

Obiettivo 50

“Una storia di successo: dinamismo, professionalità, concretezza al servizio dei manager over 50”

1-Premessa

Traendo spunto da una analoga iniziativa francese (Objectif50), nel luglio del 2004 una trentina di manager lombardi decide di costituire una Associazione con **l’obiettivo di fare qualcosa per il problema dei molti manager cinquantenni che si trovano a casa, non per demeriti loro, ma per problemi delle aziende con cui hanno lavorato/stanno lavorando.**

Tra di loro vi sono molti uomini e qualche donna, tutti tra i cinquanta e i sessanta, e, a parte alcuni già felicemente arrivati alla pensione, tutti gli altri raccontano lo stesso tipo di circostanze:

“mi hanno proposto (oppure: “temo mi propongano”) di uscire dall’azienda”
“ho fatto invano il giro degli head hunters che conosco”
“mi propongono un programma di outplacement”

Il tutto corredato da drammatiche postille di questo tenore:

“mi mancano x anni di contributi per arrivare alla pensione di anzianità”
“purtroppo non ho riscattato il periodo degli studi universitari”
“ho figli al liceo/università con ancora parecchi anni di studi davanti”

Animati tutti da grande voglia di fare, a settembre 2004 si comincia a “lavorare”.
Vengono costituiti quattro gruppi di lavoro:

- * il Polo Associazione si occupa della stesura di Statuto, Regolamento, codice Etico;
- * il Polo Competenze si organizza per l'accoglienza dei neo soci;
- * il Polo Mercato parte alla ricerca di opportunità professionali
- * il Polo Istituzioni analizza le possibilità di interazione con Enti locali, nazionali e UE

A novembre 2004 Obiettivo50 ONLUS si costituisce davanti a Notaio.

2-Le origini del problema: la forbice perversa

Negli anni più recenti l’Europa è andata adottando un sistema di rapporto di lavoro completamente differente da quello che, per moltissimi anni, l’aveva caratterizzata e che aveva avuto come elemento fondamentale un grande attaccamento del dipendente all’impresa e viceversa.

Nel lavoro aveva sempre avuto un’importanza fondamentale il rapporto dipendente – imprenditore e, specialmente nelle medie e piccole imprese, ciò ha cementato la fidelizzazione. L’orgoglio reciproco di appartenenza e di collaborazione ha percorso intensamente le relazioni tra le parti.

Questo rapporto si è esaurito con l’avvento di un sistema di valutazione della prestazione unicamente basata sul risultato a breve termine.

L’imprenditore o l’azienda, pressati da problemi di competitività, tendono a non fare più alcuna valutazione differente da quella del rendiconto immediato, ponendosi come obiettivo prioritario la riduzione dei costi, raggiungibile anche con il ringiovanimento del personale.

Ciò dipende da una serie di fattori, alcuni anche tipicamente italiani, i cui principali sembrano essere -

- Globalizzazione dei mercati.

La globalizzazione viene spesso intesa come minaccia alla sopravvivenza superabile solo con un totale cambiamento. Porta ad eliminazione di personale ad ogni livello, con risultati ancora

maggiori di quelli che si erano determinati con l'introduzione della automazione spinta dell'inizio degli anni 70. Allora si eliminarono persone, ora persone "anziane".

Gli occupati tra i 53 ed i 64 anni in Europa sono intorno al 40%, ma in Italia il valore non raggiunge il 30%.

E' vero che in Italia, come del resto in Francia, anch'essa sotto il valore europeo, le leggi hanno per lungo tempo consentito di poter usufruire della pensione ad un'età inferiore a quella degli altri paesi, ma la differenza è tanto notevole da far escludere questo solo fattore.

- Tassazione elevata del sistema lavoro.

Certamente questa è una ragione molto forte: si pensa, in definitiva, che sia da realizzare quanto è più facile, l'allontanamento dei meno giovani, invece che andare a cercare risparmi in altri campi aziendali.

- Acquisizione di imprese italiane da parte di imprenditori esteri.

In questo caso la tendenza di sostituire e ridurre i dipendenti a più alto livello con l'assunzione di elementi più giovani (spesso esterni) denota che il nostro paese viene sempre meno considerato per l'aspetto qualitativo e sempre più per quello quantitativo.

