



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

PROGETTO

S.FID.E

Strumenti di FIDelizzazione & Empowerment

Relazione finale
SUB- PROGETTO OSSERVATORIO

LA MISSION DI LAVORO OVER 40: LA PAROLA AI SOCI

Dott. Baffo Giuseppe Estensore del rapporto
Ing. Franco Schettino Amministratore dati
Dott. Giuseppe Zaffarano Presidente

Ottobre 2013

Associazione Lavoro Over 40[®] - Professionalità per competere in un mondo che cambia

Sede Legale Via S. Maria di Loreto 11 23807 Merate • Sede Operativa C/O ACLI Via della Signora 3 20122 Milano • C.F. 97357200159

cell. 0039-340-3793580 (solo pomeriggio) • Sito www.lavoro-over40.it • E-mail info@lavoro-over40.it

Marchio registrato N. 0001209085 CCIAA MILANO 07/06/2006



Sommario

1	PREMESSA	3
1.1	Osservazioni generali	3
1.2	“Monitoraggio 2013”: gli obiettivi	3
1.3	L’universo di riferimento.....	4
1.4	La metodologia:	4
1	LA PARTECIPAZIONE AL SONDAGGIO	6
1.1	Considerazioni in merito alla composizione dei rispondenti	6
2	LA CONDIZIONE LAVORATIVA	11
2.1	Il quadro d’insieme.....	11
2.2	Gli occupati	13
2.3	I disoccupati	14
2.4	I disoccupati in base alla condizione familiare.....	16
2.5	I disoccupati e il tempo di disoccupazione	17
2.6	I disoccupati e la condizione lavorativa quando hanno perso il lavoro	18
2.7	In attesa della pensione	20
3	IL TENTATIVO DI RICOLLOCAMENTO	22
3.1	La ricerca del lavoro: ostacoli e difficoltà	22
3.2	Le azioni per la ricerca del lavoro	25
3.3	Flessibilità come scelta strategica	27
4	I LAVORATORI MATURI E LE RAPPRESENTAZIONI CHE DANNO DI SE STESSI DELLE AZIENDE E DEL MERCATO	31
4.1	Le abilità che avvantaggiano/svantaggiano i lavoratori maturi.....	31
4.2	Le aziende e le resistenze che pongono al reinserimento dei lavoratori maturi	33
4.3	Il mercato e gli ostacoli culturali al reinserimento dei lavoratori maturi	35
5	COME I LAVORATORI MATURI CONCEPISCONO L’ASSOCIAZIONE	38
5.1	Come si viene a conoscenza dell’associazione	38
5.2	Le iniziative più significative che l’associazione ha svolto negli ultimi anni.....	39
5.3	I servizi e/o iniziative attualmente non svolti che l’Associazione invece dovrebbe erogare	42
5.4	Iniziative che l’associazione dovrebbe intraprendere nel caso decidesse di puntare con determinazione all’obiettivo del ricollocamento	48
5.5	Quelli che dovrebbero essere i compiti istituzionali dell’associazione	50
5.6	Il contributo che si è disposti a dare all’associazione	52
6	ALLEGATI: TAVOLE DI COMPLETAMENTO	54
All. 1	Altre ragioni per le quali le aziende pongono difficoltà’ al reinserimento	54
All. 2	Veicoli attraverso i quali ho conosciuto l’associazione	54
7	CONSIDERAZIONI DI SINTESI: LE INDICAZIONI PER L’ASSOCIAZIONE:	62



1 PREMESSA

1.1 Osservazioni generali

Di seguito sono riportati dati, analisi e riflessioni che originano dalla prima rilevazione condotta da Lavoro Over40 sulla condizione sociale di quanti –soci e non- condividono lo status di disoccupato, di precario o di potenziale inoccupato nella fase finale della propria esperienza lavorativa. Driver principale di questo studio e di altri che seguiranno con periodicità triennale è monitorare il punto di vista dei propri iscritti e contatti sia nei confronti dell'associazione stessa, sia rispetto alla situazione più generale che li riguarda in quanto lavoratori maturi per la gran parte estromessi dal mondo del lavoro.

La rilevazione si colloca nell'ambito del progetto SFIDE 2012, finanziato dalla Regione Lombardia. Grazie a questo bando è stato possibile sviluppare tre sub-progetti ("Osservatorio", "Sportello orientamento", e "Portfolio delle competenze") apparentemente distinti tra loro ma in verità strettamente collegati e globalmente coerenti con la mission associativa.

Il sondaggio di cui più avanti commenteremo i risultati, che del progetto *Osservatorio* è parte centrale, non esaurisce la propria funzione nel conseguimento di una mera finalità conoscitiva. Diversamente, esso va visto come lo strumento operativo di cui Lavoro Over 40 si serve per ridefinire periodicamente il proprio campo d'azione, attingendo a piene mani dalle proposte e dalle idee che i propri interlocutori fanno pervenire da tutto il territorio nazionale mediante la compilazione dell'apposito questionario.

Con costoro l'associazione vuole però andare oltre. Vuole cioè aprire un dialogo che, seppur necessariamente discontinuo, tende a coinvolgerli in chiave propositiva ma anche critica, nella prospettiva, per la verità ambiziosa, di accrescere la propria capacità di servizio basando questa evoluzione su una più estesa partecipazione della base e su un maggiore coinvolgimento individuale.

1.2 "Monitoraggio 2013": gli obiettivi

Con questa rilevazione si dà anche l'avvio al progetto di *monitoraggio 2013*. Un progetto studiato e messo a punto per consentire il riadeguamento periodico delle politiche associative, partendo non tanto dalla visione dei suoi organismi direttivi (che comunque continueranno ad avere una propria autonoma di giudizio e di decisione), quanto dalle indicazioni provenienti dalla area sociale di riferimento formata in prevalenza da soci e contatti sparsi su tutto il territorio nazionale.

Indicazioni, giudizi, pareri che riguardano principalmente l'efficacia delle attività svolte, riferite ad un certo periodo di tempo, ma anche nuove aspettative che dovessero emergere e che sarebbe impossibile raccogliere altrimenti, costituiranno informazione privilegiata per indirizzare adeguatamente le decisioni operative da realizzare nel periodo successivo. Una retroazione, questa, che consentirà di perseguire, attraverso la modifica degli obiettivi di medio periodo, una maggiore stabilità di sistema e migliori livelli di equilibrio tra l'associazione ed il suo "ambiente" di riferimento.

Il congegno che renderà possibile lo svolgimento di questa retroazione ciclica è il sondaggio. Ossia una rilevazione fatta utilizzando lo strumento del questionario strutturato (solo in parte a risposta aperta), ripetuta periodicamente ad intervalli di due o tre anni in modo da consentire anche confronti regolari nel tempo. L'elaborazione segue le logiche della statistica descrittiva senza alcuna pretesa aprioristica di rappresentatività campionaria.

In termini di obiettivi per l'associazione, questo significa:



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

- a) **contribuire a migliorare i servizi associativi** mediante la rilevazione del sentiment prevalente circa la bontà e la qualità delle iniziative svolte durante il periodo di riferimento
- b) **consentire il manifestarsi di idee nuove**, da utilizzare come chiavi di volta per l'impostazione di programmi suscettibili di attuazione futura, specie di quelli volti a facilitare il reingresso nel mondo del lavoro
- c) **stimolare la partecipazione di tutti** (introducendo anche forme di partecipazione a distanza), in modo da sopperire alle carenze di connettività organizzativa ed alla rarefazione territoriale dell'associazione.

Somministrato a tutti i potenziali interlocutori in modo da poter liberamente scegliere se aderire o no, il questionario ha rappresentato, sebbene indirettamente, anche una opportunità per costituirsi parte attiva e diligente per la riuscita di una operazione che li interroga e li induce a riflettere su almeno cinque ordini di fattori:

- le vicende che hanno caratterizzato la perdita del lavoro, la condizione del lavoratore maturo in stato di disoccupazione, ma soprattutto le linee seguite e le problematiche incontrate, nell'ambito della fase successiva, quella cioè inerente la messa a punto di una strategia per il rientro;
- la rete sociale, semmai c'è ne fosse una, che dovrebbe attivarsi conseguentemente alla esclusione dal lavoro, con l'obiettivo di restituire nuovamente il soggetto alla vita attiva, ovvero accompagnarlo in qualche modo alla pensione. Si pensi agli enti pubblici e privati preposti all'orientamento, alle associazioni come Lavoro Over 40, al ruolo agito da familiari amici e parenti, ai Centri per l'impiego, alle agenzie per il ricollocamento ecc.;
- le argomentazioni che ciascuno si è creato per farsi una ragione della condizione che si trova a vivere, sia rispetto alla oggettiva difficoltà di rientrare nel m.d.l. sia rispetto alla probabilità stessa di avere mai una pensione;
- la bontà dell'operato dell'associazione, che comunque nasce con lo scopo di svolgere un ruolo attivo in situazioni complesse come quelle di cui stiamo parlando, ma che non sempre riesce a darsi strategie valide e politiche efficaci;
- le iniziative che potrebbe darsi l'associazione per meglio adempiere al proprio compito istituzionale e venire incontro alle esigenze reali di chi su di essa pone delle serie aspettative.

1.3 L'universo di riferimento

Va subito detto che quel che è stata realizzata non è una ricerca campionaria costruita ad hoc sulla pretesa di rappresentare un universo predefinito. Diversamente, è stato fatto un sondaggio, rivolto agli iscritti (soci e contatti) dei quali l'associazione custodisce in una propria anagrafica le informazioni necessarie per l'indirizzamento. Con costoro l'associazione vuole attivare un dialogo sia attraverso una interrogazione periodica, il monitoraggio per l'appunto, sia attraverso un coinvolgimento sempre più stretto nelle problematiche associative che si dipaneranno col tempo. E il numero dei rispondenti è andato oltre ogni ragionevole previsione.

Sia l'invio che il rientro sono stati gestiti mediante la rete, utilizzando un questionario da compilare on line assistiti da una apposita procedura guidata che assolveva anche a funzioni di controllo. Quest'ultima ha consentito di gestire alla perfezione sia il termine di consegna (30 giugno) sia gli input per la successiva fase di elaborazione.

1.4 La metodologia:

Operativamente si è proceduto seguendo le prassi consolidate per la effettuazione di ricerche di questo tipo, in particolare:

- definizione degli obiettivi e coerentemente degli strumenti di rilevazione e della metodologia



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

- predisposizione del questionario di rilevazione partendo da un prototipo già sperimentato qualche anno fa
- predisposizione di una infrastruttura informatica che rendesse possibile l'invio, la compilazione e la restituzione online
- messa a punto della procedura di lancio e restituzione dei questionari
- predisposizione del piano di elaborazione e della procedura informatica di supporto
- caricamento dati ed elaborazione
- intervento manuale per la codificazione delle risposte a domande aperte
- relazione di sintesi e valutazione risultati.

L'infrastruttura utilizzata per rendere possibile l'operatività descritta è destinata a permanere visto che potrà essere ancora utilizzata (sebbene con i dovuti adattamenti) per successive rilevazioni che, con molte probabilità, verranno riproposte in futuro su base regionale.

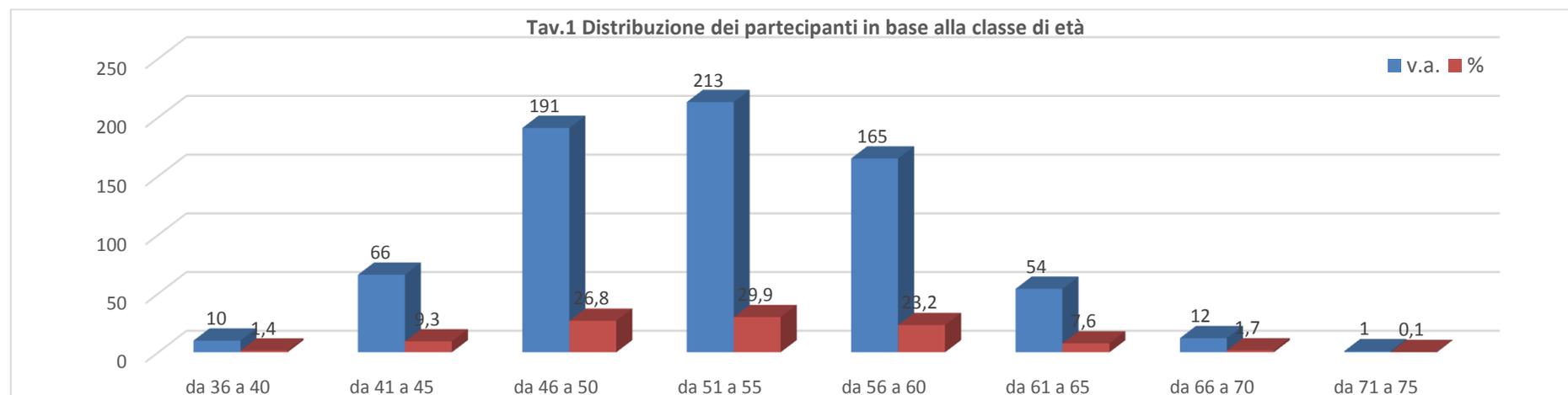
1 LA PARTECIPAZIONE AL SONDAGGIO

1.1 Considerazioni in merito alla composizione dei rispondenti

All'indagine sono state iscritte 4.697 persone a cui si sono aggiunti, per via autonoma, 28 elementi non noti all'associazione. Nel complesso quindi sono stati raggiunti 4.725 soggetti, risiedenti per la totalità sul territorio nazionale. Di questi, 179 hanno espressamente comunicato, con argomentazioni più o meno esplicite, la propria indisponibilità a partecipare. Ben 3.347, invece, nonostante i ripetuti solleciti previsti dalla procedura, non hanno risposto.

Il totale dei rispondenti, al netto dei questionari non utili, è di 712 pari al 15,1% dei contattati. Di questi, il 20,6% (v.a.147) sono soci, persone cioè che hanno anche una conoscenza non epidermica dell'associazione; il 76,4% (v.a.544) sono contatti, persone cioè che partecipano autonomamente alle problematiche della categoria e che conoscono l'associazione in forma più o meno marginale; il 2,9% (v.a.21) in fine, sono persone delle quali non è nota l'entità del legame con l'associazione.

L'età dei partecipanti, come già detto, è compresa fra 36 e 70 anni. Il fatto che nella distribuzione sia presente anche un rispondente con più di 70 anni non invalida di certo il risultato complessivo. Del totale, il 79,9% (v.a. 569) si posiziona nell'intervallo compreso fra 46 e 60 anni, mentre il 96,8% (v.a. 689) si colloca nella fascia compresa fra 40 e 65 (tav.1).





Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

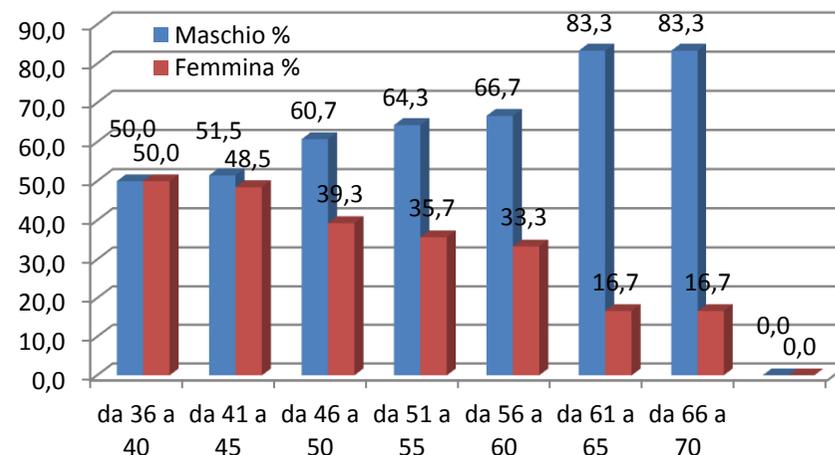
Nel complesso, siamo in presenza di una distribuzione ideale sia sotto il profilo della utilizzabilità statistica sia sotto il profilo della corrispondenza fra temi da trattare e target sottostante. Un dato quest'ultimo che mette un primo paletto fermo su chi sono gli interlocutori reali dell'associazione ed a cascata, a chi abbiamo dato voce, quali le problematiche specifiche di quel target, quali le attese, quale il linguaggio da adottare.

Dalla osservazione della tav.2, che ci fornisce la distribuzione rispetto al sesso, risulta che le donne rappresentano il 35,7% (v.a.254) del totale contro il 64,3% (v.a.458) degli uomini. Ma non solo, osservando il grafico di completamento della tabella, si constata come le percentuali di femmine interne alle classi, dall'età più bassa a quella più alta, tendono progressivamente a diminuire in modo regolare e senza interruzione.

Se però, diversamente da come abbiamo testé fatto, si passa ad una lettura dinamica dello stesso grafico e si ipotizza cioè che per es. fra 5 anni la distribuzione si sarà spostata in avanti, per cui gli appartenenti alla classe ora compresa fra 40 e 45 saranno posizionati nell'intervallo 46-50 (ovviamente al lordo dei nuovi flussi in entrata e in uscita), allora sarà anche possibile ipotizzare che la percentuale M F che troveremo all'interno di quella classe, e con essa in tutta la distribuzione, dovrà essere necessariamente variata rispetto a quella attuale nel senso di una maggiore presenza percentuale delle donne e, corrispondentemente, di una minore percentuale di uomini.

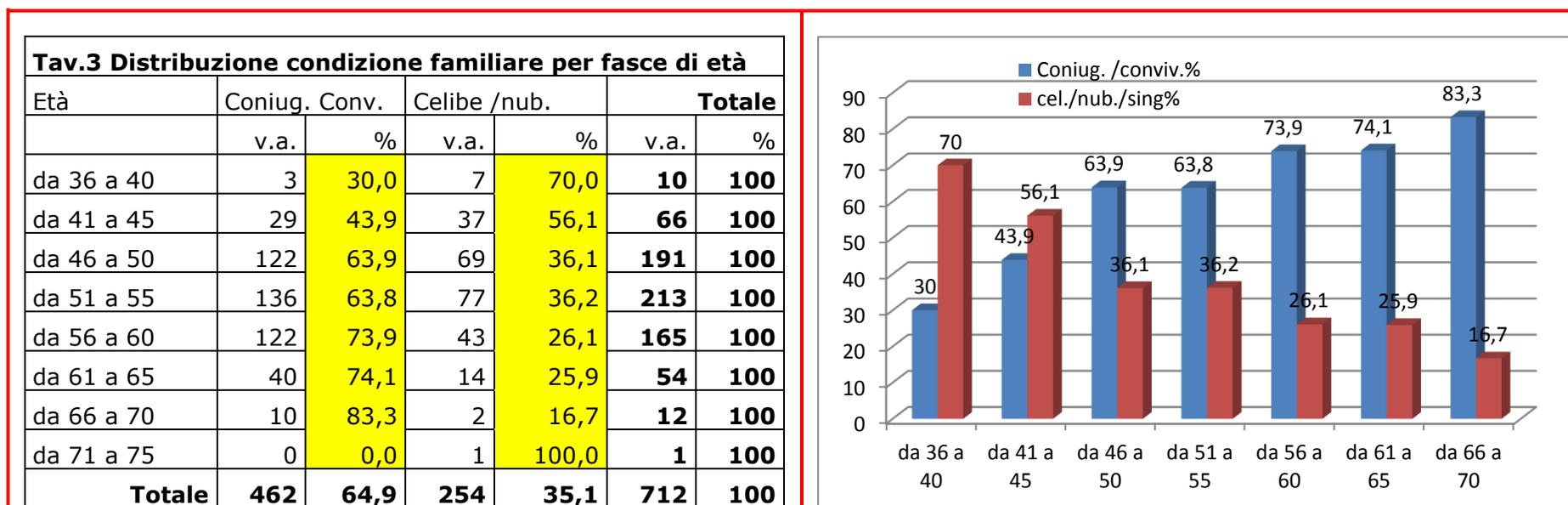
Tav.2 Distribuzione per sesso e per età

Età	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
da 36 a 40	5	50,0	5	50,0	10	100
da 41 a 45	34	51,5	32	48,5	66	100
da 46 a 50	116	60,7	75	39,3	191	100
da 51 a 55	137	64,3	76	35,7	213	100
da 56 a 60	110	66,7	55	33,3	165	100
da 61 a 65	45	83,3	9	16,7	54	100
da 66 a 70	10	83,3	2	16,7	12	100
da 71 a 75	1	0	0		1	
Totale	458	64,3	254	35,7	712	100



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Se poi prendiamo in considerazione lo stato civile dei partecipanti tav.3, che può essere considerato un ulteriore indicatore di difficoltà nel fronteggiare la crisi, notiamo subito come la presenza di “coniugati o comunque conviventi” sia quasi doppia di “celibi, nubili o single” (64,9% e 35,1%). Ma anche qua siamo in presenza di una dinamica analoga a quella precedente, anzi forse più marcata. L’alta presenza percentuale di celibi/nubili/single nelle classi più basse di età, lascia supporre che nei prossimi anni anche la composizione delle classi più avanzate si modificherà nel senso di una maggior presenza dei celibi, nubili / single.



