

PROGETTO SFERA FAMIGLIA

_____ RAPPORTO ANALITICO E CONSIDERAZIONI _____

Attraverso il progetto Sfera Famiglia, abbiamo conosciuto tante persone, famiglie e realtà che operano in questo ambito o affini. Di conseguenza sono state avviate altrettante relazioni e raccolte una molteplicità di dati. Andando ad elaborare tutti questi "input" ne sono derivate alcune considerazioni, che ci pare utile mettere in evidenza:

_In questi mesi di attività (da gennaio 2014) 74 persone si sono rivolte a noi per cercare occupazione. Si tratta soprattutto di donne, di età compresa tra i 22 i 58 anni. Molti dei candidati incontrati non erano in possesso di qualifiche professionali o referenze. Abbiamo comunque incontrato queste persone e raccolto i loro dati in schede, organizzando il tutto in un data-base informatico, ad uso esclusivamente interno.

_ Di queste 74 persone, 14 hanno lavorato attraverso i nostri servizi (18%). Chi ha lavorato attraverso Sfera Famiglia, sono 3 uomini e 11 donne, inquadrati con forme contrattuali differenti (liberi professionisti a partita iva, con incarico temporaneo; somministrati da agenzia interinale, contratto diretto con la famiglia). In 4 lavorano ancora oggi con contratti in regola.

_Dall'inizio del progetto siamo stati contattati da 84 famiglie, potenziali clienti. In particolare, alcune considerazioni:

A) per l'ambito sanitario, la figura di Domenico è stata determinante per intercettare clienti bisognosi di fisioterapia a domicilio

B) qual è stato il canale maggior veicolo di contatto?

- 52 clienti sono pervenuti a noi tramite il canale pubblicitario.*
- 15 clienti per effetto del passaparola o indirizzate da Assistenti Sociali (soprattutto per i Comuni di Persiceto, Anzola e Sant'Agata Bolognese).*

C) quante di queste famiglie sono diventate clienti di Sfera Famiglia? 36 (su 84)

- 14 per l'ambito assistenziale (di cui 3 attivi, al momento)*
- 22 per l'ambito sanitario (di cui 1 attivo al momento)*

CRITICITA' RISCONTRATE:

Per l'ambito assistenziale:

- *Si è reso necessario dover lavorare con un'agenzia di lavoro interinale che, di fatto, ha però aumentato molto i costi alle famiglie.*
- *Margini di ricavo troppo bassi, che di conseguenza portano a lavorare su numeri altissimi di clienti, ma che poi non sono sostenibili in termini di consulenza-gestione.*
- *Altissima concorrenza con il mercato nero, soprattutto per i servizi non "qualificati".*
- *Rigidità contrattuale nel poter impiegare personale che lavori "a chiamata" o comunque che deve lavorare con una certa flessibilità, essendo i servizi estremamente personalizzati.*
- *Manca una cultura adeguata dunque le famiglie poco percepiscono il valore aggiunto dei servizi offerti "in regola" e "monitorati".*

Per l'ambito sanitario:

- *Per arrivare alla clientela, essendo i servizi sanitari, più specializzati bisogna che la proposta commerciale dei servizi a domicilio transiti da strutture sanitarie, qualificate nell'ambito.*

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE AL PROGETTO:

Rispetto a quanto si evince da questa esperienza, riteniamo opportuno fare alcune osservazioni:

- *Per implementare attività di questo tipo (tanto "social" e poco "business") diventa importante costruire una rete adeguata a supporto, che contribuisca a creare cultura nella comunità, che altrimenti, se non sensibilizzata, rimane impermeabile a certi aspetti.*
- *Progetti simili dovrebbero partire su iniziativa, o con partecipazione, di enti locali (vedi progetto "Badando" di Casalecchio).*
- *Per arrivare ad aggregare molti clienti sui servizi sanitari domiciliari bisogna elaborare campagne informative-commerciali passando dalle strutture sanitarie.*
- *Data la scarsa marginalità dei servizi assistenziali a domicilio, ha senso che questi siano complementari ad altri servizi "affini".*