Il lavoratore più anziano è visto sotto il duplice aspetto di costi maggiori, per la maggiore retribuzione che normalmente percepisce, e di una più sentita obsolescenza. Il lavoratore più giovane è considerato, al contrario, più adatto alle sfide del continuo cambiamento del mondo lavorativo per la sua determinazione e la sua creatività.

L'esperienza, l'affidabilità, l'adattabilità al sistema operante, la conoscenza delle problematiche esterne, tipiche delle persone mature, non vengono tenute in alcuna considerazione o vengono giudicate non necessarie, né esclusive.

Dall'altra parte, nel caso italiano, un altro elemento pone seri problemi al lavoratore anziano: la crisi del sistema previdenziale:

- L'invecchiamento della popolazione ha portato ad una crescita sensibile del numero dei pensionati. Il rapporto pensionati/lavoratori in attività in Italia sale da circa il 13%, negli anni 60, al 26% nel 2000, con una tendenza a superare il 40% tra il 2020 ed il 2030.
- L'aspettativa di vita media è aumentata negli scorsi decenni: da cui la possibilità di sfruttare la pensione per un numero di anni ben maggiore di quello che si prevedeva in passato.
- Si aggiunga a ciò il sistema a ripartizione che è ancora in voga per i pensionandi più anziani e che solo recentemente è stato sostituito, per i lavoratori meno anziani, da un sistema contributivo.
- L'aver previsto in alcuni casi l'erogazione di pensioni anche in presenza di versamenti molto limitati.

Da questi due ordini di motivi trae origine la forbice perversa, per cui l'industria espelle lavoratori anziani, non ancora aventi maturato il diritto alla pensione, mentre lo stato è costretto ad innalzare i limiti dell'età pensionabile per correggere i deficit del sistema previdenziale.

Questo è il quadro che si presenta oggi, con l'anziano sempre più colpito nella sua possibilità di continuare un rapporto di occupazione e, viceversa, con la possibilità di usufruire del trattamento pensionistico sempre più lontana nel tempo.

Esiste in modo non equivoco uno "standard occidentale" di vita che presuppone certe basi irrinunciabili. Il cinquantenne, con una vita in gran parte programmata, negli affetti, nella speranza, nei sentimenti, si ritrova a fronteggiare seri problemi.

E questa situazione significa una sostanziale modifica del modo di vivere che si esprime in problemi di salute fisici e mentali, in una tendenza a giudicarsi finiti e "lasciarsi andare" verso i primi stadi della depressione.

Significa modifica dei rapporti interpersonali e famigliari, sentirsi inadatti all'improvviso a problemi che mai avevano costituito l'essenza della propria vita. Il fatto di essere giudicati obsoleti per una normale attività porta a considerarsi obsoleti in ogni situazione.

3-II caso particolare: il cinquantenne manager

Vi è peraltro un elemento che contraddistingue la situazione italiana in modo determinante: il fenomeno della disoccupazione ad alto livello (manager e quadri).

Prevale, va detto ancora, la logica della riduzione dei costi ed è chiaro che i meglio retribuiti ne facciano maggiormente le spese.

E ciò significa uscita dal lavoro e chiara difficoltà di ottenere impiego alternativo adeguato.

Nel caso dei dirigenti, giova ricordare che sono gli unici lavoratori che non hanno particolari e forti clausole di salvaguardia del posto di lavoro.

4-Obiettivo50

Obiettivo50 non ha fine di lucro. L'attività che parecchi volonterosi soci producono non è in alcun modo retribuita, essendo parte integrante dell'attenzione che essi esprimono verso gli obiettivi ed i valori etici della Associazione stessa.

L'attività della Associazione si svolge nel settore dell'assistenza nei confronti di manager "over 50" che si trovano momentaneamente senza occupazione al fine di favorirne il reinserimento nel mondo del lavoro.

Per ottenere tale scopo Obiettivo50 ritiene fondamentale sviluppare tre tipi di interventi.