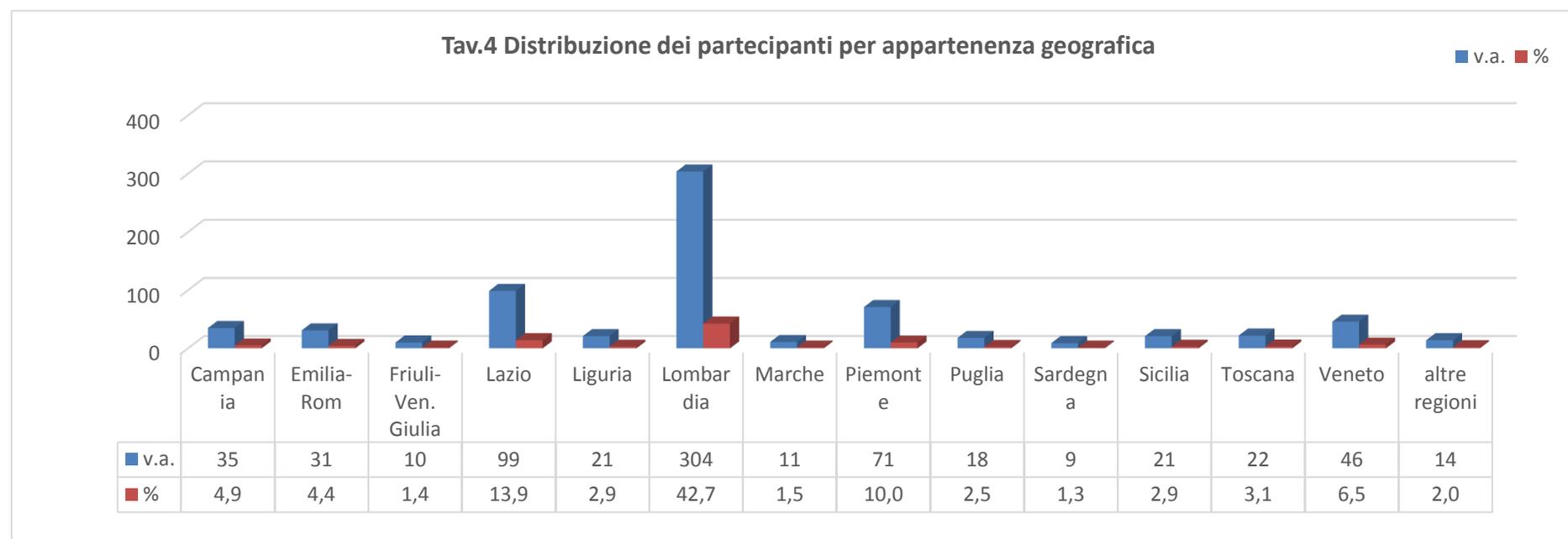
Dunque, se con qualche ardito ragionamento e le dovute cautele è possibile considerare i partecipanti a questo sondaggio un campione casuale, ma in quanto a caratteristiche strutturali in qualche modo vicino all’universo, allora sarà anche possibile affermare che sempre più il fenomeno dell’esclusione lavorativa nell’età matura assumerà dei contorni complessi sotto il profilo sociale a causa della crescente presenza di due fattori di disagio: il sesso, in modo particolare essere donna, e lo *stato civile*, in particolare essere single. *Fattori i cui effetti tendono a moltiplicarsi quando entrambi coesistono in capo allo stesso soggetto.*

Come è ovvio, sotto questa nuova angolazione il disagio assume significati diversi, tali cioè da non poter essere compreso nella sua globalità se non si passa da una lettura a valenza sociologica ad una a valenza psicosociale. Che detto in altri termini vuol dire ricavare conoscenza dalla narrazione di “storie individuali” e non solo dai numeri.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Per quanto riguarda in fine la *provenienza geografica* dei partecipanti (Tav.4), va subito detto che è molto eterogenea, ma nello stesso tempo perfettamente sovrapponibile alla mappa del radicamento territoriale dell'associazione.

In particolare, la Lombardia è la Regione che ha fornito il maggior numero di partecipanti (43%) ed a seguire il Lazio con il 14%, il Piemonte con il 10%, il Veneto con il 6%, la Campania con il 5% e poi via via percentuali sempre minori.



Nel suo complesso il quadro d'insieme, non utile per condurre una ricerca su base campionaria ma compatibile con le premesse del presente sondaggio, ricalca con buona approssimazione il diverso peso associativo che nelle varie Regioni deriva dall'intreccio fra "tempo di presenza" e "traccia storica" prodotta. La Lombardia è infatti la Regione che ha visto nascere l'associazione, il Lazio è stata la Regione dove per primi si è tentato di aprire una nuova sede e così via per le altre città, dove in sostanza l'associazione è conosciuta in ragione di una qualche forma di presenza organizzata permanente.

C'è un'ultima riflessione che sorge immediata osservando la distribuzione dei rispondenti per età. Ed è che poco più di un terzo, per quanto concerne le problematiche che li riguardano, non è assimilabile alla categoria dei lavoratori maturi per la semplice ragione che quest'ultimi, così come siamo



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

abituati a considerarsi dalla pubblicistica scientifica, si collocano orientativamente nella fascia tra 50 e 55 anni ed a seguire in quelle successive. Ma solo il 62,5% dei dialoganti con l'associazione rientra in questa classe, gli altri, seppur fossero senza lavoro, oggi sarebbero da considerare *disoccupati tout court* e andrebbero assimilati alla più vasta e indistinta categoria dei disoccupati.

Ovviamente nulla di grave se fra i rispondenti vi sono lavoratori anagraficamente non “proprio maturi” anzi, forse siamo di fronte ad un indizio secondo cui la soglia di età che riguarda quest’ultimi tende ad abbassarsi. Fatto sta, però, che non è a questi che si può fare riferimento quando l'associazione utilizza temi di frontiera come quelli legati al concetto di “valore della competenza” pensando al lavoratore maturo discriminato, o al concetto di “dissipazione di valore” riferito al comportamento delle aziende che si liberano prematuramente dei lavoratori anziani. Assimilare le problematiche di chi ancora non lo è alle problematiche del lavoratore maturo è un errore frequente che andrebbe evitato dal momento che crea un alibi alla condizione dei primi, e con ciò stesso non fornisce nessun contributo alla comprensione di quei processi di esclusione che li riguardano direttamente.

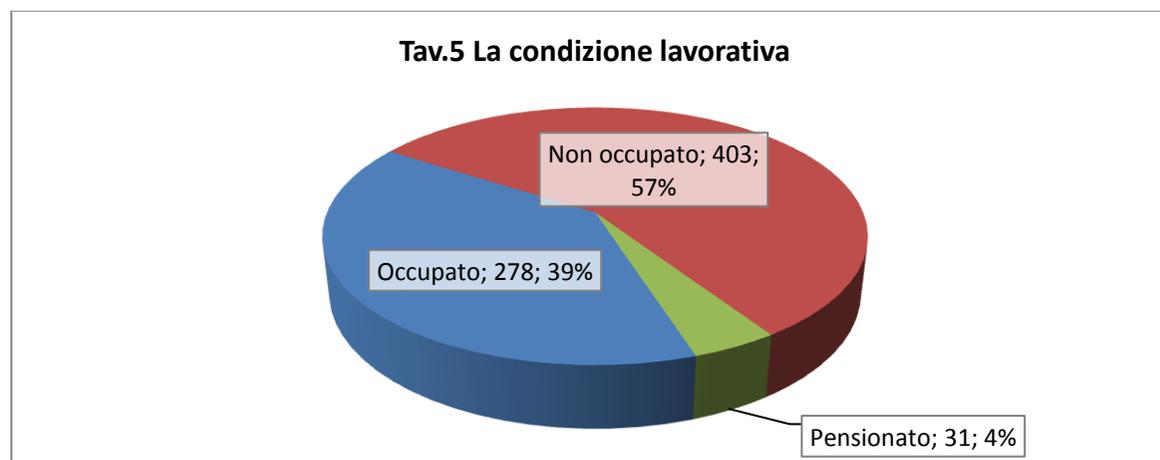
2 LA CONDIZIONE LAVORATIVA

2.1 Il quadro d'insieme

La convinzione ampiamente diffusa, secondo cui l'attrattività dei temi di cui l'associazione si occupa tenderebbe ad essere fortemente inclusiva di chi si trova già nella condizione di "senza lavoro" ma poco significativa per chi in quella situazione non si trova, non sembra trovare conferme nel presente sondaggio.

L'evidenza di questa ricerca ci dice infatti, che è molto alta la partecipazione di chi, pur essendo occupato (o occupato temporaneo), si sente idealmente vicino ai problemi di chi occupato non è. Costui, come dimostra la partecipazione al sondaggio, se interpellato esprime il proprio punto di vista, prende parte alle iniziative che lo riguardano e vi aderisce idealmente non in quanto portatore di un interesse individuale (che al momento non c'è) bensì come virtualmente appartenente ad una categoria specifica.

Dalla distribuzione dei rispondenti in base alla condizione lavorativa (tav.5), si osserva infatti che solo il 57% (v.a.403) è disoccupato, il 39% (v.a.278) è formato da occupati e in fine il 4% da pensionati.

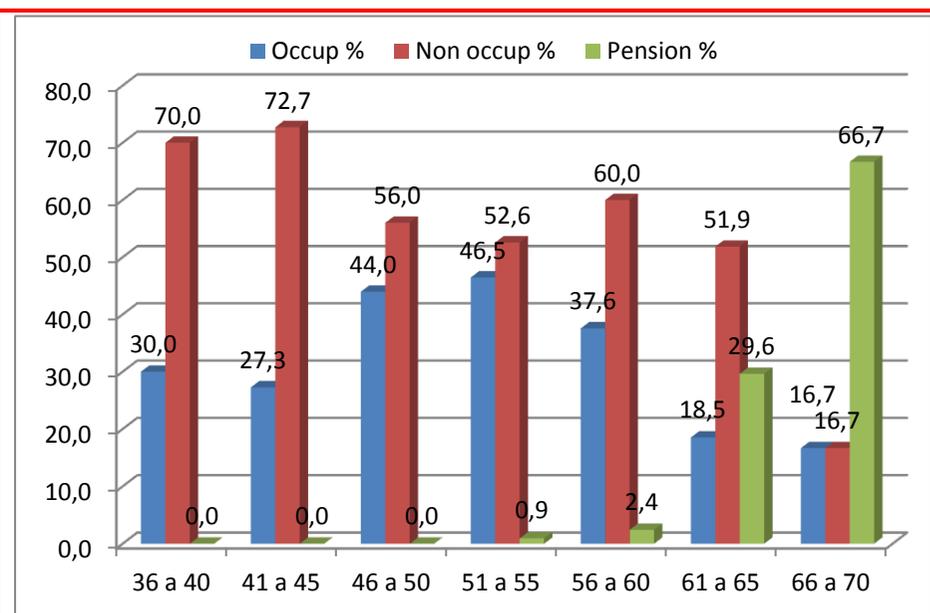


Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Questa alta partecipazione di quanti apparentemente non dovrebbero essere toccati dal problema, per cui ogni 4 persone disoccupate altre 3 occupate hanno aderito alla ricerca, induce a ipotizzare che alla origine di tutto ciò possa esserci un *sentiment* diffuso decisamente pessimista che produce aggregazione su base ideale, talché molti di coloro i quali oggi lavorano avvertono come realistica o incombente la eventualità di trovarsi potenzialmente a rischio.

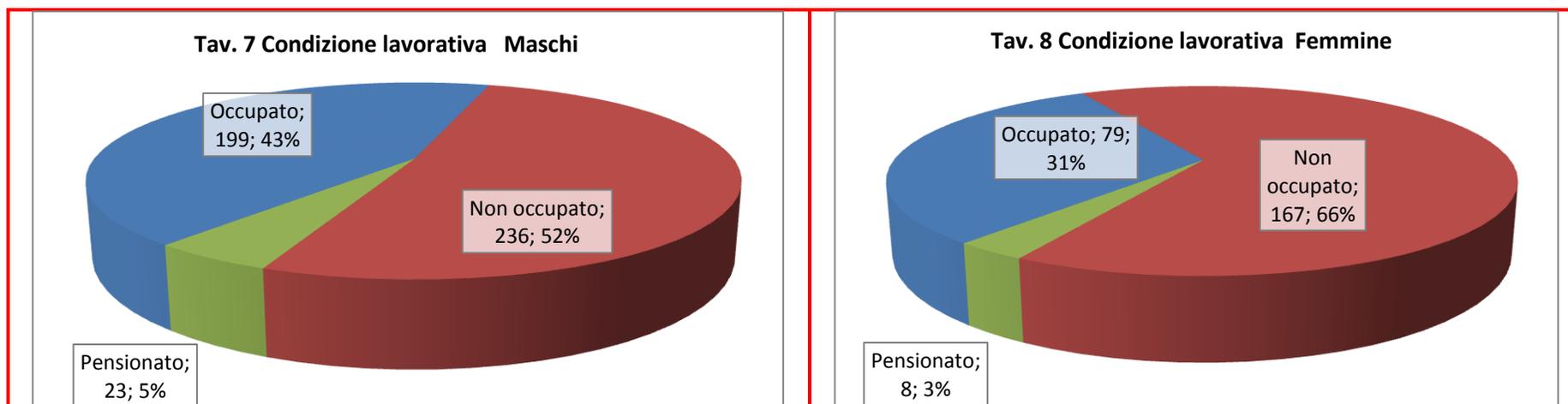
L'osservazione del grafico relativo alla tav. 6 aggiunge elementi a questo ragionamento, evidenziando come la presenza percentuale degli occupati all'interno delle singole classi si alza negli intervalli compresi fra 46 e 55 anni per poi declinare nelle fasce successive via via che ci si lascia il rischio alle spalle. L'arco di età maggiormente interessato è quello dove il rischio percepito raggiunge i livelli significativamente più elevati.

Tav.6 Distribuzione condizione lavorativa per età								
Età	Occupato		Disoccupato		Pensionato,		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%		
36 a 40	3	30,0	7	70,0	0	0,0	10	100
41 a 45	18	27,3	48	72,7	0	0,0	66	100
46 a 50	84	44,0	107	56,0	0	0,0	191	100
51 a 55	99	46,5	112	52,6	2	0,9	213	100
56 a 60	62	37,6	99	60,0	4	2,4	165	100
61 a 65	10	18,5	28	51,9	16	29,6	54	100
66 a 70	2	16,7	2	16,7	8	66,7	12	100
Totale	278	39,0	403	56,6	31	4,4	712	100



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Se infine si passa a considerare separatamente i sottoinsiemi dei maschi e della femmine rispondenti (tavv.7 e 8), si scoprirà, probabilmente non senza qualche stupore, *che quello nel quale sono percentualmente più presenti i disoccupati è quello delle femmine*. Il 66% di disoccupati donne (v.a.167) a fronte del 52% (v.a. 236) fra i maschi.



A questo punto viene lecito porsi una domanda: quanto l'associazione ha dentro di se l'impronta femminile con tutto ciò che questo comporta in termini di complessità di richieste? Quanto le donne sono presenti negli organismi associativi, sono coinvolte e ascoltate, riescono ad incidere soprattutto in relazione alla loro dimensione specifica, quella cioè di genere? Forse nella messaggistica interna, nelle newsletter intrassocitative, nelle idee, nei progetti e nelle istanze che si mettono in campo, l'elemento femminile dovrebbe essere più presente.

2.2 Gli occupati

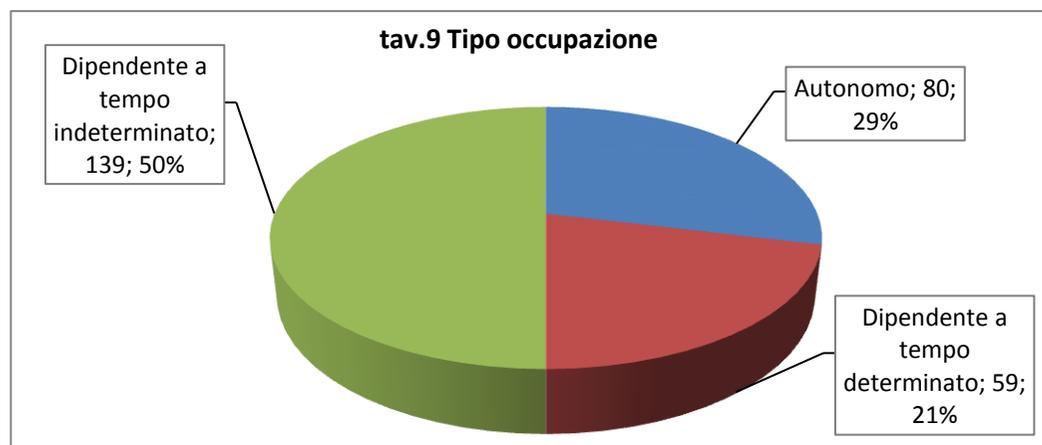
Va subito detto che gli occupati non costituiscono nell'ambito di questa ricerca un oggetto di interesse a se stante. Di essi ci si limita solo a sapere in che misura hanno una occupazione diciamo di tipo tradizionale, ovvero "dipendente a tempo indeterminato", quanti invece si trovano in una condizione di "precarietà contrattuale" e cioè lavorano a "tempo determinato" o svolgono un "lavoro in proprio".

Dei nostri occupati (tav.9) solo il 50% (v.a.139) lavora con contratto a tempo indeterminato. Il 29% (v.a.80) sono lavoratori autonomi, mentre il 21% (v.a.59) lavora con contratto a tempo determinato. Non sappiamo quanti fra chi si è dichiarato lavoratore autonomo lo siano per libera scelta e quanti

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

riescano comunque ad essere economicamente redditizi. E' presumibile che molti di questi si siano trovati ad improntarsi come autonomi solo perché oggettivamente senza alternative di ricollocamento.

Resta però il fatto che lavoratori autonomi ed a tempo determinato, in sostanza gli "ipogarantiti", costituiscono il 50% dei nostri contatti. Cifra che non è poca cosa se solo si pensa che stiamo parlando di persone alla "fine" della carriera lavorativa e non all'inizio. Un dato che fra l'altro non solo non è da ritenersi stabile, bensì destinato a peggiorare per la semplice ragione che mentre è verosimile ritenere che da disoccupato si possa precipitare nella condizione di precarietà, molto improbabile è che a tempi brevi accada il contrario.



2.3 I disoccupati

Diverso è invece l'interesse verso i disoccupati. E ciò vuoi perché istituzionalmente questi costituiscono la categoria verso cui devono essere rivolte tutte le attenzioni associative, vuoi perché oggettivamente si tratta di persone che stazionano in posizioni di estrema difficoltà, vuoi perché anche in questo sondaggio costituiscono quasi il 60% dei rispondenti (v.a.403).

