

BREAK UP TO GET BACK TOGETHER



WE REFER TO:

EMPLOYEES IDENTIFIED AS "VULNERABLE"

FOCUS



A UNION STRATEGY THROUGH SERVICES PROVISION TO:

ENHANCE MEMBERSHIP

REVITALIZE ACTION

RELAUNCH AN INCLUSIVE SOCIAL DIALOGUE

BREAK BACK HAS 3 MAIN AIMS

GOALS

1. TO ASSESS WHICH STRATEGIES TRADE UNIONS ADOPT TO OVERCOME WORKERS DISAFFECTION

2. TO COLLECT AND DESCRIBE THE VARIETY OF SERVICES PROVIDED IN 5 E.U. MEMBER STATES

3. TO EVALUATE THE EFFECTIVENESS OF THESE MEMBERSHIP REVITALIZATION STRATEGIES

EVALUATE WHETHER THE PROVISION OF SERVICES LEADS TO A UNION MEMBERSHIP INCREASE!

THE PURPOSE:

- HOW UNIONS RESPOND TO INDIVIDUALISATION
- EVALUATING IMPACT OF SERVICES ON MEMBERSHIP



THE HYPOTHESIS:

TRADE UNIONS ARE EXPERIMENTING A "CUSTOMISATION" OF THEIR ACTIVITIES



With the financial support from the European Union

1. Obiettivi, caratteristiche e criticità

Obiettivo: creare un servizio che completasse le tradizionali «politiche passive», che costituivano anche il canale privilegiato di contatto con l'utenza, consentendo al sindacato di inserirsi direttamente nei «*processi di intermediazione*».

Strumenti: favorire l'incontro tra domanda e offerta richiede una serie di attività integrate ma *differenti* (in termini di organizzazione e risorse):

- Implementare di una banca dati per raccogliere le informazioni sulle figure che, per motivi diversi, «transitavano» nella Cisl;
- Promuovere una serie di attività propedeutiche all'occupabilità (cv, bilancio delle competenze, formazione);
- Rafforzare e strutturare nuove relazioni con le istituzioni locali (scuole, Camera di Commercio, fiere del lavoro), le imprese e le agenzie di somministrazione.

1. Obiettivi, caratteristiche e criticità

Un «**progetto ambizioso**»:

- Nel tempo la funzione dello sportello è stata ampliata e ciò ha richiesto un allargamento della rete di collaborazione. Tali attività, sembrano far emergere la volontà di promuovere un **nuovo modo di fare rappresentanza e quindi sindacato**.
- La tutela sindacale può esprimersi in forme diverse: sul posto di lavoro, con la contrattazione, ma anche nella promozione di politiche attive o nel sostegno a soggetti che si sentono smarriti a causa di una situazione di temporanea debolezza e che hanno bisogno di **ricostruire un proprio orizzonte di senso**.
- Emerge così la **dimensione identitaria e culturale** del sindacato. Molti soggetti si rivolgono a SL soltanto in casi di conclamata difficoltà, come quando si viene espulsi dal mercato del lavoro. Questo crea una relazione particolare tra i diversi attori coinvolti, che va oltre la semplice funzione strumentale. Il **sindacato diventa uno spazio sicuro** dove esprimere le proprie ansie e paure.

Che presenta alcune «**fragilità organizzative**»:

- Si osserva una certa incertezza rispetto alla natura e gli **investimenti** necessari per rafforzare la struttura (*La questione fondamentale è quella di capire che piega vogliamo dare all'attività*).
- La **debolezza organizzativa** viene temporaneamente bilanciata *a)* dall'attivismo dei promotori e *b)* dal contributo di alcune categorie (pensionati). Ciò consente di ridimensionare (in parte) gli effetti negativi della mancanza di risorse (umane, strumentali ed economiche).

2. Le caratteristiche degli utenti

- Circa l'85% non ha un lavoro (precedentemente risultava occupato con un rapporto di lavoro dipendente (95%), mentre il restante 15% ha contattato lo sportello per avere informazioni o ricercare nuove opportunità. Nel complesso, si tratta di **820 soggetti**, divisi quasi equamente per genere: 440 donne e 380 uomini.
- La collocazione di SL all'interno di una rete ampia ed eterogenea consente di cogliere alcune tendenze che le singole categorie sindacali fanno più fatica a intercettare mentre è presente una stretta relazione con **Vivace**.
- In questo contesto, una particolare attenzione è stata dedicata a due segmenti che difficilmente entrano in contatto con il sindacato: gli **autonomi** e i **creativi**.
- La rappresentanza di queste due categorie richiede specifici **canali di accesso e informazione** (Facebook, Twitter) che necessitano di una gestione "professionale e strutturata".
- Soprattutto per i creativi, l'obiettivo è quello di creare uno **spazio di coworking**. In questo caso, un ruolo strategico (di supplenza) è stato giocato dalla struttura regionale (che fisicamente ospiterà lo spazio).

3. La valutazione dei servizi

- La valutazione dei servizi offerti si è basata su una **survey online** (alla quale hanno risposto 52 soggetti) e su un **focus group** con 8 persone. In generale, la valutazione dei servizi risulta positiva. Questi rappresentano inoltre una porta di accesso al sindacato, migliorandone la percezione tra gli utenti.
- I focus group hanno consentito di evidenziare due ulteriori elementi rilevanti:
 - ❑ il **carattere propedeutico per l'occupabilità** svolto attraverso la preparazione del candidato alla selezione;
 - ❑ la **funzione «sindacale»**: da un lato, i CPI hanno una valenza prevalentemente burocratico-amministrativa, dall'altro, le agenzie si occupano della collocazione concreta. Nel mezzo si inserisce SL, che svolge le **funzioni strumentali** (di orientamento e filtro) **e identitarie**.
- Per quanto riguarda la **membership**, sebbene l'iscrizione non sia necessaria, circa 79 soggetti (su 85) inseriti nel mercato del lavoro attraverso SL si sono iscritti. Ciò sottolinea le **potenzialità di crescita** (in un periodo difficile come quello legato all'**epidemia**).

4. Alcune questioni aperte

Oltre alle **criticità di carattere organizzativo**, i focus group e le interviste ai responsabili di SL hanno messo in evidenza tre elementi di riflessione:

- **Rapporto con le categorie**: viene riconosciuto il lavoro di intermediazione e creazione di reti ma permangono alcune difficoltà di comunicazione e di scambio di informazioni. Spesso le stesse categorie si muovono in autonomia e con strategie che non sempre incontrano le esigenze dello Sportello.
- **Rapporto con le agenzie di lavoro**: SL opera come «filtro» tra i lavoratori e le agenzie, presidiando gli aspetti “a monte”, come il bilancio delle competenze o il CV. Ciò che viene richiesto è però un presidio anche “a valle” (rispetto ai risultati, le valutazioni e, più in generale, rispetto alle funzione di “garanzia”).
- **Rapporto con la rappresentanza**: emerge l’esigenza di trasformare l’offerta di servizi in offerta di rappresentanza, distinguendo tra coloro che trovano una nuova occupazione (e che quindi possono iscriversi alle singole categorie sindacali) e la platea più ampia ed eterogenea dei disoccupati, che spesso soffrono l’assenza di un soggetto capace di portare avanti le loro istanze, degli autonomi e dei creativi (in prospettiva).

Grazie per l'attenzione

Marco.betti@cisl.it