Prima di tutto un programma di **Assistenza al neo socio** :

- Chiede all'aspirante socio di redigere un proprio profilo professionale, indicando le esperienze pregresse ed i desideri per il futuro.
- Gli organizza un'intervista con altri manager già soci con lo scopo di aiutarlo nella elaborazione del proprio profilo.
- Fornisce uno specimen di biglietto da visita (che basterà stampare)
- Organizza incontri periodici di networking per lo scambio di informazioni professionali e per l'individuazione di opportunità.
- Fornisce indicazioni sulle possibilità presenti nel mercato del lavoro e su come riproporsi, attraverso la fornitura di elementi che permettano al dirigente di meglio orientarsi, di quali contatti intraprendere, con la possibilità, sempre presente, di sfruttare le conoscenze e le introduzioni di altri associati.
- Organizza convegni su argomenti di interesse comune, per esempio quelli contrattuali, previdenziali e fiscali. I convegni sono un momento di incontro giudicato fondamentale per la conoscenza di persone ed opportunità oltre che un veicolo di diffusione della Associazione.
- Fornisce assistenza legale mediante convenzioni con jurlavoristi specializzati

In secondo luogo una serie di **Attività istituzionali**.

- Valorizzare le competenze professionali dei manager interessati.
- Contribuire ad una loro riqualificazione con aggiornamento e formazione professionale.
- Costituire un punto d'incontro e di orientamento per la conoscenza e la condivisione delle esperienze.
- Promuovere attività che operino contro ogni forma di disagio sociale dei manager interessati alla ricerca di una nuova collocazione professionale.

- Promuovere convegni e seminari, anche in collaborazione con altre associazioni, con Comuni, Province, Regioni, Stato ed Unione Europea e con chi persegue finalità simili mirando alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica.
- Individuare finanziamenti da privati o enti pubblici, contributi e sovvenzioni statali, dell'Unione Europea, di enti locali.

Ma poiché il lavoro appare il principale mezzo per favorire il superamento delle difficoltà personali degli "over 50" rimasti a casa, il compito più concreto di Obiettivo 50 è quello di mettere il socio nella migliore condizione di conoscere le possibilità del mercato, operando in modo tale che egli stesso sia in grado di trattare autonomamente con il richiedente della prestazione.

5-Strategia, programmi, iniziative e risultati di un'associazione di manager

Il punto di partenza: (1) l'offerta

L'uscita più o meno forzata dal mondo dell'impresa lascia il manager inizialmente in una situazione di disagio.

In genere, si tratta di persona avvezza ad una vita frenetica, alla continua ricerca del raggiungimento degli obiettivi, perseguitata da telefonate ed e-mail che richiedono immediata risposta, sballottata tra riunioni, corse all'aeroporto, appuntamenti con clienti, cene di lavoro, dipendenti e collaboratori da indirizzare e guidare, il controllo dei risultati, le decisioni da prendere, il reporting al superiore (che esiste sempre) ed agli azionisti, la carriera ed il prossimo traguardo personale da raggiungere. In breve, lo stress benefico di un ruolo di responsabilità.

Di colpo, tutto ciò scompare: un'agenda da riempire, una rubrica telefonica composta di indirizzi di persone legate alla sua precedente attività, che si dimostra rapidamente inutile, niente più segretaria che funga da filtro ed organizzzi, il confronto diretto con la gestione dei documenti, della mail, delle telefonate, in una parola, la solitudine professionale, il fai-da-te, la creazione della propria giornata.

Questa persona possiede però un tesoro, costruito con anni ed anni di lavoro sul campo: il bagaglio professionale, l'esperienza. E questo è quello che deve mettere in gioco. Ma dove? E come?

Abbiamo visto che le aziende, e la Grande Impresa in particolare, non sono disponibili a recepire questa professionalità secondo i canoni tradizionali (contratto a tempo indeterminato). Occorre dare spazio ai giovani talenti, contenere i costi, aumentare la produttività pro capite, fronteggiare la discontinuità del mercato globale, spesso, sopravvivere. Ed il declino delle grandi multinazionali nostrane è prova della difficoltà che esse si trovano a fronteggiare. Risultato: ben difficilmente un manager cinquantenne si rialloca come dirigente dipendente all'interno di una grande struttura.