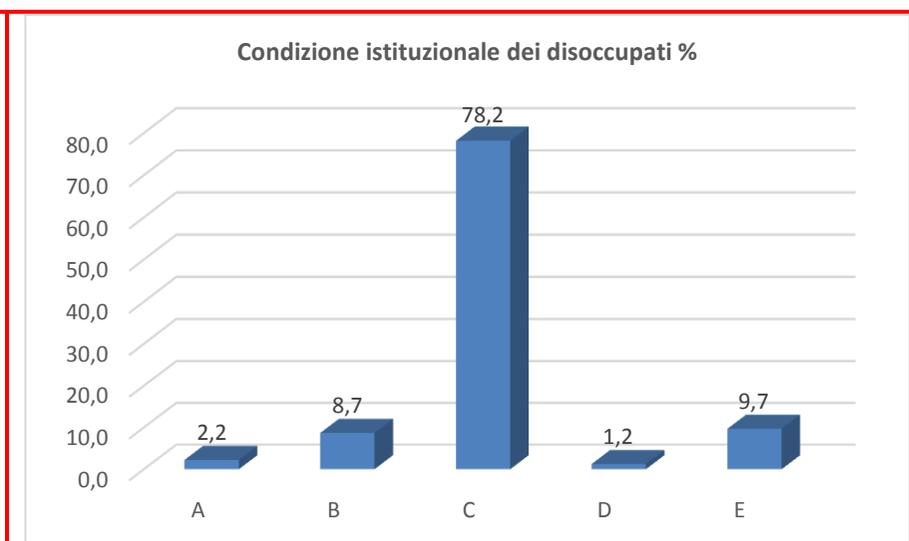
Dalla osservazione della tav.10 emerge con estrema chiarezza e forse anche con una certa sorpresa, la condizione prevalente del disoccupato che entra in contatto con l'associazione. *Non il cassintegrato (2,2%), non chi si trova in mobilità (9,7%), non l'esodato (1,2%), non il disoccupato con*

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

assegno di disoccupazione (8,7%), ma proprio il **“disoccupato senza protezione sociale”** (v.a 315 – 78,2%), ovvero la forma più estrema e più problematica di disoccupato: quella fortemente a rischio marginalità.

Questo è il tipo che più d'altri si rivolge all'associazione, che ad essa pone delle domande e da essa pretende una qualche risposta. E la cosa si spiega anche facilmente se solo si pensa che le altre categorie (cassintegrato, esodato ecc.) sono in certo senso già rappresentate da una istituzione che tradizionalmente se ne prende carico, cioè il sindacato.

Tav. 10 Disoccupati per condizione e in base al sesso							
Tipo non occupazione		Maschio		Femmina		Totale	
		v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
		Cassintegrato	A	6	2,5	3	1,8
Disoccupato con assegno di disoccupazione	B	21	8,9	14	8,4	35	8,7
Disoccupato senza protezione sociale	C	181	76,7	134	80,2	315	78,2
Esodato	D	3	1,3	2	1,2	5	1,2
In mobilità	E	25	10,6	14	8,4	39	9,7
Totale		236	100	167	100	403	100

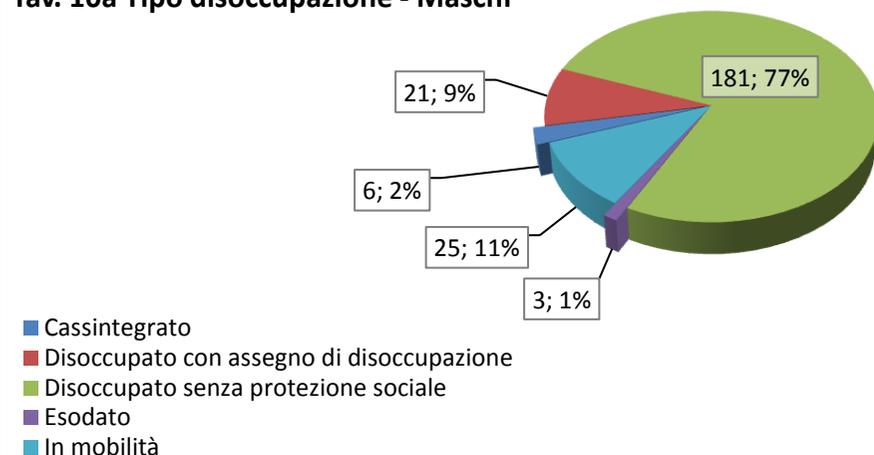


Dunque l'associazione, sebbene per esclusione, nell'immaginario della gran parte che ad essa si rivolge, dovrebbe ricoprire un vuoto di rappresentanza a tutto tondo (*sindacale, politico ecc.*) e per far ciò surrogare funzioni che ad oggi non solo non svolge ma che quasi sicuramente non potrà svolgere se solo l'atto fondativo rimane invariato.

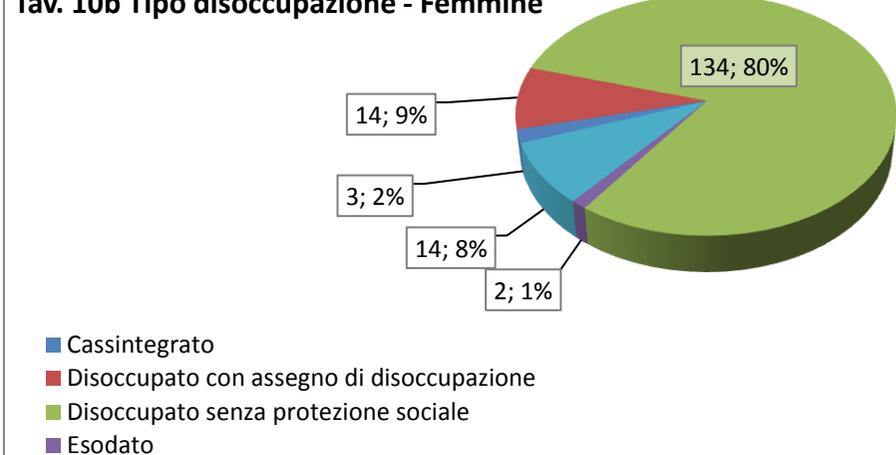
Una rappresentazione questa, che nella realtà è certamente anche più complessa se solo si pensa al diverso peso che la condizione di “disoccupato senza protezione sociale” ha sulla distinzione di *genere*. Nei due grafici che seguono (tav. 10a e 10b) infatti, dove i sottoinsiemi dei maschi disoccupati e delle femmine disoccupate sono rappresentati separatamente, risulta fin troppo chiaro come la assenza di protezione sociale tocchi in maggior misura le donne (80%) rispetto ai maschi (77%). Un dato, questo, che in sostanza sta a corroborare una sovraesposizione delle donne al rischio marginalità se non altro perché a fronte di una evidente prossimità numerica non sempre, come in questo caso, corrisponde una sostanziale equivalenza degli effetti sociali conseguenti.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 10a Tipo disoccupazione - Maschi



Tav. 10b Tipo disoccupazione - Femmine



2.4 I disoccupati in base alla condizione familiare

Ma c'è un ulteriore elemento da prendere in considerazione per definire in modo più puntuale il target del nostro disoccupato. Ed è la condizione che riguarda lo *stato familiare*. Vale a dire se questi ha alle spalle una famiglia, che agli occhi dei molti in situazioni estreme dovrebbe fungere da paracadute, oppure se è single /celibe. Va da sé che per chi si trova in questa seconda situazione tutto si complica, anche perché di questa categoria fanno parte pure i divorziati/separati sui quali, come è noto, molto spesso incombono ulteriori aggravii economici dovuti proprio alla specificità del loro status giuridico.

Alla luce della tav.11, non è tanto la percentuale già elevata dei single sul totale che colpisce (v.a.139 e 34,5%) quanto i valori ragguardevoli che interessano la classe 51 – 55 anni, con 37.5% dei single e la classe 55 – 60 con il 39,4%

Tav. 11 Condizione familiare per classe di età dei disoccupati																
Condizione familiare	Classi di età dei disoccupati															
	36 a 40		41 a 45		46 a 50		51 a 55		56 a 60		61 a 65		66 a 70		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Coniugato/a o convivente	5	71,4	33	68,8	76	71,0	70	62,5	60	60,6	19	67,9	1	50,0	264	65,5
Celibe/Nubile (single)	2	28,6	15	31,3	31	29,0	42	37,5	39	39,4	9	32,1	1	50,0	139	34,5
Totale	7	100	48	100	107	100	112	100	99	100	28	100	2	100	403	100



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Passando poi ad un ultimo aspetto della fotografia che stiamo esaminando, e cioè quello volto a capire quanto la condizione di single è presente all'interno della modalità più critica e anche più numerosa, cioè "Disoccupato senza protezione sociale", si fa presto osservando la tabella che segue. Ben 133 persone che equivalgono al 33% dei disoccupati sono **contemporaneamente** disoccupati senza protezione sociale e single/celibi. E qui i valori delle prossime rilevazioni saranno interessanti.

Tav. 12 Condizione di disoccupato in relazione alla condizione familiare						
Condizione di disoccupato	Coniugato / convivente		Celibe/nubile/single		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Cassintegrato	7	77,8	2	22,2	9	100
Disoccupato con assegno di disoccupazione	24	68,8	11	31,4	35	100
Disoccupato senza protezione sociale	182	57,8	133	42,2	315	100
Esodato	3	60,0	2	40,0	5	100
In mobilità	23	59,0	16	41,0	39	100
Totale	239	59,3	164	40,7	403	100

2.5 I disoccupati e il tempo di disoccupazione

Il tempo di disoccupazione costituisce un elemento importante per la connotazione del nostro target. Da quanto tempo hai perso il lavoro?

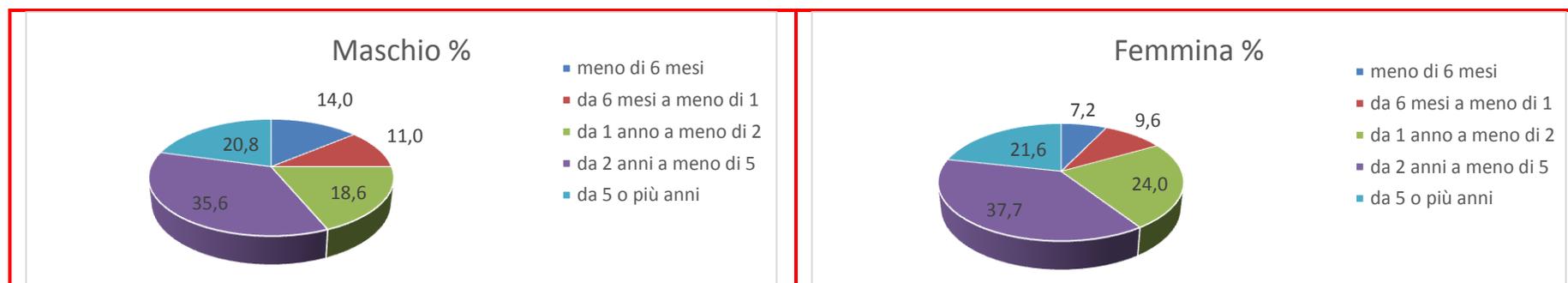
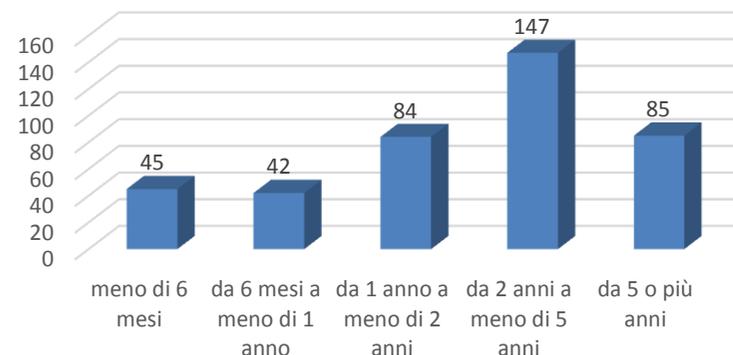
Quel che colpisce, ma che in un certo senso conferma che da Lavoro Over 40 ci si rivolge prevalentemente quando si è già in un vicolo cieco, è la percentuale di disoccupati con più di due anni di parcheggio alle spalle (Tav.13).

Ben 57,6% dei nostri disoccupati (v.a.147 e 85) sono disoccupati di lunga durata. Persone cioè, la cui probabilità di rientrare nel mercato del lavoro a condizioni simili a quelle di uscita è pressoché nulla, così come compromessa è la possibilità stessa di riprendere a lavorare. A meno che, nella storia individuale non subentrino rotture così dirompenti e nello stesso tempo costruttive, da portare a sbocchi positivi. E il caso di chi, per esempio, per una qualche ragione riesce a "trovare o inventarsi una fonte di reddito" prima inedita che gli consente di vivere. Ovviamente prima che la sua stessa capacità di azione e la sua autostima non siano state pesantemente compromesse.

Non sorprende, ma nello stesso tempo sovraccarica l'associazione di un onere in più, il constatare che ancora una volta le donne sono le più esposte. Il 59,3% (v.a.63 + 36) di queste è disoccupata con più di due anni di disoccupazione contro il 56,4% dei maschi (v.a.84 + 49). Cifre in certo senso equivalenti sotto il profilo numerico ma certamente molto diverse sotto il profilo dell'impatto sociale e dell'azione disgregante che esse comportano.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 13 Tempo da perdita lavoro						
	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
meno di 6 mesi	33	14,0	12	7,2	45	11,2
6 mesi a meno di 1	26	11,0	16	9,6	42	10,4
1 anno a meno di 2	44	18,6	40	24,0	84	20,8
2 anni a meno di 5i	84	35,6	63	37,7	147	36,5
5 o più anni	49	20,8	36	21,6	85	21,1
Totale	236	100	167	100	403	100



Viene a questo punto da chiedersi cosa l'associazione può offrire a questi target, disoccupato con meno di due anni e disoccupato di lunga durata sia maschio che femmina. L'apertura dello sportello di orientamento probabilmente è già una idea valida, ma poi? Chi pensa al welfare per queste persone? E chi del futuro pensionistico, fin d'oggi prevedibile come molto buio, se nulla cambia?

2.6 I disoccupati e la condizione lavorativa quando hanno perso il lavoro

Una prima distinzione la facciamo in base al tipo di rapporto di lavoro. Quando ha perso il lavoro era un lavoratore dipendente o un lavoratore in proprio? E in subordine, quale era la qualifica contrattuale nella quale era collocato?

I nostri disoccupati provengono per l' 85% (v.a. 342) dal lavoro dipendente e per il 15% (v.a. 61) dal lavoro in proprio (Tav.14).

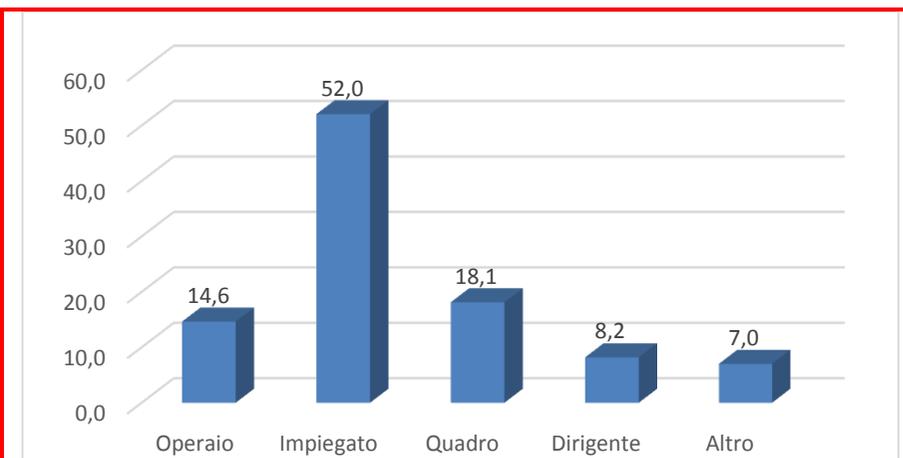
Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia



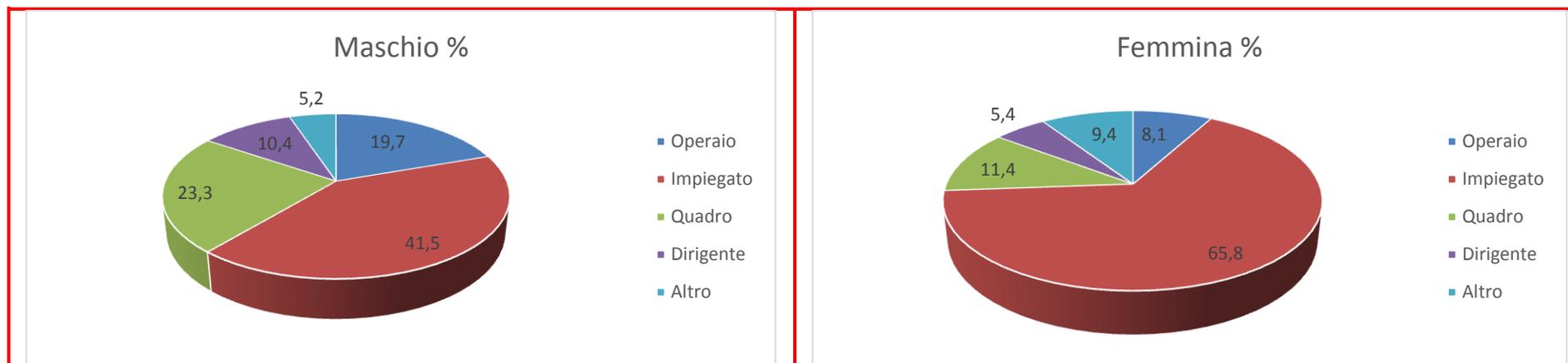
Dei primi (ex dipendenti) solo il 14,6% perde il posto da operaio (tav.15). Dopodiché il 52% sono impiegati, il 18,1% quadri, l'8,2% dirigenti. *Professionalità del terziario*, insomma, per il 78,3% del totale disoccupati (impiegati, quadri, dirigenti) che diventano 82,6% (v.a.98+17+8) fra le donne e 75,2%(v.a.80+45+20) fra gli uomini.

Tav.15 Ultima posizione da dipendente

	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Operaio	38	19,7	12	8,1	50	14,6
Impiegato	80	41,5	98	65,8	178	52,0
Quadro	45	23,3	17	11,4	62	18,1
Dirigente	20	10,4	8	5,4	28	8,2
Altro	10	5,2	14	9,4	24	7,0
Totale	193	100	149	100	342	100



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia



Colletti bianchi, quelli che si rivolgono a Lavoro Over40 quando c'è crisi, a conferma dell'alta vulnerabilità sociale che oggi ha raggiunto anche questa categoria, indicatore di una realtà che si sta manifestando sempre più problematica se non drammatica, per la semplice ragione che se la tendenza non si arresta i problemi e i costi sociali che ne deriveranno saranno di sicuro effetto destabilizzante. Anche perché, diversamente che per gli operai, i quali sono più predisposti a svolgere lavori diversi a bassa specializzazione, per i colletti bianchi tutto ciò è più difficile.

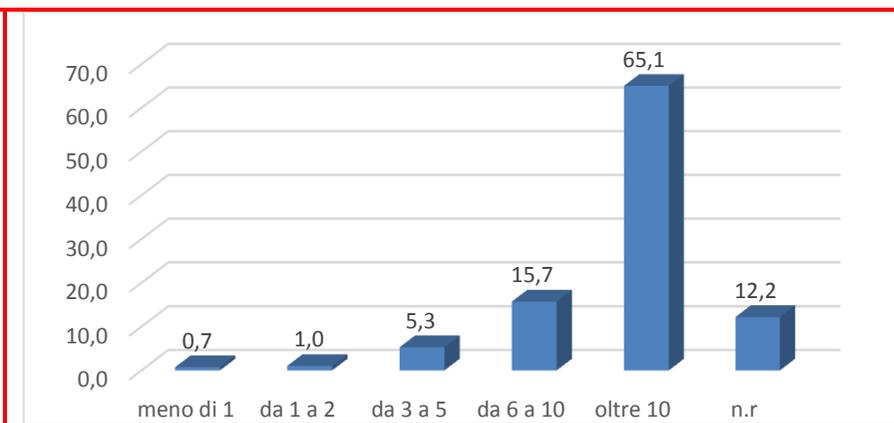
2.7 In attesa della pensione

E del futuro pensionistico di questi disoccupati, fin d'oggi prevedibile, chi ne parla?

