura demografica**
- ✓ **L'innalzamento dell'età pensionabile**

Il corto-circuito giovani-anziani

- ✓ **La Longevità è un tema caldo, un ambito variegato**

La molteplicità del “target” di FNP

Alcuni elementi sottostanti ogni discorso su FNP.

✓ **L'identità di FNP.**

A oggi non risulta sempre **definita in modo preciso ed autonomo rispetto a CISL**, soprattutto per chi opera in posizioni più lontane dai vertici nazionali.

– **L'evoluzione della società italiana** che si riflette su FNP:

- La **partecipazione alla vita sindacale** dei lavoratori è **profondamente mutata**
- **L'innalzamento dell'età pensionabile**. l'aumento della disoccupazione, le profonde mutazioni nel mercato del lavoro.
- **Il ruolo dei sindacati che ha subito un indiscutibile cambiamento**

✓ **L'espressione di disagio e il desiderio di cambiamento.**

Sottolineata in modo particolarmente vivace dagli operatori a più diretto contatto con il pubblico.

Vengono espressi una **serie di vissuti e sentimenti**, quali:

- **La dedizione**: si impegnano al massimo delle proprie possibilità, animati da generosità.
- **Il metterci la faccia**, si sentono pienamente "rappresentanti" della Federazione e del Sindacato agli occhi degli utenti/iscritti.
- **La sensazione di essere "in prima linea"**, a volte "trascurati" dai vertici di FNP.

LA REALTÀ ITALIANA IN CUI OPERA FNP

IMPATTO DEL CAMBIAMENTO SOCIALE PER FNP



I **cambiamenti epocali**, avvenuti nel sociale, nel sistema-Paese **hanno profondamente inciso nella quotidianità** della Federazione:

- Nell'**attività concreta degli agenti**, dei volontari, dei responsabili di RLS
- Nella **fidelizzazione** degli iscritti
- Nell'**azione di proselitismo** per fare nuovi iscritti

> Trasversale e **prioritario** a tutti i cambiamenti è **il tema delle nuove regole del pensionamento: l'innalzamento dell'età pensionistica è considerato la vera sfida del presente e del futuro**

“L'innalzamento dell'età pensionabile ci deve preoccupare, perché se fino a ieri avevamo la fortuna di poter iscrivere un giovane pensionato all'età di 50 anni con un'aspettativa di vita, di averlo iscritto ancora per decenni tra di noi, con l'allungamento dell'età pensionabile anche la sua permanenza attiva come valore di delega...”.

IMPATTO DEL CAMBIAMENTO SOCIALE PER FNP



IL CAMBIAMENTO IN FNP



Il **quadro della realtà odierna di FNP** tracciato dagli intervistati **mette in evidenza una profonda trasformazione avvenuta negli ultimi anni**, determinata da **elementi esterni ed interni** alla Federazione.

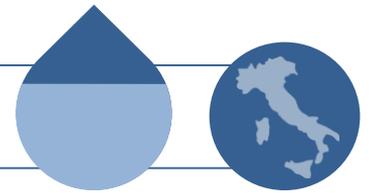
Emerge, tra gli intervistati, **il rimpianto per alcune caratteristiche di FNP** di un'epoca passata:

- ✓ **Un tempo era CISL-FNP con piena dignità di *sindacato*, oggi è FNP-CISL *di servizio***
- ✓ **Gli aspetti che risultano inalterati nel tempo sono l'impegno e la disponibilità degli operatori** che, a tutti i livelli, non risparmiano le loro forze, l'entusiasmo, **la voglia di contribuire al miglior andamento possibile della vita della Federazione.**

> Gli intervistati **sono pienamente in grado**, e manifestamente desiderosi, **di segnalare i vari cambiamenti avvenuti nella FNP.**

> Dai discorsi degli intervistati, **la punta di diamante di FNP è l'insieme delle risorse umane di cui dispone.**

LE SFIDE DEL CAMBIAMENTO IN FNP



IL CAMBIAMENTO IN FNP



Un ambito del cambiamento di FNP che merita una riflessione attenta è **il passaggio dalle Leghe alle RLS**.
Se ne riconosce l'utilità e tuttavia:

- ✓ Vi è il rimpianto per aver perduto una "prossimità" più stretta con il territorio.
- ✓ La condivisione (*sharing 0.0*) sembra essere stata penalizzata a vantaggio di una "burocratese" efficienza.