Ecco che allora il manager, in tempi più o meno rapidi, favorito o limitato dalle aspirazioni, dalle doti naturali, dalla fortuna e da qualche momento di frustrazione o di esaltazione, fa di necessità virtù e si "reinventa" in un nuovo ruolo professionale: il consulente, talvolta il temporary manager, più raramente l'imprenditore, in alcuni casi nella combinazione dei tre. Il processo di "rinascita" in una nuova vita professionale richiede un periodo di gestazione ed apprendimento più o meno articolato, nel corso del quale si mettono a fuoco le proprie aspirazioni, si esamina il proprio DNA (diverso per manager, consulente ed imprenditore), si valutano le potenzialità di successo e si crea uno strumentario dedicato allo sviluppo del nuovo ruolo.

Finalmente, tutto è pronto per la nuova avventura, la discontinuità è superata, l'ex dirigente ha gli strumenti, l'immagine, forse anche i partner. Manca solo l'elemento primo: il cliente, l'impresa.

Il punto di partenza: (2) la domanda

Se da un lato, le grandi imprese sono in ritirata, dall'altro, vi sono aziende che di questo bagaglio di esperienza e professionalità possono usufruire: le Piccole e Medie Imprese, guarda caso, la struttura portante dell'economia italiana.

Parrebbe superfluo ed inflazionato enunciare le caratteristiche positive e negative delle PMI, ma un'attenta analisi conduce ad individuarne le aree meritevoli di attenzione e di possibile miglioramento, in particolare:

- L' **espansione all'estero**: la crescita a due cifre percentuali dell'export di alcuni settori industriali dell'anno scorso (per esempio, delle quattro A) denota il riconoscimento della necessità e la volontà di uscire dai confini domestici. Non necessariamente testimonia però la capacità intrinseca di poter cogliere le opportunità dei mercati esteri, quanto meno non in tutti i settori e non in tutte le aziende
- L' **internazionalizzazione**: all'estero non si va solo per vendere, ma spesso anche per produrre o per comprare
- L' **innovazione**: l'espansione è raggiungibile solo grazie al valore aggiunto che le aziende mettono nel prodotto e nei processi produttivi. E se in questo le PMI di successo sono maestre ed hanno dimostrato nell'ultimo biennio di sapersi rimettere in gioco, è nei servizi, nella proposizione dell'offerta, nella cooperazione con portatori esterni di conoscenza, nella protezione della proprietà intellettuale che si possono trovare ulteriori elementi differenzianti competitivi
- La **transizione generazionale**: il nostro tessuto economico è basato sull'azienda a conduzione familiare, ma solo il 3 % delle imprese (in Europa) giunge alla terza generazione imprenditoriale. Inoltre, dimensioni e tradizione mal si coniugano con l'immissione di forze manageriali permanenti, che possano condurre l'azienda in autonomia ed inserirsi nell'indissolubile triangolo azienda – famiglia – proprietà
- La **cooperazione**: la natura "egocentrica" dell'impresa familiare è detta essere causa principale del "nanismo" del quale sembrano soffrire le PMI italiane. D'altro canto, e senza entrare in discussioni ideologiche sul "piccolo è bello" (o brutto), è dimostrato che grandi opportunità di espansione, di riduzione dei costi e di sostenimento del capitale sono individuabili nell'attività congiunta con partner industriali e finanziari, tradizionalmente visti dall'azienda come entità "non grate".

In generale, le PMI affrontano le discontinuità basandosi sulle proprie forze, ovvero sulla capacità dell'imprenditore, e ricorrendo solo in misura limitata a supporti esterni all'azienda/famiglia, nel rispetto dei ruoli tradizionali, quali il professionista commercialista (area fiscale) o le banche (linea di credito, anticipo su fattura).

È però evidente che vi sia un complesso di aziende che presentano una domanda implicita di supporto per superare le discontinuità, siano esse intrinseche nella loro natura siano dettate e/o accentuate dal mercato, ma che non hanno all'interno le risorse che abbiano sperimentato dal vivo le nuove vie da percorrere e/o che non possono/vogliono correre il rischio di giocare il tutto per tutto su una sola carta (per esempio, un dirigente con contratto a tempo indeterminato).

Il punto d'incontro

Abbiamo quindi, da un lato, un manager che ha definito i contorni della sua (più o meno nuova) veste professionale e che mette a disposizione la propria esperienza, dall'altro, la PMI, che vorrebbe e dovrebbe percorrere vie nuove, ma che non trova al suo interno le conoscenze necessarie.

