



FEDERAZIONE ITALIANA METALMECCANICI

Ufficio Comunicazione

Corso Trieste, 36 – 00198 ROMA

☎ 06-85.262.478 – fax 06-85.262-452 – Fim.comunicazione@cisl.it - www.fim.cisl.it

NOTIZIA da WEB per www.fim.cisl.it



MIRAFIORI

Fiat. Il questionario di Mirafiori: i lavoratori premiano il sindacato responsabile

VERTENZE

di Rocco Zagaria

Dopo le polemiche ed il piccolo giallo che hanno preceduto la diffusione dei dati ufficiali del questionario distribuito da Fim, Uilm e Fismic Torino a Mirafiori, ecco i risultati e l'analisi di questa particolare modalità di ascolto e coinvolgimento dei lavoratori.

Quello che colpisce di più è la grande partecipazione: su 4.617 questionari distribuiti hanno risposto in 3.745 pari all'81% del totale.

Tra le tredici domande effettuate particolare rilevanza assumono quelle relative al "ruolo" del sindacato in fabbrica.

"Con il questionario - spiega il segretario generale della Fim Torino, **Claudio Chiarle** - abbiamo costruito una sorta di piattaforma per andare al confronto con l'azienda. Abbiamo usato un metodo veloce, innovativo ed efficace. Il nostro intento era di tornare a fare sindacato che contratta, parlando con i lavoratori, partendo proprio dall'analisi dei loro bisogni. I lavoratori si sono espressi in modo molto più numeroso e libero di tutte le assemblee di questi ultimi anni. Queste ultime, infatti, non sono più un luogo di dialogo perché non si riesce più a discutere e a confrontarsi veramente". Inoltre, per Chiarle: "Bisogna ripensare anche il modo di confrontarsi con i lavoratori. La democrazia è permettere ai lavoratori di pensare e non può ridursi ad un sì o un no in un referendum".

Alla domanda: "Che cosa dovrebbe fare il sindacato" e alle tre possibili risposte a) *aprire una trattativa con l'azienda per chiedere con urgenza nuovi prodotti e investimenti a Mirafiori*; b) *mettersi in gioco accettando una maggiore responsabilizzazione nei comportamenti*; c) *dare la disponibilità per modifiche dell'organizzazione del lavoro che consentano di migliorare la competitività di Mirafiori* i lavoratori si sono espressi favorevolmente nell'85% dei casi sulla prima opzione, nel 62,% sulla seconda e nel 65% sulla terza.

"Con queste risposte - spiega ancora il segretario generale Fim di Torino - i lavoratori esprimono tre cose essenziali: riconoscono al sindacato il ruolo della rappresentanza, il mandato a trattare e infine serietà, rigore e responsabilità".

I dati del questionario confermano anche l'incertezza dei lavoratori di fronte ad un quadro ancora poco chiaro sul futuro di Fiat e, in particolare, di Mirafiori, e alle grandi incognite del panorama economico e politico del Paese.

Lo si evince dalla prudenza con cui i lavoratori si esprimono sulle domande in cui si propone uno scambio, senza contropartite, (le domande 2 e 3) e dalla risposta (a) della domanda 4. Si teme che tutto ciò che propone Fiat diventi un ricatto senza contropartite.

Decisamente più alti i consensi quando si entra nello specifico, di che cosa fare concretamente come richieste all'azienda.

Combattere l'assenteismo, che è un fenomeno che danneggia in primo luogo i lavoratori veramente ammalati e che hanno bisogno di tutele, e in particolare di promuovere un sistema



FEDERAZIONE ITALIANA METALMECCANICI

Ufficio Comunicazione

Corso Trieste, 36 – 00198 ROMA

☎ 06-85.262.478 – fax 06-85.262-452 – Fim.comunicazione@cisl.it - www.fim.cisl.it

di bonus/malus di premio di risultato per chi è virtuoso. L'86,4 % dichiara di esser d'accordo ad un sistema incentivante sulla presenza.

Il 66 % di sì nella domanda 10 "sullo scambio generazionale" resta invece un dato importantissimo rispetto al patto tra padri e figli.

"Dare una prospettiva a Mirafiori - conclude Chiarle - vuol dire darla alla Città e al territorio. Quel 66% nasconde una preoccupazione, a differenza degli anni '60 e '70. Nessuno pensa di lasciare a suo figlio il proprio posto in Fiat, ma c'è la consapevolezza che sul futuro di Mirafiori si giochi gran parte del destino dell'industria torinese e del lavoro".

(11 novembre 2010)