> Il cambiamento andrebbe integrato con **un più puntuale accompagnamento degli operatori** affinché lo "spirito originario" non sia disperso.

> I **legami di prossimità** andrebbero privilegiati, anche per **migliorare l'efficienza e l'incisività dei "servizi"**

Un cambiamento che dovrebbe passare **da:**

> **Volontariato servizievole**

a:

> **Collaborazione pro-attiva**

- accogliere e accudire
- concretezza e praticità
- considerare diritti e piaceri
- coinvolgere nuove risorse (giovani)

PUNTI DI FORZA E PUNTI DI DEBOLEZZA

IN SINTESI

PUNTI DI FORZA



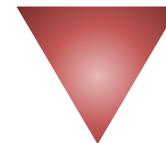
La cura per la relazione

La fase dell'accoglienza

La generosità e disponibilità

Il ventaglio dei servizi

PUNTI DI DEBOLEZZA



Scarsità del personale organizzativo

Dislocazione logistica uffici

Sedi talvolta inadeguate

Tempi lunghi...

Formazione a volte inadeguata

Filiera della gestione dei servizi

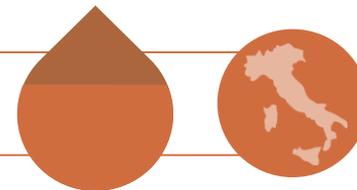
Modalità di comunicazione

Centralizzazione territoriale

	SALUTE- SANITÀ	SICUREZZA	BADANTI	ORGANIZZAZIONE INTERNA	INCENTIVI ALL'ISCRIZIONE	CONVENZIONI SCONTI	TRASPORTI MOBILITÀ	FORMAZIONE CORSI	SOCIALITÀ
VALLE D'AOSTA	Sostegno per degenza ospedaliera								
PIEMONTE		Convegno shock furto Sinergie con Arma Carabinieri	Consulenza fiscale				Navetta per il mercato settimanale		Co-abitazione "au-pair" giovani-anziani
LIGURIA			Servizio trova badanti	Sede multi servizio					
TRENTINO					730 gratuito				
FRIULI						Con le Terme	Servizio da/per le piccole frazioni	Formazione interna su PNL	
LOMBARDIA			Servizio per assunzione e gestione			Con realtà commerciali e socio-sanitarie			
VENETO		Incontri con forze dell'Ordine			730 gratuito Reversibilità	Con Luxottica; Con caseifici locali			
EMILIA ROMAGN	Fondazione a supporto socio-sanitario	Assicurazione furto per i cittadini di BO							
LAZIO	Tessera per una mutua								Relazione con i centri sociali
MARCHE				Servizi accoglienza	730 gratuito				
UMBRIA	Varie convenzioni sanitarie								
CAMPANIA	Convegni e convenzioni							Corso informatica presso parrocchie	Complesso musicale va in case di riposo
PUGLIA	Piano sanitario ospedaliero								
CALABRIA	Prevenzione oncologica							Formazione al personale	Mappatura dei ritrovi anziani
SICILIA	Una volontaria dona servizi specialistici							Corso computer presso una scuola pubblica	
SARDEGNA									Numerose attività con Anteas

LE ASPETTATIVE DI OTTIMIZZAZIONE

LE ASPETTATIVE, IN SINTESI



I VERTICI NAZIONALI

Nuove modalità di comunicazione

Ribadire i valori di base

Valorizzazione del “femminile”