Un'associazione di volontariato, fatta da manager per i manager, quale Obiettivo 50 Onlus, non può che avere che un obiettivo primario, quello di colmare il gap: "creare opportunità professionali per i propri associati", rendendo al contempo un servizio alle imprese.

Se la dichiarazione d'intenti, che è alla base della strategia di O50, pare di semplice dizione, restano da definire gli ambiti operativi, i ruoli dell'associazione, dei manager associati e degli operatori di mercato e le modalità d'intervento degli uni e degli altri. Nel seguito esamineremo questi aspetti, dedicando maggiore attenzione all'ambito consulenziale, in quanto più sviluppato, e concludendo con una carrellata sulle attività collaterali e complementari di supporto allo sviluppo dei manager associati.

Le aree di intervento

Il manager associato di O50 è un professionista che si è reinventato la propria presenza nel mondo economico, operando in autonomia sotto diverse forme (partita IVA, co.co.pro., con azienda individuale, partner di società di capitali, ecc.), in uno o più dei seguenti ruoli: consulente aziendale (specialistico o generalista), temporary manager (tenendo presente che l'unica grande differenza tra il consulente ed il manager sta nella delega), imprenditore. Comune a tutte le varie forme ed i ruoli è la progettualità, ovvero la consuetudine ad operare per progetti.

La base per la nuova esistenza è costituita da decenni di esperienza "hands on" nel mondo delle imprese, in genere nelle multinazionali, in ruoli di responsabilità (un terzo degli associati è stato CEO, Amministratore Delegato, Direttore Generale) ed a contatto con il mondo, al di fuori dell'Italia ("expatriates", capi area, direttori export, capi consociata), e ricoprendo, nel complesso dell'associazione, tutte le funzioni aziendali (commerciale, produzione, amministrazione, supply chain, ...).

È quindi ovvio che possa apportare competenze di ampio respiro laddove queste siano scarse o non esistenti, traslando su realtà certamente più dinamiche e meno "burocratizzate" esperienze maturate in ambiti più globali, per esempio nelle seguenti aree:

- Sviluppo Internazionale. Individuazione dei trend dei mercati e dei partner potenziali, espansione dell'export, creazione di filiali/JV all'estero, delocalizzazione, ...
- Ricambio generazionale/Ristrutturazione. Tutoring/mentoring, Interim Management, managerializzazione, turn-around, strutturazione di nuovi assetti organizzativi/societari, aggregazioni, ...
- Innovazione e competitività. Complemento/sviluppo nuove iniziative (es. business planning), introduzione di pratiche di marketing (communication, canale), valorizzazione di marchi/design, protezione della Proprietà Intellettuale (brevetti, royalties)
- Aggregazione. Supporto ad operazioni di M&A, messa a fattor comune di funzioni/attività operative (centri d'acquisto, commerciale Italia/estero, centri logistici, ecc.), creazione di Joint Venture, formazione di Associazioni Temporanee d'Impresa, ...
- Processi. In funzione delle competenze specifiche: supply chain, produzione, ricerca e sviluppo, controllo di gestione, ecc.

La domanda che lecitamente ci si pone è: come fare a rendere visibile ed a sfruttare questo vasto patrimonio professionale? A questa domanda l'associazione O50 cerca da anni di dare risposta. Riuscendoci. Vediamo come.

L'associazione, le imprese ed i partner

Se la missione dell'associazione è di fare da ponte tra le imprese ed i manager associati, creando opportunità professionali per questi ultimi, sostanzialmente si aprono due vie per promuovere le suddette professionalità: quella diretta, presso le stesse aziende, l'altra, attraverso degli intermediari presentatori che condividano la finalità.

Avendo individuato il mondo delle PMI quale target primario, è evidente che l'interlocutore non può che essere l'imprenditore stesso, l'unico in grado di valutare i benefici di un'attività di supporto di alto livello e di decidere se accedervi o meno.

Dopo aver sperimentato alcune vie di contatto diretto, si è rapidamente arrivati alla conclusione che un approccio sistematico "porta a porta" è non solo non praticabile, ma impensabile; ciò per una serie infinita di motivi, tra i quali: la vastità del mondo delle PMI (sia pure limitandolo ad una Provincia o Regione), l'eccessivo impegno richiesto ai volontari proponenti, la difficoltà oggettiva di ottenere un incontro con l'imprenditore, la limitatezza dei tempi concedibili alla presentazione della proposta, la naturale e sana diffidenza dell'imprenditore nei confronti di persone non conosciute, considerate alla stregua di "questuanti", in breve, il rapporto troppo modesto tra il "costo" dell'operazione ed i benefici ottenibili.