Per analizzare i dati relativi a questo tema abbiamo escluso i pensionati. Pertanto i rispondenti che prenderemo in considerazione sono 681 anziché 712. Ed al riguardo la Tav.16 che riporta la distribuzione dei nostri rispondenti in base al numero di anni che mancano alla pensione è impietosa. *Stiamo dicendo che al 65,1% (v.a. 443) dei nostri rispondenti (che sono ancora in età lavorativa) mancano più di 10 anni alla pensione, ed al 15,7% (v.a. 107) mancano da 6 a 10 anni.* Una situazione che non consente sconti sotto il profilo della gravità sociale se solo si pensa che fra le donne rispondenti quelle con più di 10 anni alla pensione sono il 65,4% e fra gli uomini il 64,8%.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav.16 Anni per arrivare alla pensione per sesso						
	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
meno di 1	3	0,7	2	0,8	5	0,7
da 1 a 2	6	1,4	1	0,4	7	1,0
da 3 a 5	25	5,7	11	4,5	36	5,3
da 6 a 10	77	17,7	30	12,2	107	15,7
oltre 10	282	64,8	161	65,4	443	65,1
n.r	42	9,7	41	16,7	83	12,2
Totale	435	100	246	100	681	100



Va da sé che per associazione Lavoro over 40 quello previdenziale è un tema assolutamente estraneo al campo d'azione previsto dal suo atto fondativo e che pertanto non è all'ordine del giorno l'impostazione di politiche associative ed attività in questa direzione. Ci si può chiedere però se non sia il caso di incominciare a prendere atto di questo fenomeno, responsabilmente, se non altro sul piano della mera consapevolezza sociale.



3 IL TENTATIVO DI RICOLLOCAMENTO

3.1 La ricerca del lavoro: ostacoli e difficoltà

In questa sezione si vuole capire meglio in che modo i nostri disoccupati hanno affrontato o stanno affrontando l'esperienza della ricerca del lavoro. Vicenda che, come è logico supporre non si è conclusa con esito positivo, visto che è agli attuali disoccupati che ci stiamo rivolgendo, talché può essere considerata nella gran parte dei casi, ancora del tutto aperta.

Va da sé che questa è una esperienza complessa, che non mette a dura prova solo l'individuo, ma che coinvolge in primis il suo intorno relazionale più prossimo, appurato che da questo si tragga la forza e il sostegno necessari all'azione. Il nostro pensiero va intanto alla *famiglia*, fonte primaria di energia, sempre che il rapporto con essa non sia compromesso; agli *amici, conoscenti e parenti*, che non di rado agiscono da lubrificante nel motore che deve portare alla ricerca di soluzioni per il lavoro; alle *istituzioni*, senza le quali ben poco si potrebbe fare, a cui si chiede solo di prendersi in carico il soggetto disoccupato e di indicare delle possibili vie d'uscita.

Interpellati sull'argomento per vedere se, ed in quale misura, questi elementi hanno svolto adeguatamente la loro funzione, (tav.17) i nostri contatti hanno così risposto. Solo nel 26 % dei casi (v.a.106) siamo in presenza di una rete amicale e parentale che sembra essere stata partecipe e solidale. Solo nel 13% dei casi (v.a.53) le istituzioni hanno svolto con soddisfazione, per quanto non in modo lusinghiero, la propria funzione. Solo nel 53% dei casi (v.a.215), la famiglia ha continuato a svolgere la propria funzione rassicurante di generatore di energia.

Tab. 17 Nella tua esperienza di ricerca del lavoro ti sei mai trovato nelle seguenti situazioni?

	Mai		Si, spesso		Si, sempre		Totale	
Solitudine sociale: amici conoscenti parenti ecc. non sono stati partecipi del tuo problema o lo sono stati in forma molto convenzionale	106	26%	203	51%	94	23%	403	100
Abbandono istituzionale: i C. per l'impiego, le istituzioni pubbliche e private preposte al reinserimento ti sono state d'aiuto ma non hanno prodotto i risultati sperati	53	13%	98	24%	252	63%	403	100
Incomprensioni in famiglia: la famiglia non è riuscita a darti il sostegno psicologico di cui avresti avuto bisogno	215	53%	138	34%	50	13%	403	100

E' fatto non poco grave, invece, che nel 47% dei casi (v.a.138+50) spesso o sempre, "la famiglia non sia riuscita a dare il sostegno psicologico di cui ci sarebbe stato bisogno", che nel 74% dei casi (v.a 203 + 94) "amici conoscenti parenti ecc. non siano stati partecipi del problema o lo sono stati solo nelle apparenze", che nell'87% dei casi (v.a. 98+252) "le istituzioni pubbliche e private preposte al reinserimento non hanno prodotto i risultati sperati".



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Insomma un sistema di *protezione sociale* che non ha funzionato, che non è all'altezza della situazione, e tutto ciò creando in capo all'interessato/a un *disagio ulteriore*, un aggravamento *paralizzante di condizione e di solitudine*, del quale non ci sarebbe stato affatto bisogno. Detto in altri termini, quello che è in crisi è il modello (non scritto) di protezione sociale, tutto italiano ed unico in Europa, basato sui tre citati assi: *conoscenti* in primis, quindi *famiglia* e per ultimo le *istituzioni*.

Ma questo bilancio, nel complesso poco incoraggiante, evidenzia anche il ritardo delle istituzioni nel cambio di passo fra quando ci si trova ad agire in cicli di mercato "normali" e quando invece ci si trova in aperta e pesante crisi. Un ritardo di cui possiamo prendere atto, se solo analizziamo i giudizi circa l'efficacia dei mediatori sociali utilizzati nella ricerca del nuovo lavoro.

Se il pronunciamento infatti si estende a tutto l'armamentario di mediatori sociali che in tempi di crisi è fiorito sul versante degli strumenti per la ricerca del lavoro e che includono le agenzie private, i social network, le inserzioni sui giornali ecc., allora la foto diventa più nitida, il giudizio più impietoso e grave perché non risparmia proprio nessuna delle voci prese in considerazione (Tav.18).

Prima di addentrarci sull'argomento, vediamo intanto, quali sono stati i mediatori *più utilizzati*. Nell'ordine i più utilizzati, a prescindere dal livello di soddisfazione conseguito, sono: "risposta ad inserzioni su siti internet", che ha registrato il 95,5% di utilizzatori, "reti di supporto informali" con il 90,1%, "servizi privati di reinserimento....." con l'85,4%, "servizi pubblici di collocamento" (CPI) con l'84,6% di utilizzatori e così seguire fino a "pubblicazione inserzioni sui giornali" che ha visto il 58,8% di utilizzatori.

All'opposto, quelli *meno utilizzati*, che cioè han fatto registrare le quote più alte di non utilizzatori, sono stati "pubblicazione di inserzioni sui giornali" con il 41,2%, i "social network" con il 39,2% e i "servizi pubblici di orientamento" con il 28,8%.

Quel che colpisce, con riferimento a quest'ultima categoria, non è tanto lo scarso utilizzo dei social network, riconducibile forse alla poca permeabilità di certa tecnologia verso chi la ritiene poco attrattiva, e neppure l'altrettanto basso utilizzo dei servizi pubblici per l'orientamento, che in verità sono poco diffusi e poco conosciuti, quanto la poca considerazione mostrata nei confronti dei "giornali" che, sebbene sottoposti all'onda d'urto di certa modernità, rimangono *su base locale*, l'unico vero veicolo capace di mettere in contatto domanda e offerta, penetrando la struttura produttiva fin nei più piccoli interstizi rappresentati dalle piccole e micro imprese.

Bisogna infatti distinguere fra giornali a tiratura nazionale, che ormai hanno perso la loro funzione di medium privilegiato del mercato del lavoro (nazionale) e giornali locali che, focalizzandosi invece su territorialità molto limitate (per es. su base sub-provinciale) e lettori fidelizzati, sono capaci di raggiungere target altrimenti non immaginabili, a meno che non esista un sito web operante in competizione sullo stesso territorio.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

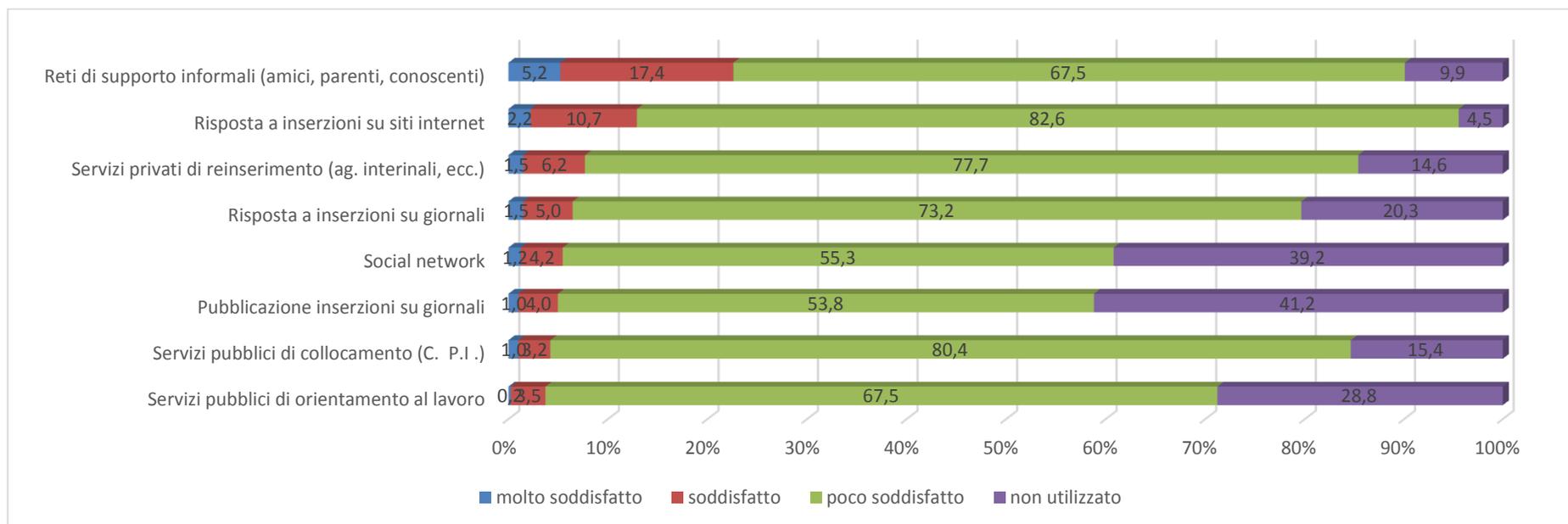
Tab. 18 Mediatori sociali utilizzati per la ricerca del lavoro

	Utilizzato e molto soddisf.		Utilizzato e soddisfatto		Utilizzato, ma poco soddisf.		Non utilizzato		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Servizi pubblici di orientamento al lavoro	1	0,2	14	3,5	272	67,5	116	28,8	403	100
Servizi pubblici di collocamento (C.P.I .)	4	1,0	13	3,2	324	80,4	62	15,4	403	100
Pubblicazione inserzioni su giornali	4	1,0	16	4,0	217	53,8	166	41,2	403	100
Social network	5	1,2	17	4,2	223	55,3	158	39,2	403	100
Risposta a inserzioni su giornali	6	1,5	20	5,0	295	73,2	82	20,3	403	100
Servizi privati di reinserim. (ag. Interin. ecc.)	6	1,5	25	6,2	313	77,7	59	14,6	403	100
Risposta a inserzioni su siti internet	9	2,2	43	10,7	333	82,6	18	4,5	403	100
Reti di supporto informali (amici, parenti)	21	5,2	70	17,4	272	67,5	40	9,9	403	100

Continuando con la nostra analisi, se poi assumiamo come indice cumulativo di parere positivo quello formato dalla somma di “*molto soddisfatto*” e “*soddisfatto*”, allora troviamo al primo posto “reti di supporto informali (amici, parenti, conoscenti)” con il 22,6% delle conferme, e a seguire “risposte a inserzioni su siti internet” con 12,9%. Che si confermano così essere i mediatori più efficaci fra quelli esaminati, sebbene con valori decisamente irrisori e comunque tutt’altro che lusinghieri.

Ma la fragilità di questo primato non è tanto dovuta alla esiguità dei valori che ne attestano la bontà quanto al fatto che entrambe le modalità hanno fatto registrare anche valori fra i più alti di *non soddisfazione*, rispettivamente il 67,5% e l’82,6%. In estrema sintesi potremo dire che entrambi gli strumenti, i quali sono anche il più tradizionale ed il più moderno fra quelli presi in considerazione, escono da questo sondaggio come i più utilizzati (quelli in cui si crede di più) e nello stesso tempo quelli che hanno prodotto più risultati. Ma non per questo possono esse considerati strumenti efficaci ed affidabili.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia



In fine, per fornire una chiave interpretativa corretta, va detto che tutti questi valori svolgono una funzione importante nell'ambito del nostro sondaggio, ma non possono essere utilizzati in assoluto come giudizio sulla efficacia dei singoli strumenti. Gli interrogati infatti sono solo un sottoinsieme dei possibili utilizzatori: gli attuali disoccupati. Nulla sappiamo invece di altri sottoinsiemi non previsti dal sondaggio che magari hanno concluso con successo la ricerca di lavoro grazie proprio all'uso di qualcuno di questi strumenti.

3.2 Le azioni per la ricerca del lavoro

Ma qual è l'opzione finale, la modalità che prefigurano i nostri rispondenti, come viatico per rientrare nel mercato del lavoro? Di fatto quel che si vuol meglio sondare è il livello di *fissità al lavoro* per es. puntando a fare lo stesso mestiere di prima, il livello di *elasticità al lavoro*, per es. accettando di svolgere un diverso lavoro, il livello di *remissività al lavoro*, per es. accettando soluzioni magari non congeniali o scomode, pur di portare uno stipendio a casa.

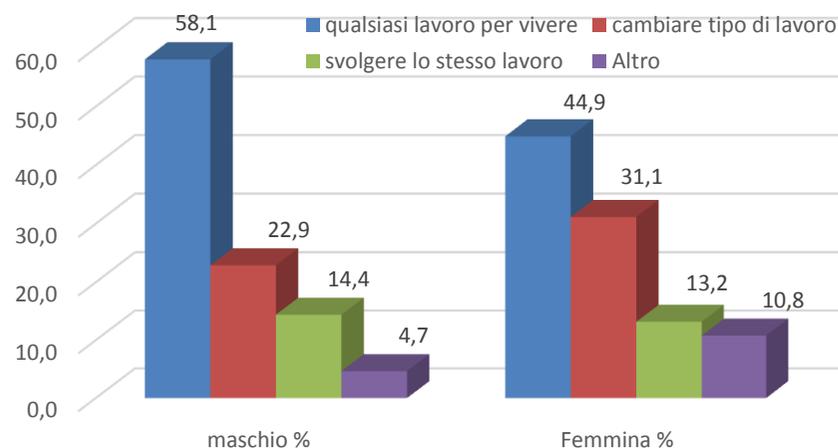
Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Circa la modalità che i nostri disoccupati si sono prefissati per rientrare nel mercato del lavoro, quella che in tempi di crisi come gli attuali riteniamo essere la condizione di massima flessibilità, che implica rinunce a 360° compreso l'abbassamento di status, è "fare qualsiasi lavoro mi permetta di vivere". Un'opzione che però sta ad indicare anche un sottostante da "perdente", di chi vedendo nero si accontenta di qualsiasi cosa, di chi non può permettersi di giocare col tempo. Questa modalità è stata scelta dalla maggioranza dei rispondenti, il 52,6% (v.a. 212) ed è quella che ha riscosso più adesioni (Tav.19). Ma è anche quella decisamente più utilizzata dai maschi (58.1%) e forse a loro più congeniale.

C'è poi un 13,9% (v.a. 56) che "intende continuare a fare lo stesso lavoro". Questa risposta, di primo acchito speculare alla prima, presuppone il massimo della rigidità ma in verità cela un sottostante ambivalente. Da un lato, la scelta di chi ambisce a reinserirsi con lo stesso mestiere di prima e a condizioni invariate, per es. continuando ad essere dipendente, dall'altro la scelta di chi pur mantenendo la stessa attività è propenso a mutare le condizioni al contorno, per es. mettendosi in proprio. Nel primo caso saremo di fronte a un comportamento di assoluta rigidità e sordità a ciò che sta avvenendo nel mercato, nel secondo invece, bisognerà prendere atto di trovarsi di fronte ad un punto di vista molto più ragionevole e con più elevate probabilità di successo.

Tav.19 Obiettivo reinserimento

puntare a:	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
qualsiasi lavoro per vivere	137	58,1	75	44,9	212	52,6
cambiare tipo di lavoro	54	22,9	52	31,1	106	26,3
svolgere lo stesso lavoro	34	14,4	22	13,2	56	13,9
Altro	11	4,7	18	10,8	29	7,2
Totale	236	100	167	100	403	100



Il restante 26,3% (v.a.106), al netto di chi dichiara di voler fare altro, è costituito da quanti intendono uscire dallo stallo in cui si trovano "puntando a cambiare il tipo di lavoro". Che è una opzione ragionevole dal momento che, si prende atto della difficoltà del mercato, si mette in moto un punto di vista diverso, di rinnovamento professionale, ci si fa carico in qualche misura del proprio destino. Ma è anche l'opzione a cui mostrano di essere più



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

sensibili le donne visto che, rispettivamente nei propri sottoinsiemi, il 31,1% delle donne si dichiara disponibile a cambiare lavoro contro il 22,9% degli uomini. Dunque una maggiore elasticità delle donne, della quale sarebbe poi interessante sapere se e quanto riesce a concretizzarsi.

Come interpretare questa scelta prevalente e penalizzante, quella cioè di accontentarsi di “qualsiasi lavoro per vivere” nonostante si possa avere alle spalle fior di professionalità e di esperienza? Le ipotesi possono essere diverse ed ovviamente andrebbero verificate. Ma quel che risulta evidente è che nelle convinzioni dei nostri intervistati ancora una volta il sano realismo coniugato con un pizzico di pessimismo, ha avuto la meglio, e con esso la convinzione che quelli attuali non sono tempi di “grandi scelte”. Tempi cioè, tipici di un mercato in espansione, dove decidere se cambiare attività o no diventa un lusso che ci si può permettere anche in tanti.

3.3 Flessibilità come scelta strategica

Discorso a parte va fatto per appurare il livello di flessibilità messo in atto pur di rientrare nel circuito lavorativo. In primis abbiamo preso in considerazione la disponibilità al trasferimento quindi, la propensione ad aprire una attività in proprio.

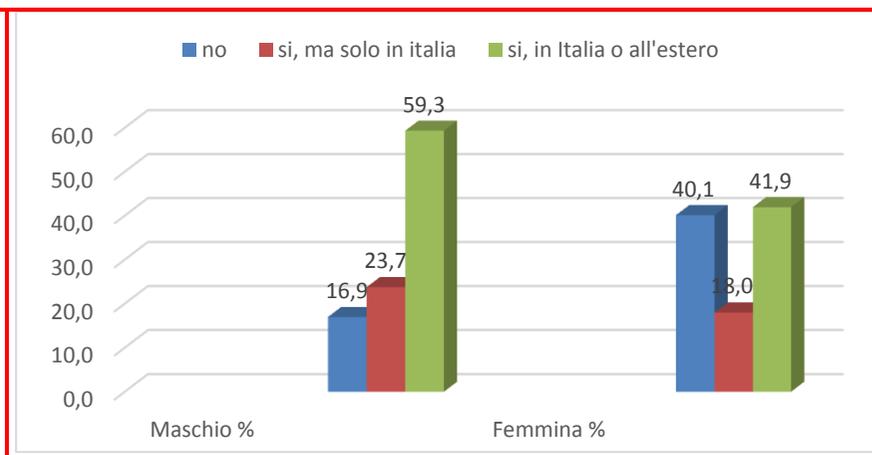
Il primo indicatore è un segnale forte di flessibilità, che consiste nell’andare a cercare il lavoro là dove esso si trova, presumibilmente nell’ambito di una invarianza di attività lavorativa. Non sappiamo quanto quella emersa dal sondaggio sia una mera dichiarazione di intenti e quanto una reale disponibilità che, se adeguatamente supportata, potrà anche verificarsi.