Rafforzare il legame con gli attivi

Aprirsi alla società reale

Esplicitare il ruolo sociale di FNP

Osservazione del Territorio

Organismo di riferimento a 360°

Comunicare il valore della tessera

Nuove sinergie con i Centri servizio

LE FIGURE TERRITORIALI

Adeguamento delle strategie e programmi

Potenziamento delle contrattazioni

Intensificare accordi con enti locali

Corsi formazione (internet)

Visibilità delle sedi

Potenziamento del personale

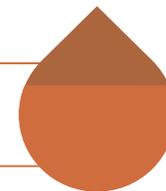
Potenziare le relazioni con gli attivi

Proselitismo capillare

Attenzione ai bisogni del “femminile”

Monitoraggio dei territori

LE ASPETTATIVE, IN SINTESI



COMUNICARE

- ✓ **FNP E I SUOI VALORI**
- ✓ **LE SPECIFICITA'**
 - dei territori
 - di genere (il femminile)
 - della longevità
- ✓ **IL VALORE DELLA TESSERA**

COINVOLGERE

- ✓ **I TERRITORI VERSO IL VERTICE**
- ✓ **LE SEDI**
- ✓ **GLI ATTIVI CISL**

POTENZIARE

- ✓ **LE STRUTTURE**
- ✓ **LA FORMAZIONE**
- ✓ **L'ACCOGLIENZA**
- ✓ **LA CONTRATTAZIONE CON LE AMMINISTRAZIONI COMUNALI**

CONCLUSIONI

VISION

È il **piano dell'identità della FNP.**

Implica la **messa a fuoco dei Valori**, quelli della Federazione e, proattivamente, quelli del pubblico al quale si rivolge.

Per l'impatto dei grandi cambiamenti sociali e demografici, per la perdita di *appeal* e significato dei valori storici della politica così come del sindacato, è **determinante ridare "idealità" all'essenza stessa della FNP.**

Sarà il sale da spargere in ogni azione, da condividere collettivamente.

Il **Valore prioritario** al quale ispirarsi, è **quello del Riconoscimento.**

→ Significa **riconoscere il valore delle persone e alimentare relazioni positive e propositive tra le parti**, all'insegna di generosità, altruismo, condivisione.

MISSION

Di conseguenza, lo **scopo prioritario** della FNP potrebbe essere quello di **"aiuto reciproco"**, fornendo risposte ai bisogni dei cittadini, **segundo il principio della "semplificazione" della vita**, dalle questioni più ordinarie a quelle straordinarie.

Il ventaglio dei "servizi" sarà un punto importante della relazione FNP-Cittadini, ma non esaustivo.

→ **Semplificare la vita significherà puntare sulla "tranquillità" degli iscritti**, accudendoli, eliminando preoccupazioni e impegni (fisici o mentali) e **liberando tempo ed energie per una quotidianità più gratificante.**

Definite la Vision e la Mission, sul piano concreto **emergono alcuni snodi importanti da governare.**

Sarà fondamentale **riconoscere compiutamente il “capitale umano” che si è formato intorno alla FNP.** Questo significa:

- **Definire e codificare** (ad esempio ogni 6 mesi) **dei momenti di incontro**, anche informali, **dei Vertici con le Figure del Territorio** (Segretari Regionali, Territoriali, coordinatori RLS), affinché siano condivisi i punti di forza e le eventuali criticità che emergono dalle singole attività in ogni territorio.



- Allo stesso modo, **definire e codificare** (ad esempio ogni 3 mesi) **dei momenti di incontro**, anche informali, **tra gli Agenti Sociali e le Figure Intermedie del Territorio** (Segretari Regionali, Territoriali), affinché siano condivisi i risultati raggiunti e le eventuali necessità concrete.