Si è così arrivati all'apertura di un nuovo fronte, individuando operatori che non solo condividano le finalità sociali dell'associazione, ma che abbiano un dichiarato interesse a portare benefici al mondo delle PMI, con le quali intrattengono rapporti istituzionali, siano essi di rappresentanza o di natura economica. Sono stati quindi indirizzati e contattati operatori pubblici e privati, quali: istituti di credito, istituti accademici, associazioni datoriali e di categoria, oltre alla Pubblica Amministrazione.

Gli operatori individuati rispondono alle caratteristiche di partner potenziali di O50, in quanto interessati a vario titolo allo sviluppo delle PMI. Per esempio:

- Le banche hanno un dichiarato interesse nel servire al meglio le PMI, in quanto aspirano a divenire la House Bank (obiettivo di non facile raggiungimento, nel mondo altamente frazionato del credito alle imprese italiane). L'offerta di servizi professionali di alto livello, ovvero la semplice presenza dei professionisti, può costituire incentivo ad un miglior rapporto con l'impresa ed un supporto alla comprensione del business dell'azienda stessa, con benefici per tutti gli operatori
- Molti istituti accademici, soprattutto nell'ambito "hi-tech", partoriscono ed allevano piccole "start-up", costituite da ricercatori d'ingegno e di coraggio. Questi, per estrazione, dopo il momento dell'invenzione, hanno necessità di supporto gestionale e commerciale per garantire lo sviluppo della loro creatura
- Le associazioni imprenditoriali/datoriali sono alla continua ricerca di servizi innovativi da offrire alle aziende associate. Anche qui, pur in un ambito di non facile percorribilità, sono individuabili servizi professionali che coprano varie esigenze (check-up aziendale, internazionalizzazione, ecc.).
- L'associazione intrattiene ovviamente rapporti anche con le Autorità, in particolare quelle locali (Comuni, Province, Regione), nonché a livello di Unione Europea, e cura in particolare lo sviluppo di iniziative a favore delle PMI, monitorando l'emissione di bandi per Progetti Finanziati attraverso i quali tali iniziative si esprimono.

Il meccanismo di partnership si sviluppa quindi fra Obiettivo50, che rappresenta i manager suoi associati, e l'ente partner, che cura gli interessi degli stakeholder, le imprese. Sta al partner individuare le necessità delle imprese, mentre sta ad O50 individuare i possibili portatori di soluzioni. Entrambi sono garanti della qualità del rapporto professionale.

Dalle proposte alle imprese devono scaturire proposte indirizzabili in linea di principio ad uno o più associati, quindi ad personam, da un lato, ma su base collettiva e non individuale, dall'altro.

Data la natura puramente sociale e non profit di Obiettivo50 (non si può e non si vuole praticare l'intermediazione di personale), vengono adottate tecniche e strumenti di natura collettiva, quali il "broadcasting" delle proposte a tutti gli associati, l'auto-selezione da parte degli stessi, ecc., mentre il rapporto professionale conseguente è finalizzato direttamente tra il manager associato e l'impresa.

Alcuni risultati concreti dell'azione

In tal modo ha potuto fornire agli associati diverse opportunità professionali, in particolare attraverso i seguenti progetti:

- SIT "Sportello per le Imprese in Trasformazione", progetto promosso dal Comune e dalla Camera di Commercio di Milano, al quale hanno aderito diversi manager
- SPRING "100 Progetti per l'internazionalizzazione delle PMI", progetto promosso dalla Regione Lombardia, che sta per vedere la sua terza edizione. Anche qui, grazie all'intervento di O50 che lo ha segnalato, una trentina di associati hanno fornito la propria assistenza in qualità di Temporary Export Manager (TEM) ad un totale di circa 80 aziende
- Saturno 2007 – Azione 2 "Supporto al passaggio generazionale", progetto promosso dalle Camere di Commercio lombarde, dalla Regione Lombardia e dal Fondo Sociale Europeo. In questo caso, O50 è stata selezionata quale operatore, presentando una dozzina di aziende alla quali una decina di manager forniscono consulenza operativa, mentoring, tutoring e workshop.