Sta di fatto però che dai dati emersi (Tav. 20) risulta una elevata presenza di quanti pur di lavorare sarebbero disponibili a spostarsi “in Italia o anche all’estero” (52,1%). Opzione che, per il 78,1% dei casi si manifesta nella fascia di età 46-60 con un addensamento più alto nella classe compresa fra 46 e 50 (30,5%) e che, come è prevedibile, all’interno dell’universo maschile (59,3%) si riscontra molto più frequentemente che non nell’universo femminile (41,9%).

Ovviamente qui il condizionale è d’obbligo, anche perché in altri tempi, per es. quelli della grande emigrazione, ma anche oggi, se si decide di emigrare lo si fa, senza aspettare supporti dalle istituzioni o altro. In ogni caso, *un maggior collegamento dell’associazione con enti che svolgono attività di facilitazione per chi vuole andare all’estero sarebbe auspicabile.*

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav.20 Disponibilità a trasferimento						
	Maschio		Femmina		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
no	40	16,9	67	40,1	107	26,6
si, ma solo in italia	56	23,7	30	18,0	86	21,3
si, in Italia o all'estero	140	59,3	70	41,9	210	52,1
Totale	236	100,0	167	100,0	403	100,0



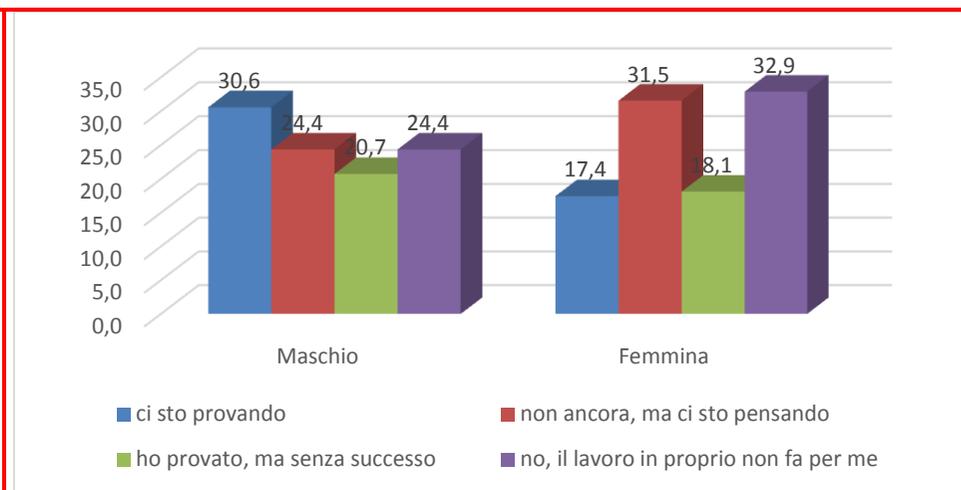
Più impervia, e in certo senso anche lastricata di insuccessi (19,6%), è la strada che porta invece ad iniziare una nuova attività in proprio (Tav. 21). Non v'è dubbio infatti che una attività autonoma, grande o piccola che sia, per poter riuscire presuppone una vocazione e non una costrizione da fattori esterni. Così come non c'è dubbio che avendo trascorso i due terzi della propria attività lavorativa all'interno di un sistema organizzato e di una cultura da lavoro dipendente, è ben difficile riuscire a reinventarsi come bravo, seppur piccolissimo, imprenditore/artigiano. Perché non è tanto la competenza sul prodotto che in genere manca, quanto la capacità di competere, quella commerciale, di vendita e in definitiva di promuovere se stessi.

La domanda volta ad appurare se fra le vie d'uscita possibili avessero preso in considerazione anche l'ipotesi di riposizionarsi professionalmente, aprendo una attività in proprio, è stata posta solo a quei disoccupati che han perso il lavoro da dipendenti e che sono 342. Di questi il 24,9% dichiara "ci sto provando", che in altri termini vuol dire avere già una sperimentazione in corso. Concretizzazione di una idea, quindi, che decisamente più presente fra i maschi (30,6%) a fronte del 17,4% delle donne, e che raggiunge la massima espansione nelle classi di età comprese fra 51 e 55 anni (27,8%) e 55-60 (29,6%) (tav.22 e relativo grafico di completamento).¹

¹Classi estreme con percentuali maggiori ovviamente non vanno considerate, dal momento che per loro il processo o è da poco avviato o va lentamente a spegnersi (valori assoluti irrisoni).

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 21 Disponibilità a lavoro in proprio						
	Maschi		Femmine		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
ci sto provando	59	30,6	26	17,4	85	24,9
non ancora, ma ci sto pensando	47	24,4	47	31,5	94	27,5
ho provato, ma senza successo	40	20,7	27	18,1	67	19,6
no, il lavoro in proprio non fa per me	47	24,4	49	32,9	96	28,1
Totale	193	100	149	100	342	100



Il sondaggio consente anche di vedere in che misura e in quali classi di età prende corpo il travaglio che porterà alla decisione di aprire una attività o di rinunciarvi definitivamente. “Non ancora, ma ci sto pensando” è opzione prescelta dal 27,5% dei rispondenti. Opzione questa, che è più presente fra le donne, con 31,5% di conferme, nonché fra le classi di età 41-45 con 31% e 46-50 con 34,7%.

A questo punto vengono spontanee due considerazioni. La prima è che ad eccezione di chi dice che il “lavoro in proprio non fa per me” (28.1%), del quale si può supporre che non abbia neppure preso in considerazione l’eventualità di aprire una attività, il 71,9% dei rispondenti in qualche modo è stato coinvolto, seppur in una sola fase, nel ciclo di progetto: dalla valutazione circa l’opportunità di fare il grande passo, alla focalizzazione dell’idea di impresa, alla implementazione ed alla eventuale cessazione. Una cifra decisamente alta, che induce a pensare come si ricorra all’idea d’impresa più per coazione dovuta alle contingenze che per libera scelta.

La seconda è che la fase di incubazione si concentra prevalentemente fra i 40 e i 50 anni. In certo senso una età favorevole alle grandi scelte, dove con alle spalle magari 25 o 30 anni di lavoro e la raggiunta maturità professionale, diventa possibile tentare una elaborazione del proprio futuro reinterpretando la propria crisi non come il segno funesto della fine di un ciclo ma come opportunità da cogliere e dalla quale ripartite.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 22 Disponibilità a lavorare in proprio, ripartiti per classi di età

	Ci sto provando		Non ancora, ma ci sto pensando		Ho provato ma senza successo		No, il lavoro in proprio non fa per me		totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
da 36 a 40	2	28,6	5	71,4	0	0,0	0	0,0	7	100
da 41 a 45	7	16,7	13	31,0	7	16,7	15	35,7	42	100
da 46 a 50	18	18,9	33	34,7	16	16,8	28	29,5	95	100
da 51 a 55	27	27,8	26	26,8	18	18,6	26	26,8	97	100
da 56 a 60	24	29,6	16	19,8	22	27,2	19	23,5	81	100
da 61 a 65	7	35,0	1	5,0	4	20,0	8	40,0	20	100
totale	85	24,9	94	27,5	67	19,6	96	28,1	342	100

Tutto facile a dirsi, ovviamente. Ma proprio per questa ragione c'è da chiedersi se non sia il caso, per l'associazione, di riflettere se attrezzarsi di più e meglio per raccogliere istanze, incoraggiare progetti (magari in forma cooperativa), fornire nei limiti del possibile supporti tecnici e informativi di cui si possa avere bisogno strada facendo, e in certo senso sorreggere fino a compimento quanti seriamente intendono prendere in considerazione la cosa.



4 I LAVORATORI MATURI E LE RAPPRESENTAZIONI CHE DANNO DI SE STESSI DELLE AZIENDE E DEL MERCATO

Questa parte del sondaggio mira a far chiarezza sulla rappresentazione che lavoratori maturi danno di se stessi, delle aziende che li rifiutano, del mercato che pone ostacoli al loro rientro.

Sul tema delle abilità dei lavoratori maturi c'è stato negli ultimi anni un fiorire di studi, anche molto importanti, volti a far chiarezza sul rapporto fra età e declino prestazionale in contesti lavorativi organizzati. Secondo alcune di queste analisi sembra assodato ormai che l'età avanzata non possa essere considerata solo una variabile statistica a cui associare un processo lineare di degrado della condizione psico-fisica di una persona.

Diversamente, l'età può essere vista come la traiettoria di un processo di cambiamento, differenziato fra singoli individui, nel corso del quale alcune funzioni e fattori di personalità declinano mentre altre maturano o si sviluppano. Mentre per es. abilità direttamente collegate alla forza e alla resistenza sia fisica che psichica declinano più o meno lentamente, altre per lo più sviluppate in ambito lavorativo, come la capacità di lavorare in team o di prendere decisioni, o anche alcuni skill della comunicazione, possono invece non solo non declinare ma migliorare nel tempo.

4.1 Le abilità che avvantaggiano/svantaggiano i lavoratori maturi

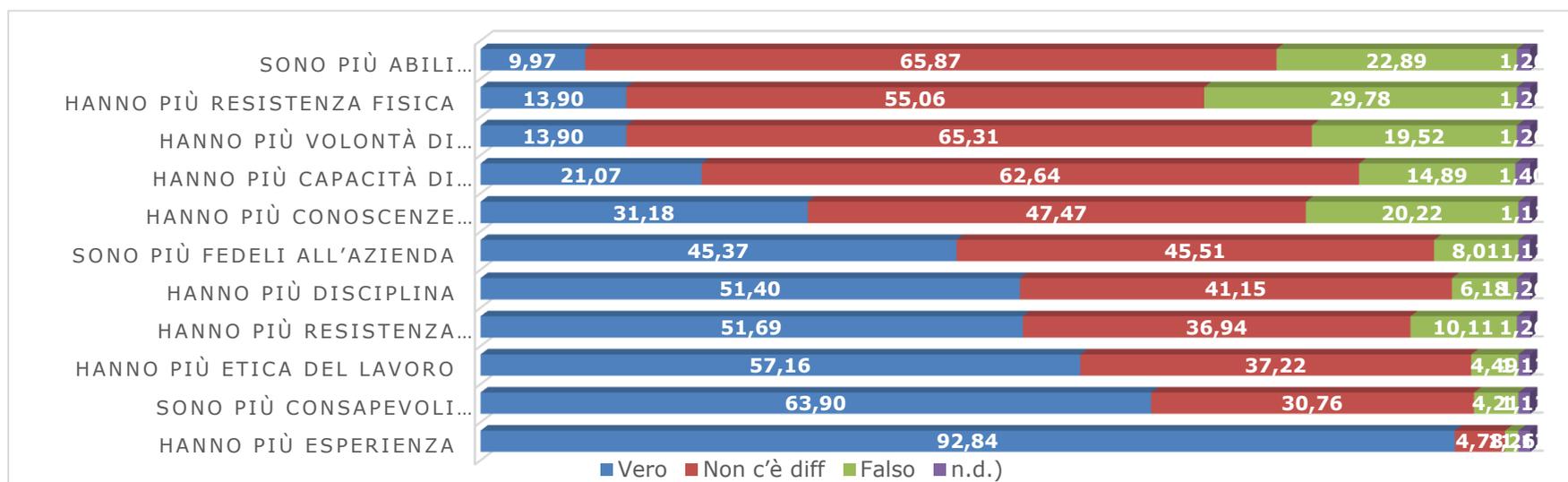
Nel presente sondaggio come primo quesito viene chiesto di indicare, a fronte di certi fattori di comportamento, se ritengono vero o falso che un certo fattore sia più presente negli anziani ovvero non ci sia nessuna differenza significativa rispetto all'età. Lo scopo è di capire (secondo il pensiero di chi è comunque parte in causa) in che cosa, rispetto ai più giovani, i lavoratori adulti sarebbero più avvantaggiati/svantaggiati. A tal fine sono stati presi in considerazione undici fattori spesso citati (con opposte intenzioni) sia da chi sostiene che il lavoratore adulto costituisce un valore da non dissipare, sia dai detrattori di questa convinzione. Ed i risultati sono nella Tav.22.

Per certi versi i fattori rispetto a cui i lavoratori maturi uscirebbero decisamente più avvantaggiati sono "l'esperienza" (vero 92,8%) "l'attenzione verso la qualità" (63,9%), "l'etica del lavoro" (57,2%), "la resistenza psicologica" (51,69), "la disciplina" (51,40%), la "fedeltà" (45,37%). Viceversa, quelli rispetto ai quali sarebbero più sfavoriti, nel senso che questi fattori avvantaggerebbero di più i giovani, sono "abilità nell'apprendere" (vero 9,97%), "resistenza fisica" (13,9%), "volontà di aprirsi al nuovo" (13,9%).

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 22 Dei seguenti indicatori di performance lavorativa, quali sono più presenti nei lavoratori maturi rispetto ai più giovani?

I lavoratori maturi rispetto ai giovani:		Vero		Non c'è diffe		Falso		n.d.		totale	
		v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
hanno più esperienza	A	661	92,84	34	4,8	9	1,3	8	1,1	712	100
hanno più etica del lavoro	B	407	57,16	265	37,2	32	4,5	8	1,1	712	100
hanno più disciplina	C	366	51,40	293	41,2	44	6,2	9	1,3	712	100
sono più consapevoli dell'importanza della qualità	D	455	63,90	219	30,8	30	4,2	8	1,1	712	100
sono più fedeli all'azienda	E	323	45,37	324	45,5	57	8,0	8	1,1	712	100
hanno più capacità di lavoro in team	F	150	21,07	446	62,6	106	14,9	10	1,4	712	100
hanno più resistenza psicologica	G	368	51,69	263	36,9	72	10,1	9	1,3	712	100
hanno più conoscenze teoriche	H	222	31,18	338	47,5	144	20,2	8	1,1	712	100
hanno più volontà di apprendere	I	99	13,90	465	65,3	139	19,5	9	1,3	712	100
hanno più resistenza fisica	L	99	13,90	392	55,1	212	29,8	9	1,3	712	100
sono più abili nell'apprendere	M	71	9,97	469	65,9	163	22,9	9	1,3	712	100





Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Sorprendono invece giudizi riguardanti le “conoscenze teoriche” ed il “lavoro in team”, dove ancora, sebbene con valori inferiori al 50%, di tali parametri sembrano più avvantaggiarsi i lavoratori adulti a fronte però di significative aree di *non differenza*.

A completamento di questo dato ci limitiamo a far notare che mentre le abilità ove gli anziani risultano più svantaggiati sono in genere legate al ciclo bio-psicologico (“resistenza fisica” e “apprendimento”), quelle ove invece risultano più avvantaggiati sono legati al ciclo esperienziale in contesti lavorativi e quindi al ciclo socio-psicologico. Per differenza diremo che le seconde si possono coltivare, mentre le prima hanno vita propria.

Tornando ai risultati più complessivi, va detto che la progressione emersa costituisce solo un aspetto di una più complessa analisi sul concorso che certe abilità imprimono rispetto ai processi di esclusione che interessano i lavoratori adulti. Quella che andrebbe fatta a completamento, è infatti un'altra rilevazione volta ad appurare in che misura questi fattori sono anche rilevanti per le aziende. *Si potrebbe infatti scoprire che i fattori ove i lavoratori maturi prevalgono sono poi i meno interessanti per le aziende.* A quel punto tutto prenderebbe una nuova forma.

4.2 Le aziende e le resistenze che pongono al reinserimento dei lavoratori maturi

Ma passiamo ora ad esaminare il punto di vista che emerge circa le ragioni per cui le aziende pongono difficoltà al reinserimento dei lavoratori adulti. Il quesito è stato posto a tutti i partecipanti al sondaggio, chiedendo di fornire una risposta (sì – no) su ciascuno di 7 fattori verosimilmente ritenuti dalla letteratura in materia all'origine del problema. Tali sono: costo, efficienza, disponibilità, innovazione (metodi di lavoro e dinamiche aziendali), competenza, motivazione. Anche qui, come per la tabella precedente, va detto che l'esito è ampiamente condizionato dal fatto che a rispondere è una delle parti interessate e non una parte terza.

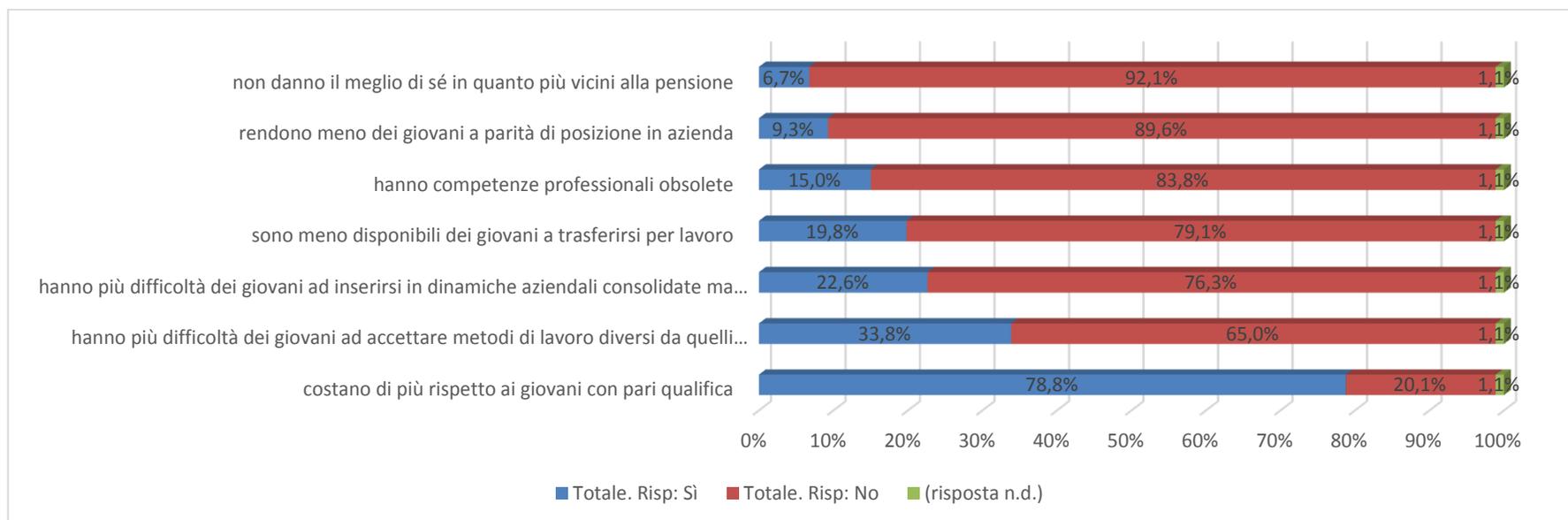
Il dato che più d'altri balza all'evidenza (Tav.23) è quello relativo al costo. Il 78.8% dei rispondenti è infatti del parere che i lavoratori maturi “costano di più rispetto ai giovani con pari qualifica” e che questa sia una ragione ostativa al reinserimento lavorativo.

Trattasi di una affermazione la cui portata destabilizzante non sarebbe affatto da sottovalutare dal momento che la consapevolezza generalizzata da parte degli stessi disoccupati sull'alto costo del lavoro nella fase finale del ciclo lavorativo, sarebbe sufficiente a rendere attuale il tema della “composizione del costo del lavoro” nel suo complesso. Prendere atto che rispetto a questo argomento, prima considerato tabù, è mutata profondamente la sensibilità sociale, fa sì che se ne possa incominciare a parlare proprio da una nuova angolazione visto che, la stessa sfida è già stata vinta in altri importanti Paesi europei.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 23 Ragioni per le quali le aziende pongono difficoltà al reinserimento dei lavoratori maturi

	Sì		No		n.r.		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
I lavoratori maturi:								
Costano di più rispetto ai giovani con pari qualifica	561	78,8	143	20,1	8	1,1	712	100
Rendono meno dei giovani a parità di posizione in azienda	66	9,3	638	89,6	8	1,1	712	100
Sono meno disponibili dei giovani a trasferirsi per lavoro	141	19,8	563	79,1	8	1,1	712	100
Hanno più difficoltà dei giovani ad accettare metodi di lavoro diversi da quelli maturati con l'esperienza	241	33,8	463	65,0	8	1,1	712	100
Hanno più difficoltà dei giovani ad inserirsi in dinamiche aziendali per loro nuove	161	22,6	543	76,3	8	1,1	712	100
Hanno competenze professionali obsolete	107	15,0	597	83,8	8	1,1	712	100
Non danno il meglio di sé in quanto più vicini alla pensione	48	6,7	656	92,1	8	1,1	712	100





Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Dopodiché solo il 33,8% ritiene che le aziende non assumono i lavoratori maturi perché “hanno più difficoltà ad accettare l’innovazione nei metodi di lavoro”, solo il 22,6% è convinto che “hanno più difficoltà ad inserirsi in dinamiche organizzative nuove”, solo il 19,8% afferma che “sono meno disponibili a trasferirsi per lavoro” e così via con percentuali sempre minori per le restanti voci: “hanno competenze professionali più obsolete”, “rendono *meno* dei giovani”, sono meno motivati perché vicini alla pensione”.