- **Definire modelli procedurali comuni per quelle attività ormai consolidate** (accoglienza, appoggio ai servizi, ecc.), ma che spesso dipendono dalla volontà o capacità del singolo. **Una sorta di vademecum** (o *job description*), soprattutto per gli operatori a diretto contatto con il pubblico, **condiviso e identificativo della FNP**: come fare e cosa dire al momento dell'accoglienza, come agire o reagire di fronte a domande “tecniche”, individuare le problematiche più frequenti e le relative risposte immediate da dare ai cittadini.



- **Chiarire**, dai Vertici alla Periferia, **la relazione tra i Centri Servizio Cisl e la FNP**: anche in questo caso la trasparenza di intenti, semplici procedure, condivisione degli obiettivi da raggiungere (proselitismo e fidelizzazione) dovrebbero essere descritti e trasmessi a tutti gli operatori della FNP ed essere oggetto di formazione diffusa nei territori.



Alla luce dei risultati emersi FNP ha la necessità di **potenziare al massimo la propria comunicazione**, con uno spirito e delle **modalità improntate alla relazione**. Le azioni e gli strumenti devono **seguire più piani** e **riconoscere più protagonisti**.



- Si profila la necessità di sostenere **una comunicazione che usi i “media” più tradizionali**, come le TV, la radio, i giornali, soprattutto locali. Il pubblico “elettivo” di FNP attribuisce ancora “credibilità” a ciò che ascolta alla televisione o legge nei giornali. Sono mezzi “familiari” e diventerà “familiare” anche la FNP attraverso i volti dei propri rappresentanti del Territorio, avvicinarsi a servizi e obiettivi proposti, conoscere un mondo che ha valori comuni, traducendo quei valori in azioni concrete per una migliore qualità della vita quotidiana.
- Appare **utile ripristinare il “giornalino”** e programmare la **stampa di volantini** da far pervenire nelle “mani” del pubblico finale. È come se il principio *“carta canta, verba volant”* non avesse mai perso di valore, per un pubblico che vuole credere a ciò che vede scritto nero su bianco. La FNP dovrà trovare il modo di “risparmiare” sui costi di spedizione!
- FNP dovrà “parlare” non solo ai pensionati. **La comunicazione deve trovare occasioni e modalità originali per entrare in relazione con altre generazioni**, come ad esempio organizzare **“road show” nelle scuole** (come in altri luoghi di aggregazione come i centri sportivi), **dove i pensionati si raccontano**: biografie esemplari, tra passato, presente e futuro, da offrire come percorso formativo alle giovani generazioni. **Un modo per dire: conosciamoci e riconosciamoci, per un percorso di vita in parallelo.**

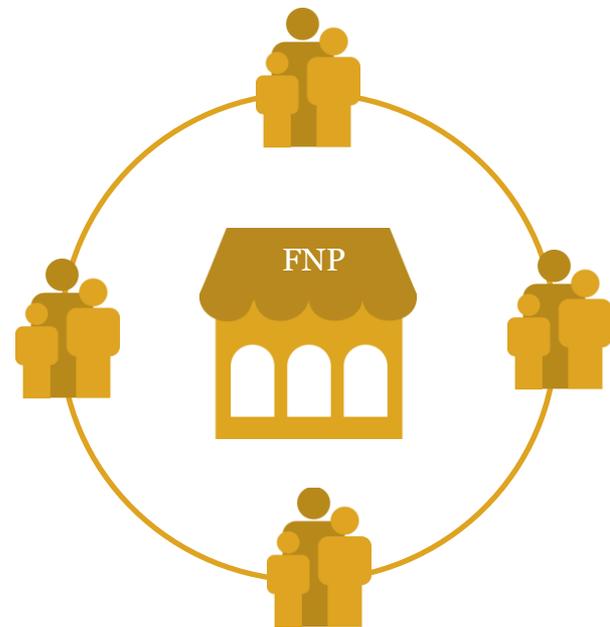


Il tema del proselitismo è tanto delicato quanto strategico. Vertici, Figure intermedie e collaboratori più periferici lo percepiscono come obiettivo “costante”.