Il valore di queste iniziative risiede non solo e non tanto nello svolgimento della singola consulenza (remunerata peraltro spesso a tariffe "politiche"), quanto nell'apportare valore aggiunto altrimenti non disponibile/non raggiungibile e nello stabilire un rapporto fiduciario con le aziende, con alcune delle quali i manager associati intrattengono rapporti di collaborazione a valle della conclusione del progetto finanziato.

Attività collaterali e di supporto

Il sistema associazionistico prevede una serie di attività collaterali, tutte (o quasi tutte) funzionali alla promozione dell'offerta dei manager di O50 e basate sull'attivismo volontario degli associati stessi. Alcuni esempi:

- Promozione individuale ed istituzionale. Tutti gli associati hanno un biglietto da visita con il logo O50, tutti gli associati hanno un rolodex di contatti professionali, tutti gli associati conoscono un appartenente ad un'altra associazione, sia di categoria o datoriale. Parlare di O50 ed invitare a visitare il sito non costa nulla e stimola l'interesse
- Partecipazione a convegni. Molti manager partecipano in qualità di uditori a convegni che trattano temi di interesse professionale. Ove possibile, si raccomanda di presentarsi come manager associato di O50, qualora si voglia intervenire con una domanda o un chiarimento
- Convegni O50. Sono indirizzati agli associati. Ma promuovere la partecipazione presso aziende, conoscenze professionali, anche saltuarie, e rappresentanti delle istituzioni incrementa l'attenzione alle problematiche ed alle opportunità delle pantere grigie

L'aspetto curioso e non atteso del parlare dell'associazione, in pubblico o in privato, è che non solo si desta interesse per O50, ma che, di fatto, si promuove anche la propria persona, con interessanti ricadute professionali.

All'associato non si chiede di mettere a disposizione di tutti il proprio rolodex dei contatti, ma di tenere le orecchie aperte e di segnalare eventuali opportunità ai colleghi, ove non le si voglia o possa cogliere direttamente. Una forma di social networking? Certamente sì. E l'esperienza di questi anni dimostra che presenta spesso anche un ritorno individuale.

Risultati e conclusioni

Se, da un lato, i manager associati hanno potuto accedere a nuove opportunità professionali, anche per le aziende coinvolte i risultati sono stati soddisfacenti, talvolta superiori alle aspettative. Riportiamo solo alcuni esempi:

- Grazie alla partnership con un istituto di credito di primaria importanza, è stata fornita consulenza ad una media impresa, mirata alla revisione del sistema aziendale, che ha portato alla definizione del proprio percorso di sviluppo
- Attraverso la partnership con una primaria università scientifica, una start-up operante nel medicale è stata lanciata sul mercato, conseguendo l'ingresso di importanti investitori finanziari
- Un'altra giovane azienda operante nel satellitare, nata presso lo stesso istituto, sta progredendo da un paio di anni nella conquista dei mercati europei presso aziende di rilevanza internazionale
- Un'impresa sta promuovendo in vari paesi un'offerta innovativa, il cui mercato era finora limitato all'Italia, con il supporto dello stesso TEM che aveva partecipato al progetto finanziato di internazionalizzazione
- Un temporary manager è stato reperito da una multinazionale dell'IT attraverso il broadcasting interno, con reciproca soddisfazione.

Altri e più importanti esempi potrebbero essere citati, ma la naturale riservatezza nei confronti degli interessati, manager ed aziende, ce lo impedisce.
Certo è che quanto fatto finora è da considerare solo un inizio e che molto di più si possa fare.

* * * * *

La descrizione delle attività svolte dagli associati di Obiettivo 50 ONLUS a favore degli associati stessi non ha voluto essere un peana promozionale, quanto la testimonianza di un fatto associativo che ha movimentato le regole del gioco.
È nostra profonda convinzione che l'associazionismo "militante" possa dare interessanti ed importanti sbocchi professionali ai manager dalle tempie grigie che hanno il coraggio e la volontà di intraprendere nuove vie.
Ed è nostra ferma intenzione proseguire su questa strada.