Al di là delle opzioni testé commentate, una domanda aperta ha consentito di allargare l’orizzonte ad ulteriori punti di vista, analiticamente riportati nell’all. 1. In estrema sintesi, si dice che le aziende pongono difficoltà al reinserimento perché i lavoratori maturi:

- hanno un eccesso di competenza *non funzionale* alle soluzioni organizzative attuali
- non scendono facilmente a *compromessi* su lavoro irregolare
- sono parte in *causa di conflitti* dove i manager e l’azienda fanno difficoltà ad imporsi
- nel medio termine *non sono considerati un buon investimento*
- *sono incompatibili con l’immagine giovane* che l’azienda deve dare di se stessa
- sono portatori di una *esperienza che oggi non interessa* più
- sono *vittime di pregiudizi* su età, capacità, disponibilità, efficienza.....
- sono *meno disposti a scendere a compromessi*, a farsi sfruttare, a farsi strumentalizzare, a farsi manovrare.....

ed inoltre:

- imprenditori e responsabili R.U. non sono in grado di comprendere il valore della risorsa matura.

4.3 Il mercato e gli ostacoli culturali al reinserimento dei lavoratori maturi

Passando in fine all’ultimo aspetto di questa disamina, quello che riguarda cioè le ragioni, diciamo più di tipo culturale, in forza delle quali i lavoratori maturi stenterebbero ad entrare nel mercato del lavoro, va detto che il riferimento implicito non va alle singole aziende, ma più genericamente al mercato. Ovvero a quell’insieme indistinto di operatori economici, che agiscono simultaneamente secondo logiche non necessariamente assimilabili fra loro, per spiegare le quali si ricorre spesso a luoghi comuni che, sebbene plausibili, potrebbero non aver nulla a che vedere con le vere ragioni che hanno sorretto l’azione.

Sottoposti a riscontro sono stati cinque fra i più diffusi luoghi comuni, non di rado evocati dagli Over 40 come chiave di volta per farsi una ragione di quel destino funesto che fatalmente si è abbattuto contro di loro. Essi fanno riferimento alla “cultura della sudditanza in opposizione a quella della competenza”, al “pregiudizio giovanilistico per cui i giovani sarebbero preferibili agli anziani”, all’illusione secondo cui “il rimedio sta negli incentivi economici alle imprese”, alla convinzione secondo cui il “book delle conoscenze e delle referenze” ha sostituito il “book delle esperienze”, alla convinzione secondo cui un licenziamento oltre i 40 anni equivale ad “un pericoloso stigma, fonte di disapprovazione sociale”.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

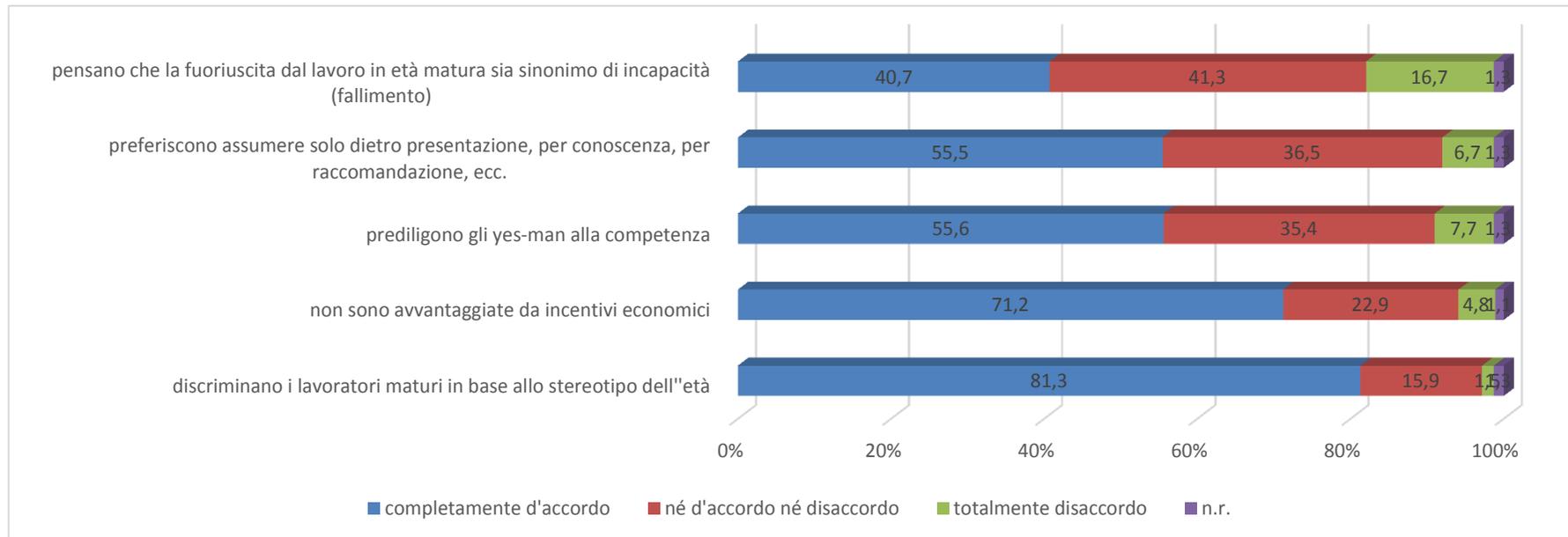
L'81,3 % dei rispondenti è del parere che i lavoratori maturi stentano a rientrare nel m.d.l. in base allo stereotipo dell'età. Si tratta di una visione secondo cui i giovani sono preferibili agli adulti in quanto globalmente più prestanti e performanti. Una visione condivisa dai tanti, che magari trova definitiva conferma se solo si osserva qualche ora di lavoro di un addetto alla selezione del personale. Ciò di cui però spesso non si tiene conto, è che il sottostante di questo comportamento *non sempre è un pregiudizio. Spesso si annidano solide ragioni aziendali*, sia pur non condivisibili. *Che vanno individuate e portate alla luce per poterle "contrastare"*. Diversamente, l'effetto soporifero di tale convinzione è praticamente sicuro.

Tav.23 Ragioni per cui i lavoratori maturi stentano a rientrare nel mercato del lavoro										
	Completamente d'accordo		Né d'accordo né disaccordo		Totalmente disaccordo		n.d.		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Le aziende:										
Prediligono gli yes-man alla competenza	396	55,6	252	35,4	55	7,7	9	1,3	712	100
Discriminano i lavoratori maturi in base allo stereotipo dell'età	579	81,3	113	15,9	11	1,5	9	1,3	712	100
Non sono avvantaggiate da incentivi economici	507	71,2	163	22,9	34	4,8	8	1,1	712	100
Preferiscono assumere solo dietro presentazione, per conoscenza, per raccomandazione, ecc.	395	55,5	260	36,5	48	6,7	9	1,3	712	100
Pensano che la fuoriuscita dal lavoro in età matura sia sinonimo di incapacità (fallimento)	290	40,7	294	41,3	119	16,7	9	1,3	712	100

Il 71,2% sono completamente d'accordo nel ritenere che la mancanza di adeguati incentivi economici alle imprese sia fattore ostacolante il rientro dei lavoratori maturi nel m.d.l. Purtroppo bisogna constatare che questa soluzione è stata già sperimentata da tempo in più Regioni /Province e che non abbia dato risultati degni di nota. Come si fa a crederci ancora?

Il 55,6% sostiene che le imprese prediligono sempre più l'accondiscendenza alla competenza, dove quest'ultima sarebbe poi la vera prerogativa dei lavoratori maturi. Dunque la materia di scambio non coincide. Ora, prediligere gli yes man alla competenza, sarà pure una pratica diffusa, ma pur sempre non generalizzabile. Se così non fosse, saremmo veramente in presenza di una pesante criticità di sistema senza soluzione, almeno nel breve periodo.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia



Praticamente con pari peso (55,5%) troviamo una motivazione non molto dissimile dalla precedente, secondo la quale la raccomandazione o l'essere introdotto da persona di fiducia costituisce fattore preferenziale rispetto al valore professionale. Un punto di vista, questo, che trova molte conferme nelle svariate ricerche sui criteri di selezione in genere utilizzati in Italia

Infine il 40,7% pensa che a rendere improbabile il rientro nel mercato del lavoro dopo una prima interruzione, ci sia il fatto che la fuoriuscita sia considerata uno stigma di fallimento personale o comunque di inaffidabilità. Ma se stanno così le cose, possiamo dedurre che secondo questa impostazione l'interruzione dopo i 45 – 50 anni può essere fatale.

Quello che colpisce in queste risposte, dove il valore massimo di chi è in totale disaccordo non raggiunge il 17%, non sta tanto nell' eccesso di semplificazione che riguarda alcune di esse, quanto nel fatalismo latente che sembra serpeggiare e che se non snidato rischia di trasformare semplici congetture in vere e proprie *credenze paralizzanti*.

Purtroppo quando c'è fatalismo, quando la credenza è formulata in modo da non essere ancorabile a nessuna causa aggredibile (e quindi a nessun nemico da combattere) la *ragione capitolata e subentra la rassegnazione*.



5 COME I LAVORATORI MATURI CONCEPISCONO L'ASSOCIAZIONE

5.1 Come si viene a conoscenza dell'associazione

Uno dei temi apparentemente banali ma di fatto fra i più ricorrenti quando l'associazione riflette su se stessa, è quello della sua visibilità e delle modalità con le quali se ne viene a conoscenza. Ovviamente all'origine di tutto ciò v'è il problema del proselitismo, della crescita quantitativa, della presenza territoriale e in una parola della capacità stessa di emergere socialmente come soggetto portatore di interessi specifici.

Quali siano i mezzi di comunicazione più efficaci, sui quali conviene maggiormente insistere, per farsi conoscere e legittimare nella società civile è questione da tempo sul tavolo. Fino ad oggi si è creduto infatti che il veicolo più efficace per fare conoscere l'associazione ed avere dei ritorni tangibili fosse quello della presenza mediatica. Convinzione che ha anche un suo fondamento empirico, visto che per un po' di anni si è constatato che a seguito di sporadiche presenze in trasmissioni radiofoniche o televisive seguivano dei picchi significativi di chiamate per contattare l'associazione. E questo in modo sistematico.

Questo sondaggio ha consentito di porre la questione in modo chiaro e forse di appurare come quella convinzione, nella quale a ben vedere si è creduto per tanto tempo, sia oggi superata per la presenza di un altro formidabile strumento che è dato dalla "ricerca in rete". Il responso pare non lasciare adito a ragionevoli dubbi (tav.24) se solo si pensa che il 62,64% (v.a.446) dei rispondenti (valore più alto nella distribuzione) ha dichiarato di essere venuto a conoscenza dell'associazione tramite "navigazione internet" e che solo 1,4% (valore più basso della distribuzione) dichiara di aver conosciuto Lavoro Over40 a seguito di "trasmissioni radiofoniche o televisive".

Ma il sondaggio fa giustizia anche di altro. Ci dice che, a seguire, il medium più utilizzato è il passaparola di "amici e conoscenti" con 11,52% (82). E questo non senza qualche soddisfazione, per la semplice ragione che il passaparola è un veicolo selettivo, che si propaga solo se chi ne parla ne parla bene. Ancora in ordine di importanza troviamo il più tradizionale dei veicoli mediatici "giornali e stampa", quindi i social network.

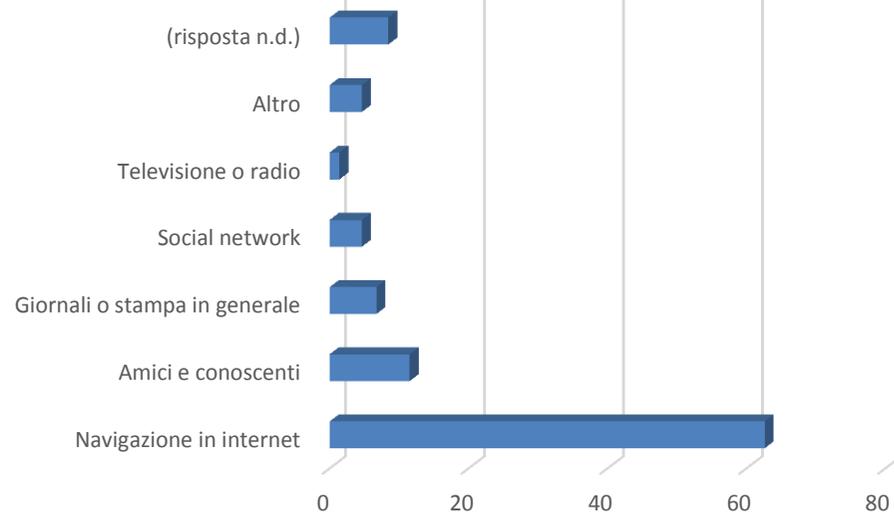
E qui un'altra riflessione si impone dal momento che, al disotto di qualsiasi aspettativa, i "social network" sono stati veicolo di conoscenza solo nel 4,63% dei casi. Ci saranno ragioni di non immediata lettura per spiegare ciò. Non ultimo il fatto che non sempre l'età facilita l'uso di tecnologie, dopotutto sofisticate, per quanto friendly nel sentire comune.

Il quadro a questo punto è chiaro. Le priorità risultanti dalla distribuzione testé commentata, indicano la via e suggeriscono su quali mezzi concentrarsi per impostare una politica consapevole di comunicazione e promozione associativa. Un argomento, quest'ultimo, che torna molto all'evidenza nelle domande "aperte" che riguardano l'associazione.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Tav. 24 Come si è venuti a conoscenza dell'Associazione

	v.a.	%
Televisione o radio	10	1,40
Giornali o stampa in generale	48	6,74
Amici e conoscenti	82	11,52
Navigazione in internet	446	62,64
Social network	33	4,63
Altro	33	4,63
(risposta n.d.)	60	8,43
Totale	712	100



Tornando per un istante alle due modalità che costituiscono la novità assoluta del sondaggio, media tradizionali (televisione radio) e rete internet, non va trascurata una differenza sostanziale fra le due, che sta nel diverso "sottostante". In un caso è l'informazione che di *motu proprio* entra nelle case e si impone all'ascoltatore, nel secondo è invece quest'ultimo che scientemente decide di entrare in rete per cercare notizie su un tema specifico. E questo fatto da un valore diverso alla richiesta di contatto successiva, nel senso di una convinzione più solida e di una maggiore identificazione col problema.

In fine va detto che, come si educa dall'analisi delle risposte non strutturate previste in coda dalla domanda, ci sono altri due portatori sani, silenti ma efficaci, che contribuiscono a creare visibilità sull'associazione e che non sono da sottovalutare: gli *eventi* ai quali si partecipa e gli *enti* con i quali si entra in contatto (tav. ALL.1).

5.2 Le iniziative più significative che l'associazione ha svolto negli ultimi anni

Il parere sulle iniziative che l'associazione ha svolto negli ultimi anni è questione centrale che, se chiarita, consente di definire con più convinzione la rotta per il prossimo futuro. Il sondaggio, a tal fine, risulta essere uno strumento insostituibile. Esso consente infatti, ai molti che non riescono ad entrare in contatto fisico con l'associazione, di poter esprimere ugualmente un proprio parere, di partecipare, sebbene in remoto, alla vita associativa



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

ed in qualche modo di contribuire alla elaborazione di decisioni anche di primaria importanza. Un problema questo, che si pone a ragione del debole sviluppo territoriale che caratterizza Lavoro over 40 e di un non adeguato sviluppo della rete di comunicazione interna.

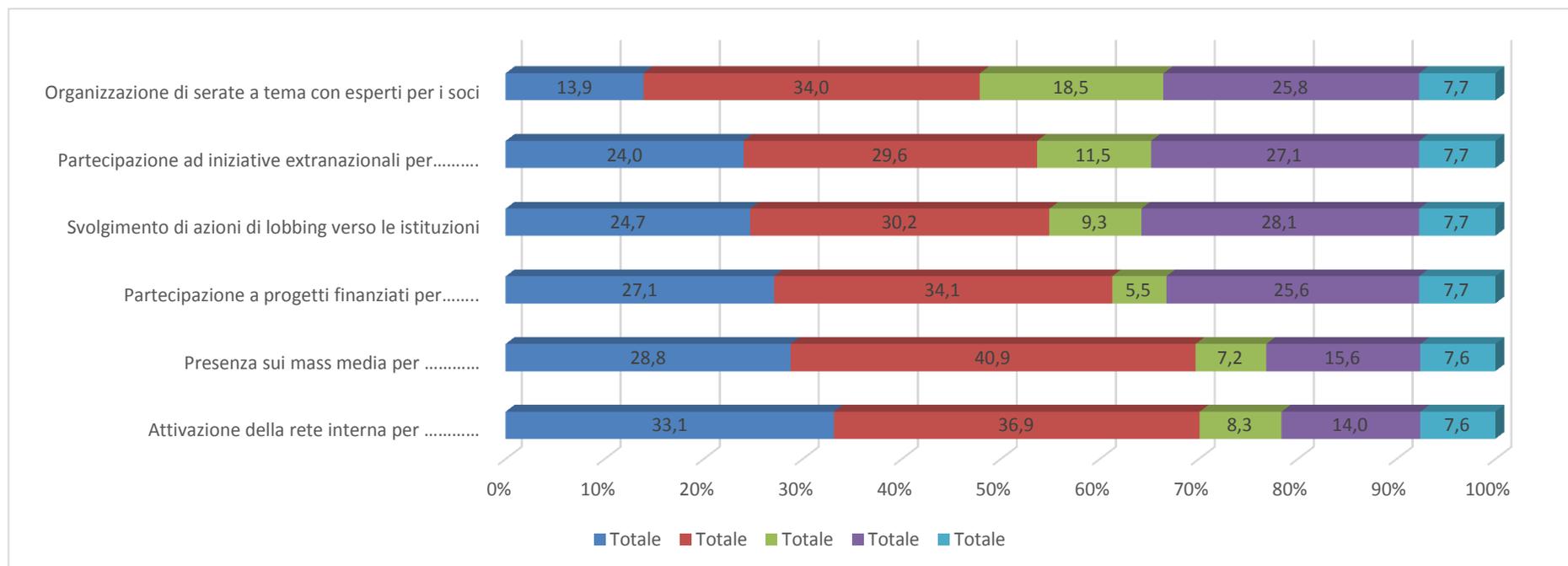
A tal fine va detto che per rendere possibile l'interrogazione, le attività svolte sono state raggruppate per categorie e che solo quelle ritenute più importanti sono state sottoposte a verifica. Dalla osservazione della tav.25 due risultano le tipologie di attività più apprezzate per la loro utilità: la "attivazione della rete interna per la diffusione di proposte di lavoro ai soci", che ha avuto il 70,1% delle approvazioni ("molto utile" e "utile") e la "presenza sui mass media per creare sensibilità sul tema dei lavoratori maturi" con il 69,7% dei consensi.