Nell’espletare al meglio le funzioni quotidiane che ogni ruolo comporta, vi è sempre nello sfondo l’obiettivo di raccogliere nuove adesioni per incrementare la grande famiglia della FNP.

Il compito presenta, tuttavia, alcuni nodi che appare importante sciogliere.

- Un punto centrale, condiviso dalla maggioranza degli intervistati, riguarda **la collaborazione con le Federazioni degli Attivi**. Ci si interroga su come valorizzare il “patrimonio potenziale” che la Cisl potrebbe (e dovrebbe) condividere con la FNP, sostenendo iniziative e piani chiari per la continuità associativa. Sarebbe importante dare una risposta chiara (ci si può contare? Sì? No?) alle figure territoriali che ogni giorno si misurano con il proselitismo.



- Un altro punto importante riguarda **la richiesta di un maggiore investimento nella formazione per tutte le figure che operano a stretto contatto con il pubblico**, per fornire “strumenti” e “argomenti” adatti alla complessità dell’attuale contesto socio-culturale.
- Un proselitismo proiettato nel futuro dovrà inoltre **guardare alle potenzialità del mondo femminile, con specifici punti di vista e progetti mirati**. Per l’allungamento della loro vita lavorativa, per il “carico” di cura che si assumono (in famiglia e nel sociale), per la straordinaria capacità empatica e per tutte le altre capacità professionali e organizzative, si chiede a FNP di “investigare” e investire maggiormente sulle donne.

In sintesi **possiamo indicare questi punti come indicazioni strategiche.**

- ① Ridare dignità al ruolo di FNP che possa rappresentare in modo rigenerato **il rispetto per il diritto a una serenità post-lavorativa**, dopo una vita di impegno e sacrificio.
- ② Incoraggiare il **riconoscimento dei propri associati in una condizione esistenziale post-ideologica**, preservando una idealità verso i valori chiave della tradizione sindacale della Cisl: **comprensione, solidarietà e condivisione.**
- ③ Attivare **progetti per una reciprocità** nell'essere protagonisti, convocando e coinvolgendo i propri associati **sui temi del vivere comune**, al di là di uno spirito puramente rivendicativo.
- ④ Garantire la reputazione dell'organizzazione secondo una visione di medio-lungo termine, **rendendo appetibili e credibili i servizi costruiti su misura** (*i diversi volti della Longevità*) per le esigenze specifiche degli associati.
- ⑤ Puntare sulla **qualità delle relazioni personali, orientate a empatia, spirito di servizio, solidarietà e convivialità**, rigenerando una comunità intenzionale di persone motivate e disponibili.
- ⑥ **Incrociare le sapienze locali e valorizzare le esperienze virtuose** già sperimentate in alcuni territori, esportandole in altri.
- ⑦ Fornire **nuovi spunti di innovazione sociale** (ad es. incontro virtuoso tra le generazioni; esperienze felici di convergenza tra pubblico e il privato,), stimolando la partecipazione attiva degli associati.
- ⑧ **Creare le condizioni culturali** per un coinvolgimento che possa intercettare le passioni e gli interessi dei nuovi pensionati, che dimostrano di avere una vita assai più ricca e variegata che in passato, **proponendo esperienze che possano risvegliare la loro riconoscenza.**

A fronte di questi impegni **la FNP dovrà essa stessa pretendere un maggiore riconoscimento da parte delle Istituzioni, delle parti sociali, del mondo mediatico. Ciò significa conquistare una centralità nell'immaginario collettivo e comunicativo**, al di là del profilo fin troppo “discreto” tenuto fino ad oggi, puntando con determinazione a raggiungere gli obiettivi ambiziosi che intende portare avanti: **il principio di “civismo di prossimità”**





RICERCA INTEGRATA FNP
Progetto *Magnete*

