

# PROGETTO

RACCOGLIAMO LE IDEE

**FASE DI ASCOLTO & RESTITUZIONE**

**Dicembre 2025**

# Il progetto in breve

- ❖ A maggio 2025, un gruppo rappresentativo di Clara, composto da **150 persone** è stato coinvolto nel progetto;
- ❖ Sono state realizzate **10 interviste di gruppo**, finalizzate ad **ascoltare le persone** e raccogliere le loro percezioni sull'Azienda;
- ❖ A dicembre 2025, abbiamo organizzato un incontro per **condividere** insieme le informazioni raccolte durante le interviste di gruppo

# Obiettivi del Progetto

- ❖ Valorizzare le persone
- ❖ Comprendere i punti di forza e le aree di miglioramento dell'Azienda;
- ❖ Supportare lo sviluppo di CLARA, attraverso un percorso condiviso

# Analisi dei dati raccolti



Il processo di analisi di tutti i dati raccolti, ha permesso di individuare:

- «**Punti di forza**»;
- «**Aree di attenzione**»;
- «**Cosa chiedono le persone**»

In questo documento sono riportate tra virgolette le parole usate dai/dalle partecipanti durante le interviste, espressione delle loro idee, punti di vista, percezioni, aspettative.

# Punti di forza

## **Forte senso del territorio e Valore Sociale:**

«Essendo del luogo c'è molta attenzione e interesse»;  
«Siamo coesi»; «Confronto Azienda Cittadino», etc.

## **Attenzione alla gestione delle risorse:**

«Vengono appaltati servizi a ditte esterne, ma senza controllare come lavorano», etc.

## **Desiderio di coinvolgimento:**

«Aumentare il coinvolgimento dei dipendenti verso il raggiungimento di obiettivi aziendali», etc.

# Aree di attenzione

## **Comunicazione inefficace:**

«Migliorare la comunicazione (più ascolto e più rispetto)»,  
«Comunicazione tra settori»,  
«Comunicazione lenta»,  
«Condivisione delle idee per migliorare le procedure»,  
«Aumentare il dialogo tra l'azienda e i preposti», etc.

## **Valorizzazione del personale:**

«Valorizzare i dipendenti e le loro aspirazioni»,  
«Valorizzare l'esperienza del lavoratore»,  
«Rendere partecipi i dipendenti su vari progetti a seconda dei settori», etc.

## **Clima e cultura aziendale:**

«Rendere Clara un'Azienda e non una società unipersonale»,  
«Una partita iva, ma due aziende»,  
«Sembra che vogliono metterci gli uni contro gli altri»,  
«Il Natale è stato festeggiato in maniera separata, operai e parte alta» etc.

## **Strategia aziendale:**

«Avere più informazioni sul futuro e pianificare gli obiettivi»,  
«Aumentare il coinvolgimento dei dipendenti verso il raggiungimento di obiettivi aziendali», etc.

# Cosa chiedono le persone

## **Incontri periodici:**

«Incontri calendarizzati per confronti sugli obiettivi e sulle problematiche»,  
«Riunioni più frequenti tra settori che collaborano»,  
«Migliorare la diffusione delle questioni e maggiore condivisioni di esse», etc.

## **Coinvolgimento attivo del personale:**

«Rendere partecipi i dipendenti su vari progetti a seconda dei settori»,  
«Dare maggiore formazione e trasparenza», etc.

## **Maggior presenza della Direzione nelle sedi/basi territoriali:**

«Maggior presenza da parte dei responsabili»,  
«Azienda più disponibile nella risoluzione dei problemi», «Presenza e conoscenza del territorio»,  
«Direzione e RU più aperte ad ascoltare le proposte e i suggerimenti», etc.

## **Nuovi investimenti su mezzi e infrastrutture:**

«Migliorare i mezzi, la rotazione dei carichi di lavoro e l'ambiente di lavoro»,  
«Migliorare i mezzi e possibilità di lavaggio di essi», «Possibilità di pulire i mezzi», etc.

# LA MAPPA CONCETTUALE – Fotografia CLARA



## La cultura aziendale

### **Messaggio chiave:**

CLARA non è ancora percepita come un'unica azienda.

- Persistono le due identità storiche (Area e CMV)
- Le persone faticano a riconoscersi in una cultura comune
- Serve rafforzare il senso di “noi” e l'appartenenza a CLARA.

## L'organizzazione

### **Messaggio chiave:**

i cambiamenti non sono sempre compresi.

- Cambi organizzativi frequenti e poco spiegati
- Procedure non sempre uniformi tra le sedi
- Il problema è più “come” si comunica il cambiamento che il cambiamento stesso.

## La comunicazione

### **Messaggio chiave:**

la comunicazione è il nodo centrale.

- Informazioni poco chiare o poco diffuse
- Scarsa comunicazione tra livelli e tra reparti
- Questo riduce coinvolgimento, fiducia e motivazione.

## La strategia

### **Messaggio chiave:**

la strategia non è percepita come condivisa.

- Visione futura poco chiara per il personale
- Desiderio di capire dove va l'Azienda
- Le persone vogliono sentirsi parte del percorso.

## Le persone

### **Messaggio chiave:**

le persone vogliono essere valorizzate e coinvolte.

- Forte attaccamento all'Azienda
- Richiesta di maggiore ascolto e partecipazione
- Bisogno di criteri chiari per responsabilità e valutazione – sistemi premianti.

## Le infrastrutture ed i mezzi

### **Messaggio chiave:**

le condizioni di lavoro incidono sulla qualità del servizio.

- Mezzi spesso obsoleti o poco funzionali
- Sedi e spazi di lavoro non sempre adeguati
- Carichi di lavoro elevati e gestione in emergenza

# I prossimi passi

- **Valorizzazione delle competenze**

Lavorare sulle competenze attuali delle Persone, per creare opportunità di sviluppo e di crescita

- **Sviluppo manageriale**

Fornire nuovi strumenti per i/le responsabili di ogni settore o livello per migliorare la gestione delle persone e dei processi

- **Gruppi di lavoro trasversali**

Coinvolgere le Persone in gruppi trasversali per progetti di miglioramento per CLARA

- **Rafforzare identità e coesione**

Creare momenti informali (auguri di Natale/cene ad es.) e formali (gruppi di lavoro – cambi di sede) che rappresentino occasioni di aggregazione tra le Persone

*Grazie!*

Il contributo di tutti è la base per costruire una CLARA  
più unita e consapevole