Tav. 25 Giudizio sulle iniziative più significative svolte dall'associazione negli ultimi anni							
Tipologie di iniziative da valutare		Molto	Utile	Poco	Non so	n.d.	totale
		utile		utile			
Attivazione della rete interna per la diffusione di proposte di lavoro ai soci	v.a.	236	263	59	100	54	712
	%	33,1	36,9	8,3	14,0	7,6	100
Presenza sui mass media per creare sensibilità sul tema dei lavoratori maturi	v.a.	205	291	51	111	54	712
	%	28,8	40,9	7,2	15,6	7,6	100
Partecipazione a progetti finanziati per sviluppare l'Associazione o offrire servizi ai soci e a categorie svantaggiate	v.a.	193	243	39	182	55	712
	%	27,1	34,1	5,5	25,6	7,7	100
Svolgimento di azioni di lobbying verso le istituzioni	v.a.	176	215	66	200	55	712
	%	24,7	30,2	9,3	28,1	7,7	100
Partecipazione extranazionali per contribuire alla creazione di un punto di vista Europeo sul tema dei lavoratori maturi	v.a.	171	211	82	193	55	712
	%	24,0	29,6	11,5	27,1	7,7	100
Organizzazione di serate a tema con esperti per i soci	v.a.	99	242	132	184	55	712
	%	13,9	34,0	18,5	25,8	7,7	100

La "partecipazione a progetti finanziati per sviluppare l'associazione" si è posizionata come terza nella gerarchia di approvazione con 61,2% dei consensi. A seguire "svolgimento di azioni di lobbying verso le istituzioni", "partecipazione extranazionale per contribuire alla creazione di un punto di vista Europeo sul tema dei lavoratori maturi" e "organizzazione di serate a tema con esperti" rispettivamente con 54,9%, 53,7% e 47,9% di approvazioni.

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Su quest'ultimo aspetto il sondaggio non consente di scendere più nel dettaglio, ma un brevissimo feed-back scritto, da compilare subito alla fine di ogni evento, consentirebbe di risalire in modo più puntuale all'origine dell'eventuale insoddisfazione e consentirebbe nello stesso tempo di apprezzarne gli aspetti positivi.



Quel che se ne ricava nel suo complesso, è un giudizio positivo, che lascia spazio alla riconferma di certe iniziative (alcune delle quali da sviluppare ulteriormente) mentre induce ad una riflessione su altre. Particolarmente apprezzato risulta sia il ruolo dell'associazione come *agente di sensibilizzazione culturale* sia quello di *operatore che prospetta vie d'uscita reali alla disoccupazione*. Ma il vero problema però è un altro, ovvero quello di decidere se espandere il campo d'azione, ed eventualmente quali altre tipologie di attività inserire. La risposta alla domanda successiva, prevista come domanda aperta, fornisce una quantità sterminata di spunti di riflessione.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

5.3 I servizi e/o iniziative attualmente non svolti che l'Associazione invece dovrebbe erogare

Il quesito in questione nella forma di domanda aperta, chiede di indicare quali servizi e/o iniziative attualmente non svolti dall'Associazione si ritiene che invece debbano essere erogati. Al riguardo va detto che essendo previste massimo tre contributi, si è avuto a che fare con circa 1300 risposte. Ovviamente non tutte sono idee originali, altre non sempre sono pertinenti alla domanda, altre sono la ripetizione di concetti già espressi ecc. Al netto degli scarti e delle operazioni di accorpamento fra simili, tantissime sono le idee che rimangono all'attivo. Ci limiteremo qui a riportare alcune macrovoci fra le più significative, ottenute raggruppando le singole risposte a fattore comune.

INIZIATIVE ATTUALMENTE NON SVOLTE CHE LA'SSOCIAZIONE DOVREBBE INVECE EROGARE	
ASSISTENZA / legale / varia	<ul style="list-style-type: none">• Assistenza legale, giuridica, finanziaria, contrattuale, previdenziale, fiscale• Alla carriera, per affrontare un colloquio, per valorizzare se stessi, per difendersi dal mobbing
ASSOCIAZIONE / collegare / elaborare / conoscere il mercato / includere / aggregare	<ul style="list-style-type: none">• Aggregarsi, coordinarsi, cooperare, unirsi con altre associazioni con finalità simili• Praticare lo studio e l'approfondimento di tematiche importanti, collegandosi con università, centri studi, sindacati / creare un osservatorio sugli over 40• Documentare come il fenomeno della esclusione in età matura si evolve nelle altre realtà europee / raccontare la verità sugli over 40 / raccontare casi di successo• Osservatorio statistico sull'occupazione over40, settori emergenti, approfondimento m.d.l. locale, nuove professioni• Favorire l'inclusione dei propri soci e contatti, aprire l'associazione all'esterno coinvolgendo -s'è il caso- imprenditori e categorie professionali, aprire a chi ne ha bisogno l'accesso ai servizi associativi, eliminare o ridurre le quote di iscrizione, favorire l'interessamento dei soci nella vita associativa, incrementare le serate a tema per soci• Creare momenti di contatto e di relazione, spazi virtuali on line, finalizzati a sviluppare reti di conoscenza auspicabilmente produttive di idee utili ad accrescere la coesione sociale fra i soci
ASSOCIAZIONE / mutazione genetica	<ul style="list-style-type: none">• Creare un movimento politico, costituirsi come partito, creare una società specializzata nel recruiting, creare una agenzia parallela alle agenzie per il lavoro, proporsi come canale di inserimento lavorativo, diventare una specie di Italia Lavoro, costituirsi come sindacato, creare un movimento sindacale, avere un sindacato cui appoggiarsi, aprire centri di collocamento per provincia



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

ASSOCIAZIONE / promuovere /partecipare / informare / web	<ul style="list-style-type: none">• Promuovere l'attività dell'associazione presso i CPI, le aziende, le agenzie del lavoro, verso le istituzioni e più in generale verso il mercato• Essere più vicini a chi ancora non è socio, essere più esigente nei confronti degli iscritti• Disporre di una rete di collegamento con l'esterno efficiente per fornire informazioni ai soci• Sito come punto di incontro tra domanda e offerta, con pagina sulle aziende che assumono, con pagina formazione, con forum fra i soci
ASSOCIAZIONE /territorio /sportello	<ul style="list-style-type: none">• Migliorare la rete informativa per i comuni lombardi al di fuori della città di Milano, creare occasioni di incontro delocalizzate rispetto a Milano, essere più presente al centro e al sud Italia• Istituire sedi locali visto che non sempre ci si riesce a spostare, creare sedi e punti d'ascolto periferici per delocalizzare i servizi, sviluppare il livello organizzativo regionale• Aprire sportelli provinciali, regionali e nella grandi città, sportello di ascolto, di mediazione imprese lavoratori, di assistenza per iniziative di lavoro
ASSOCIAZIONE / partecipare / collaborare / rappresentare / lobbying / borsa lavoro	<ul style="list-style-type: none">• Essere più presente a livello istituzionale, partecipare a tavoli di concertazione, sedi politiche, convegni, partenariati pubblici e privati, tavoli di lavoro sui rinnovi contrattuali• Attivarsi per lo sviluppo di idee, progetti, eventi ecc. vantaggiosi per la categoria degli over. In particolare collaborare con associazioni di categoria, centri per l'impiego, agenzie di recruiting, enti locali, partiti, sindacati, banche, aziende, INPS, temporary management• Rappresentare attivamente gli over 40 a livello politico, istituzionale, territoriale, avere una sede istituzionale, avere un rappresentante nella politica del palazzo• Lobbying verso la politica, le istituzioni• Banca dati domanda offerta, motore di ricerca, gestione in proprio di una borsa lavoro
AUTOIMPRENDITORIA / promuovere / formare / assistere / informare / team soci consulenti	<ul style="list-style-type: none">• Intervenire per promuovere e sensibilizzare verso l'intrapresa di attività autonome, in forma societaria o cooperativa• Provvedere ad eventuali supporti formativi, per es. per l'acquisizione delle dovute competenze gestionali• Assistere in fase di start up• Informare su opportunità di finanziamento;• Team di soci-consulenti per servizi alle imprese



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

CONSAPEVOLEZZA / imprese / soci	<ul style="list-style-type: none">• Nei confronti delle imprese far passare il concetto che il lavoratore maturo è una risorsa e che rinunziarvi non è certo una scelta vantaggiosa• Nei confronti dei soci far passare il concetto che la ricerca del lavoro va costruita esponendosi in prima persona, anche a fronte di rinunce, e che nessuno è tenuto a “dare / garantire” il lavoro
CURRICULUM	<ul style="list-style-type: none">• Aiuto alla corretta stesura
DISCRIMINAZIONE / contrastare	<ul style="list-style-type: none">• Azioni volte a contrastare la discriminazione sul piano dei comportamenti come ad es. denunce alla magistratura, aprire un canale diretto denunciando casi plateali di discriminazione, abolizione per via legislativa, monitoraggio dei casi più evidenti, utilizzo dei media in chiave antidiscriminazione
DOMANDA – OFFERTA / incontro	<ul style="list-style-type: none">• Favorire l’incontro fra aziende e lavoratori, trovare aziende disponibili ad assumere over, creare forme di partenariato per trovare lavoro, mediare con le imprese e le istituzioni, coinvolgere enti locali in progetti di reinserimento, utilizzare la rete per trovare opportunità, collegare disoccupati ad aziende in start up
LAVORO ESTERO / opportunità	<ul style="list-style-type: none">• Individuare opportunità di lavoro all’estero e diffonderle ai soci, ma anche prodigarsi in partnership con altre istituzioni pubbliche a generare opportunità di lavoro
FINANZIAMENTI / pubblici / privati	<ul style="list-style-type: none">• Più finanziamenti europei, spazio sul web che indichi i finanziamenti pubblici utili per l’associazione• Recuperare da donazioni, lasciti, finanziamenti d’onore per sostenere start up, raccogliere finanziamenti per un fondo imprese che assumono disoccupati over40• Intenerire vecchie e ricche megere affinché lascino i loro soldi ai disoccupati
FORMAZIONE / per l’inserimento	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppare (in proprio o per tramite di agenzie specifiche) corsi di aggiornamento, corsi di riqualificazione, di specializzazione, di riconversione lavorativa finalizzata a nuovi mestieri, corsi comunque finalizzati alla assunzione, formazione finanziata
INFORMAZIONE / opportun lavoro / legislazione / consapevolezza / agevolazioni	<ul style="list-style-type: none">• Informare su opportunità lavorative compreso il non profit• Su legislazione come cassa integrazione, partita iva, lavoro autonomo, progetti di legge su Over 40• Per creare consapevolezza su aspetti quantitativi dei temi che ci riguardano, come ad es. peggioramento delle condizioni di vita dei disoccupati• Su agevolazioni, leggi di sostegno al reddito, incentivi per l’assunzione, erogazioni pubbliche a favore dei disoccupati



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

LEGALITA' / denuncia illegalità	<ul style="list-style-type: none">• Applicazione della costituzione, controllo sulle assunzioni, sulla corruzione, sugli abusi di potere nei confronti degli agenti, far rispettare i contratti• Denuncia irregolarità contrattuali, lavoro nero, danni psicologici, assenteismo della politica
LEGGI / promuovere	<ul style="list-style-type: none">• Promuovere leggi volte ad abolire l'apprendistato, modificare la cassa integrazione, defiscalizzare le aziende, diminuire il costo del lavoro, favorire il collocamento, incentivare le imprese, modificare la legge Fornero, riformare i CPI, abolire il sistema a provvigione
MANIFESTAZIONI	<ul style="list-style-type: none">• Manifestare di più e con varie forme nelle piazze, con adunate, davanti al Parlamento, con i sindacati, le istituzioni
NETWORK / creare e sfruttare potenzialità	<ul style="list-style-type: none">• Creare dei network per far circolare i profili, facilitare l'incontro di domanda e offerta, aggregare soci, collegarsi con aziende, collegare l'associazione al territorio ed alle sue specificità, inserirsi nei social network professionali, potenziare la connettività interna, animare discussioni
ORIENTAMENTO	<ul style="list-style-type: none">• Servizio di orientamento sulle opportunità lavorative, sui percorsi da seguire per l'inserimento lavorativo
OUTPLACEMENT	<ul style="list-style-type: none">• Favorire processi di outplacement individuale, creare intese con società di outplacement per un uso più intensivo rivolto ai soci
POLITICA / iniziative / pressing / lotta / sensibilizzare	<ul style="list-style-type: none">• Incontri con politici e organizzazioni politiche sensibili• Maggiore pressione a livello politico• Organizzare la protesta, manifestare, iniziative sindacali, lotta per l'abbassamento dei livelli contributivi e fiscali, per abbattere le cause che fanno di un over40 una categoria svantaggiata• Promuovere l'inserimento degli over 40, orientare l'opinione pubblica verso i temi della categoria• Sensibilizzare i politici, forme di dialogo meno politiche e più familiari, sensibilizzare sul disagio inferto ai disoccupati maturi
PROFILI / creare banca dati	<ul style="list-style-type: none">• Potenziare la capacità di profilazione delle carriere, attrezzarsi per creare la scheda-profilo dei soci possibilmente certificata, creare una banca dati dei profili e dei cv
PROGETTI / finanziati	<ul style="list-style-type: none">• Fare più progetti finanziati anche europei per aiutare psicologicamente chi ne ha bisogno, per aiutare chi non usufruisce di sostegni economici, per ricollocare i soci, per sviluppare l'associazione
PROMOZIONE CANDIDATURE / valorizzare competenze	<ul style="list-style-type: none">• Promuovere le candidature indirizzando mailing di nominativi e curriculum alle aziende, alle agenzie di recruitment, ai sindacati e alle associazioni di categoria; cercare vie alternative per lo stesso scopo come per es. inserzioni mirate



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

REINSERIRE / aiutare / accordi con enti pubblici / sbocchi inediti / leggi / aziende	<ul style="list-style-type: none">• Aiutare a ricollocarsi mediante l'attivazione di percorsi di ricollocamento, la collaborazione con le interinali, consigli pratici, incontri periodici, collaborazioni con Camere di commercio Associazioni di categoria, Sindacati ecc.• Favorire la circolazione dei curriculum, stipula di accordi con enti pubblici, accesso ai concorsi pubblici, riconvertire e ricollocare i disoccupati in lavori socialmente utili, aprire ai bandi di gara• Favorire sbocchi inediti come attività di temporary management, attività libero professionali, lavoro part time, volontariato lavorativo, lavori mai svolti prima• Leggi per intermediare nel ricollocamento fra lavoratori e aziende, rivedere gli incentivi per i giovani come ostacolo al lavoro degli anziani, leggi specifiche per agevolare il reinserimento, estendere agli over 40 la questione degli incentivi sotto forma di sgravi fiscali, incentivare l'assunzione anche temporanea• Interfacciarsi, collaborare, fare accordi con le aziende; favorire percorsi di ricollocamento mirato ad personam, progetto rebirth
SCOUTING offerte di lavoro	<ul style="list-style-type: none">• Ricercare e individuare aziende che cercano personale, creare un archivio e diffondere l'informazione in aggiornamento continuo ai soci in modo da poter intraprendere eventuali contatti
SENSIBILIZZAZIONE / verso tutti	<ul style="list-style-type: none">• Sensibilizzare, le associazioni industriali, le imprese, i sindacati, i politici, le istituzioni, gli enti locali, il grande pubblico, i mass media, il governo, gli over 40 più fortunati, sensibilizzare sul tema delle donne come categoria più svantaggiata,
SOCIALE DONNA	<ul style="list-style-type: none">• Porre al primo piano, sia a livello legislativo, che progettuale, il tema "donna" come soggetto svantaggiato. Assumere come dato di base la condizione sfavorevole in cui si trova allorché deve ricollocarsi e magari è separata, con o senza figli, o ha avuto interruzioni lavorative importanti. Proporre leggi che le tutelino e rendono più facile l'assunzione, il part time, il lavoro a distanza ecc.
SOSTEGNO /psicologico	<ul style="list-style-type: none">• Servizi di sostegno individuale nelle varie forme: psicologico, counseling, coaching,
STAGE E TIROCINI	<ul style="list-style-type: none">• Promuovere stage e tirocini presso le aziende
STRATEGIE DI SOPRAVIVENZA	<ul style="list-style-type: none">• Insegnare i trucchi per risparmiare soldi, per non pagare il dovuto,
VISIBILITA'	<ul style="list-style-type: none">• Agire per dare più visibilità all'associazione ed ai temi dei disoccupati, mediante iniziative basate su: a) partecipazione ad eventi (fiere, stand ...), b) utilizzo dei mass media, c) utilizzo di mezzi più tradizionali (giornali ...)



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

WELFARE /mutualità sostegno al reddito / leggi / accordi	<ul style="list-style-type: none">• Attivare iniziative volte ad apportare un sostegno economico ai più disagiati economicamente, basate su mutualità (reti mutualistiche, fondi.....gruppi di acquisto alimentari),• Far introdurre nuovi istituti di sostegno al reddito con legge (reddito di cittadinanza)• Creare accordi con enti (banche, fondazioni,) per conseguire obiettivi di welfare
--	---



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

5.4 Iniziative che l'associazione dovrebbe intraprendere nel caso decidesse di puntare con determinazione all'obiettivo del ricollocamento

Anche su questo tema è stato chiesto un contributo di idee, ponendo una domanda a risposta (3 max.) aperta. Sono pervenute circa 1300 contributi dei quali circa 400 utili. Si è proceduto a radunare in tipologie le risposte simili ottenendo così un quadro analitico ottenendo dei risultati a dir poco sorprendenti. A tal fine va anche detto che non sempre le risposte sono state centrate rispetto alla domanda, esorbitando così dalla logica stringente con la quale il quesito era stato formulato. Pertanto il quadro emerso può essere letto anche come una *tavola di idee* comunque da prendere in considerazione perché recenti e frutto di una sentita partecipazione.



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

INSERIRE MAPPA



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

5.5 Quelli che dovrebbero essere i compiti istituzionali dell'associazione

Questo quesito è stato concepito cercando di trascendere per un istante la coazione a rispondere dovuta alla emergenza del presente, con l'obiettivo di collocare la riflessione sul piano dei "fondamentali" su cui poggia l'associazione. Con questa domanda in certo senso si riflette sulla identità stessa dell'associazione nonché sul nesso fra questa e la progettualità quotidiana, cercando di acquisire riscontri sulla condivisione dei principi sottoposti a verifica.

L'ambito politico (A), quello sindacale (B), quello culturale (consapevolezza) (C), quello sociale (D), quello psicologico (E), e quello normativo (F) costituiscono da sempre la tela di Penelope su cui si argomenta quando si prova a discutere della essenza e del senso dell'agire associativo. In realtà quest'ultimo risulta più dalle possibilità date dalla contingenza che non da logiche di sistema precedentemente definite. Per cui è più realistico pensare che questa declaratoria di possibili modi di essere dell'associazione serva più a definire ciò che è auspicabile che sia, piuttosto che una rigida fonte da cui trarre ispirazione per impostare la progettualità quotidiana.

Interpellati per fornire un parere su ciascuno di questi sei ambiti, indicati come possibili "compiti istituzionali" dell'associazione, ne esce un giudizio che non sorprende in quanto basato su un sano principio di realtà ma che per ciò stesso, altera in qualche modo la scala di priorità attualmente vigente in associazione (Tav.26).

Tav.26 Quali si ritiene debbano essere i compiti istituzionali dell'associazione							
<i>Compiti istituzionali dell'associazione</i>		SI		NO		TOT	
Rappresentare gli interessi della categoria a livello politico	A	368	51,7	344	48,3	712	100
Rappresentare gli interessi della categoria in forma sindacale	B	126	17,7	586	82,3	712	100
Creare e diffondere consapevolezza del problema sui media	C	331	46,5	381	53,5	712	100
Studiare soluzioni per facilitare il rientro nel mercato del lavoro	D	504	70,8	208	29,2	712	100
Fornire sostegno psicologico e sociale (counseling, coaching)	E	175	24,6	537	75,4	712	100
Contrastare la discriminazione per età	F	331	46,5	381	53,5	712	100

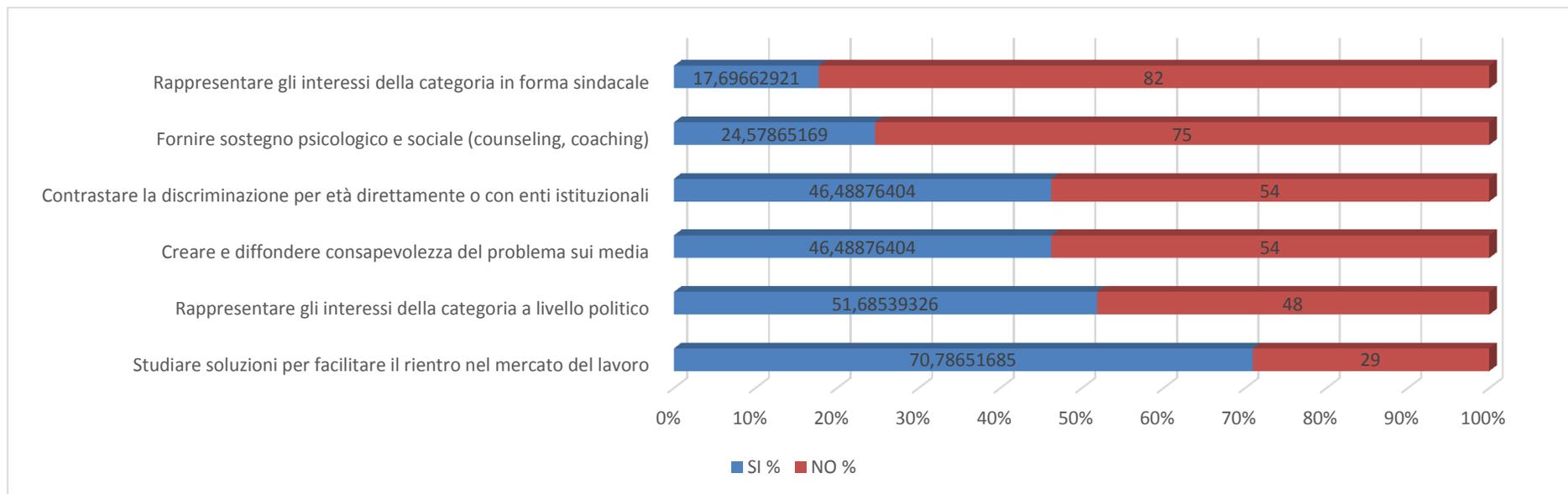
Ad ogni modo, come prima opzione con 70,8% di consensi (v.a.504) troviamo che compito istituzionale dell'associazione debba essere "Studiare soluzioni per facilitare il rientro nel mercato del lavoro". Non c'è da sorprendersi, se sotto la morsa della crisi e dell'emergenza dovuta al suo protrarsi, la vista si acuisce come non mai e il toro viene preso per le corna, evitando di scambiare il problema con le sue cause o con le sue conseguenze. Ed il toro è uno solo: "disoccupazione" terminale a cui gli ultracinquantenni sono condannati.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

E questa aspettativa costituisce un fardello pesante per l'associazione, dal momento che ogni persona mediamente informata sa che se questo fosse un obiettivo solo di poco a portata di mano, da tempo saremmo tutti a brindare. Detto questo però, con ottimismo e impegno, della strada si può fare e magari dei risultati, non di massa e non eclatanti, ma veri si possono comunque ottenere.

Dopodiché abbiamo il livello politico. Il 51,7% (v.a.368) dei rispondenti ritiene che compito istituzionale sia "rappresentare gli interessi della categoria a livello politico". E qui c'è forse una sopravvalutazione delle responsabilità della politica, in base alla quale, per es., si ritiene spesso che una legge che vieti e magari sancisca la discriminazione per età o una legge che incentivi adeguatamente le imprese all'assunzione o a scoraggiarne il licenziamento, siano leve sufficienti per contrastare la crisi del lavoro in età matura.



In effetti non si può che constatare che entrambi tali armi in Italia son "spuntate", per la semplice ragione che tutto ciò non è in linea con la cultura d'impresa prevalente e col principio, dalla gran parte condiviso, secondo cui l'occupazione non può essere ottenuta per decreto.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Analogo consenso (46,5%) e terze in ordine di importanza, riscuotono invece le azioni volte a “contrastare la discriminazione per età” e a “diffondere consapevolezza sul problema dei media”. Mediamente su entrambi i fronti l’associazione ha svolto sempre la propria parte ma non sappiamo però se quello raggiunto è già un limite.

In fine “fornire sostegno psicologico e sociale” (25%) e “rappresentare gli interessi della categoria in forma sindacale” (18%) sono i compiti a cui si dà meno importanza. E qui va detto che il sondaggio non premia la posizione di chi in associazione si ostina a sopravvalutare l’importanza del sostegno psicologico come compito prioritario. Punto di vista che dalla propria parte ha la certezza che della depressione per es. ci si accorge solo quando si manifesta pesantemente, quando cioè è anche troppo tardi per non avere a che fare con trattamenti piuttosto importanti.

Nel complesso la visione che esce è molto chiara, come chiare sono le priorità e le gerarchie. Si tratta di un risultato frutto di una posizione molto pragmatica, ma per ciò stesso ardua e carica di responsabilità per l’associazione.

5.6 Il contributo che si è disposti a dare all’associazione

In fine abbiamo posto il tema del contributo che i singoli possono dare all’associazione (Tav.27). Ed il risultato non sembra deludente, sempre che alle parole seguano i fatti. Poco più di un terzo dei partecipanti (34,1%) infatti sarebbe disponibile a “mettere a disposizione le proprie competenze per l’erogazione di servizi ai soci”, ed in subordine cifre altrettanto significative indicano la disponibilità a “mettere a disposizione le proprie competenze per la gestione interna dell’Associazione” o “svolgere attività di sportello per chi si rivolge all’Associazione”.

Ma se però si volge in negativo la lettura delle risposte e si considerano i valori di quanti sulla singola risposta non hanno dato indicazioni positive (media di tali valori v.a. 556), allora va detto che, seppur in presenza di una disponibilità dichiarata di per sé non bassa, prevale una visione del rapporto tra associazione e “aderente” basata sulla delega piuttosto che sulla partecipazione. Proprio come si fa con i partiti politici o con le lobby, dove tutto ciò potrebbe avere un senso. Ma non con le associazioni, che invece si basano sulla assunzione diretta di responsabilità di chi liberamente vi partecipa, per la semplice ragione che, diversamente dai partiti politici, queste si costituiscono sulla base di interessi contingenti, reali e non ideali, messi a fattor comune.

Quello che sembra prevalere è un tratto caratteristico e non positivo della nostra società, secondo cui è preferibile essere spettatore e critico piuttosto che giocatore, guardare piuttosto che agire, attendere che altri si mobilitino piuttosto che mobilitarsi. Insomma, un legame fra cittadino e associazione di tipo rappresentativo e non invece partecipativo.



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

	Sì		No		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Mettere a disposizione le mie competenze per l'erogazione di servizi ai soci (counseling, analisi curriculum, ecc.)	243	34,1	469	65,9	712	100
Mettere a disposizione le mie competenze per la gestione interna dell'Associazione	187	26,3	525	73,7	712	100
Gestire i contatti telefonici con chi vuole informazioni sull'Associazione	116	16,3	596	83,7	712	100
Curare il sito e l'infrastruttura informatica dell'Associazione	60	8,4	652	91,6	712	100
Svolgere attività di ""Sportello"" per chi si rivolge all'Associazione	186	26,1	526	73,9	712	100
Nessun contributo	140	19,7	572	80,3	712	100



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

6 ALLEGATI: TAVOLE DI COMPLETAMENTO

All. 1 Altre ragioni per le quali le aziende pongono difficoltà' al reinserimento

All. 2 Veicoli attraverso i quali ho conosciuto l'associazione



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

ALL. 1 ALTRE RAGIONI PER LE QUALI LE AZIENDE PONGONO DIFFICOLTA' AL REINSERIMENTO	
Apprendimento	Imparano più lentamente
Cambiamento	Poco inclini al cambiamento
Competenza	A volte per troppa competenza
Competenza	Un maturo lo si assume solo se ha competenze specifiche, ma non sempre le ha
Competenza	Hanno troppa professionalità per il contesto aziendale che vorrebbe scambiare il profitto con la qualità a basso costo
Competenza	Perché le aziende per i "senior" cercano specializzazioni ultra settoriali, che non sempre hanno
Competenza	Timore di rottura di equilibri "politici" esistenti a causa delle competenze acquisite (troppa competenza)
Competenza	Non è più necessario in Italia il lavoro di qualifica in fascia alta, né c'è più bisogno di managers perché non ci sono più grandi aziende o multinazionali.....
Compromessi	Non scendono facilmente a compromessi per es. su lavoro irregolare
Compromessi	Sono (sanamente) più critici, meno malleabili e meno passivamente disponibili
Conflitti	Conflitti relazionali con i colleghi più giovani
Conflitti	Per incapacità, invidie e timori degli attuali manager
Conflitti	I manager temono il confronto con sottoposti maturi, peggio ancora se donne
Conflitti	Mettono in crisi i dirigenti
Conflitti	Mettono in difficoltà le Aziende
Conflitti	L'azienda ha più difficoltà ad imporsi
Conflitti	I superiori hanno paura di fare brutte figure, sapendo spesso meno di chi si vuole reinserire
Consapevolezza	La consapevolezza e la capacità critica acquisita dall'ESPERIENZA possono essere di ostacolo per un datore di lavoro
Convenienza	Hanno paura di assumere perché pensano che non rendiamo
Convenienza	È più difficile sottoporli allo sfruttamento che di solito riservano ai giovani neo-assunti
Convenienza	Bassi incentivi statali rispetto ai giovani
Convenienza	Mancano incentivi per le aziende
Convenienza	Ci sono meno sgravi rispetto ai giovani, e credo qualche legge che favorisce chi a meno di 35anni
Convenienza	Non sono considerati un investimento a medio termine



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Convenienza	Non vengono assunti per un problema aziendale di investimento sul personale
Convenienza	Pensano che l'investire in persone mature non valga il costo dell'investimento
Convenienza	Per dare un'immagine giovane all'azienda. Per investire in maniera duratura in capitale umano.
Convenienza	Spesso si ritiene inutile la riqualificazione per presunta mancanza di interesse da parte del lavoratore maturo
Convenienza	Costano troppo, avevano lo stipendio troppo alto
Convenienza	Costano troppo e si hanno pregiudizi sulle capacità di adattamento
Convenienza	Sono poco appetibili perché le aziende non amano investire su personale prossimo alla pensione
Costo verso giov	Le aziende puntano al massimo risparmio, sacrificando ESPERIENZA per minori costi in risorse umane (=giovani inesperti)
Costo verso giov	Costano di più dei giovani, che non comprendono il VALORE dell'ESPERIENZA
Costo verso giov	Costano di più dei giovani, molto spesso laureati, che possono essere impiegati come stagisti a costo per l'azienda quasi nullo
Costo verso giov	Costano di più rispetto ai giovani. L'ESPERIENZA non è più un requisito richiesto
Costo verso giov	I giovani costano meno, sono degli esecutori (non hanno delega perché' le decisioni sono centralizzate) quindi non è necessario che siano molto preparati
Costo verso giov	I giovani costano semplicemente di meno e le aziende non prediligono più la COMPETENZA sopra al costo del lavoro
Costo verso giov	I lavoratori "junior" non li pagano....
Costo verso giov	Si sfrutta meglio un giovane
Costo verso giov	Skill consolidate di un senior vengono marginalizzate a fronte di giovani che NON hanno pari qualifica ma hanno un costo più basso
Costo verso giov	Vengono offerti contratti improponibili ai giovani
Crisi	Mancano del tutto possibilità di lavoro
Crisi	Non c'è lavoro nel settore da cui vengo per la crisi
Cultura	Cultura italiana obsoleta



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Cultura	In Italia vige la cultura del pallone dopo i 40 sei vecchio
Cultura aziendale	Questione culturale da parte degli Imprenditori
Cultura aziendale	Demenza imprenditoria italiana
Cultura aziendale	Per incapacità di capirne le potenzialità
Cultura aziendale	I dirigenti d'azienda non hanno una cultura d'impresa tale da capire la necessità di inserire persone mature.
Cultura aziendale	Non ci viene riconosciuta il valore professionale esperienziale.....
Cultura aziendale	Non ne capiscono il valore
Cultura aziendale	Mentalità conservatrice e poco elastica, mancanza di regole, non credo siano i giovani l'impedimento al inserimento di over 40.
Cultura aziendale	Ignoranza imprenditoriale
Cultura aziendale	Gli imprenditori mancano di "vision"
Cultura aziendale	Gli over 40 sono più obiettivi e critici conservano memoria storica e sanno cosa funziona e cosa no. Questo li rende scomodi
Declino	Declino fisico
Esperienza	Troppo esperti
Esperienza	Grande esperienze può essere scomoda
Esperienza	Hanno ESPERIENZA e quindi sono meno sfruttabili
Esperienza	La troppa ESPERIENZA non viene valutata correttamente
Esperienza	L'ESPERIENZA risulta spesso d'ingombro
Esperienza	Non esiste pari qualifica uno maturo ha più ESPERIENZA ma non interessa più.
Esperienza	Probabilmente perché hanno una personalità e carattere già ben definiti e un'ESPERIENZA e professionalità ben specifica
Esperienza	Vengono considerati "obsoleti" da titolari di aziende o recruiters, pur avendo un bagaglio di ESPERIENZA notevole



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Età	Discriminazione per età
Età	Forse perché non ho l'età che possa interessare
Età	La seniority è un problema e non un vantaggio
Età	Pensano che dopo i 40 anni si sia già "vecchi" incapaci di stare al passo con la tecnologia.
Età	Non saprei a me contestano l'età
Età	Pregiudizio sull' età
Età	Sono "condizionate" dall'età
Età	Troppo vecchi anagraficamente
Giovanilismo	"Giovanilismo di classe" secondo cui i "vecchi", dipendenti a tempo indeterminato, sono privilegiati rispetto ai "giovani", precari
Immagine	L'immagine del lavoratore maturo rispetto al giovane
Comunicare	Difficoltà ad interloquire con colleghi con scarsa ESPERIENZA professionale
Ocè	Li ritengono esteticamente meno validi e quindi meno "adatti" ad "invitarli a cena"!
Policy aziendale	Dipende dalle aziende. Alcune se hai più di 35 anni non ti prendono per policy aziendale
Pregiudizi	Preconcetti sulle capacità dei lavoratori maturi di reinserirsi in contesti differenti
Pregiudizi	Essendo donna vengo discriminata dagli imprenditori che preferiscono gli uomini per i livelli di quadro
Pregiudizi	Prevenuti rispetto a capacità di adattamento e apprendimento
Pregiudizi	Stupidi pregiudizi sull' età anagrafica, tipici del mercato del lavoro italiano
Pregiudizi	Molti pregiudizi sulle esperienze e competenze di lavoro
Pregiudizi	Perché le società hanno pregiudizi radicati sulle ns capacità, disponibilità ed efficienza
Pregiudizi	Perché pensano, sbagliando, che tutti i lavoratori maturi sono stati prodotti dallo stesso cliché
Pregiudizi	Preconcetto e incompetenza
Pregiudizi	Pregiudizi che contengono tutte queste risposte
Pregiudizi	Pregiudizio mal posto
Pregiudizi	Prevenzione verso le persone mature, pensano siano meno gestibili e ricattabili
Pregiudizi	Razzismo



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Pregiudizi	Si ritiene che i giovani siano più energici e facili da governare
Pregiudizi	Si pensa che chi è stato rifiutato valga meno
Pregiudizi	Spesso è inspiegabile, penso sia frutto di pregiudizi
Pregiudizi	Falsi stereotipi di meno flessibilità e di maggior costo
Sono meno (dei giovani)	Disposti ad uno sfruttamento stupido e cieco
Sono meno (....)	Disposti a sottostare a conduzioni autoritarie
Sono meno (....)	Disponibili ad accettare le disorganizzazioni e la superficialità che caratterizzano molte aziende
Sono meno (....)	Disponibili ad essere strumento flessibile alle esigenze dei datori di lavoro
Sono meno (....)	Disponibili alle strumentalizzazioni e vessazioni; non si fanno prendere in giro sui diritti e sulla normativa del lavoro
Sono meno (....)	Disponibili dei giovani ad accettare umiliazioni e sfruttamento
Sono meno (....)	Disposti a farsi sfruttare e ricattare
Sono meno (....)	Flessibili
Sono meno (....)	Gestibili
Sono meno (....)	Inclini a rinunciare ai propri diritti nonché ad essere sfruttati
Sono meno (....)	Ingenui
Sono meno (....)	Manovrabili psicologicamente. Perché hanno memoria dei loro diritti, oggi persi o calpestati.....
Vantaggi	Non hanno vantaggi contrattuali (tipo apprendistato)
Varie	Leggi che incentivano a non assumere sopra i 35 anni



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

Varie	Nessun appoggio istituzionale
Varie	Pressione politica e media solo sui giovani
Varie	Si ritiene siano impresentabili
Varie	Siamo stanchi di lavorare!
Varie	Troppi over40 in ricerca



Associazione Lavoro Over 40
Professionalità per competere in un mondo
che cambia

 **Regione Lombardia**
Famiglia e Solidarietà Sociale

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

ALL.2 Veicoli attraverso i quali ho conosciuto l'associazione	
convegno	EVENTI
corso della Regione	EVENTI
incontro organizzato in città	EVENTI
job orienta e fiera del lavoro	EVENTI
Meeting (Parma 2012)	EVENTI
partecipazione ad un evento	EVENTI
Porta Futuro Roma	ENTI
tramite altra associazione	ENTI
tramite ATDAL	ENTI
Ufficio del Lavoro	ENTI
ACLI	ENTI
comune di Milano	ENTI
newsletter di manager.it	ENTI
radio 24	altro
studiando per la tesi di laurea	altro
conoscenza del fondatore	altro
contatti	altro
casualmente, dalla nascita	altro
ho lavorato personalmente con il Presidente Zaffarano	altro
mail	altro



7 CONSIDERAZIONI DI SINTESI: LE INDICAZIONI PER L'ASSOCIAZIONE:

In quest' ultimo paragrafo ci limiteremo a riportare solo quelle indicazioni che hanno a che fare con l'obiettivo centrale del sondaggio, quello cioè di recepire informazioni strutturali sull'utenza di riferimento nonché indicazioni o proposte per iniziative da mettere in cantiere per il prossimo triennio.

Il sondaggio ci consegna una popolazione di riferimento che, sebbene distribuita su un arco di età più ampio, si concentra prevalentemente nell'intervallo compreso fra i 45 e i 60 anni. Per alcuni (i più anziani) siamo già in area off limits, dove reinventarsi un lavoro o reinserirsi nel mercato più che una probabilità reale corrisponde ad una pia illusione. Non così per i più giovani, dove invece le riserve di energie mentali e fisiche per tentare un reinserimento nel ciclo lavorativo possono ancora esser presenti.

Per l'associazione questo significa avere a che fare con una popolazione che ha due tipi di problemi: "avere o non avere una pensione ed a che costo" e "reinventarsi una soluzione per il rientro nel ciclo produttivo" alle dipendenze o in proprio. Con riferimento ai primi va detto che per i due terzi dei nostri rispondenti mancano ancora più di 10 anni alla pensione.

Ciò che però rende più articolato il quadro, è la presa in considerazione delle variabili sesso e stato civile. Infatti, per quanto le femmine e i celibi oggi siano inferiori ai loro complementari, la tendenza, evidente dalle distribuzioni, ci dice che sempre più le percentuali si sposteranno nel senso di una maggiore presenza sia di celibi che di donne, e che questo rapporto può raggiungere soglie critiche già col prossimo lustro.

Per l'associazione questo implica un accrescimento della complessità dei bisogni a cui guardare, se solo si pensa che sempre di più età, sesso e stato civile interagiranno fra loro dando luogo al moltiplicarsi di situazioni familiari estreme e sempre più costose socialmente.

Se guardiamo ora alla composizione della base associativa in relazione alla condizione lavorativa scopriamo che gli elementi di cui preoccuparsi non mancano. Possiamo dare come una informazione già scontata e quindi una non notizia, quella secondo cui la maggioranza della nostra popolazione sia costituita da disoccupati.

Ma non altrettanto scontato è invece constatare che la condizione prevalente del disoccupato che si rivolge all'associazione, non è tanto quella del cassintegrato, o di chi è in mobilità, o dell'esodato o del disoccupato con assegno di disoccupazione, quanto quella del "disoccupato senza protezione sociale", ovvero la forma più estrema e problematica di disoccupato, quella cioè a forte rischio di marginalità. E qua, diversamente da quanto rilevato in precedenza, la condizione di genere è già determinante, nel senso che all'interno dei rispettivi sottoinsiemi, la presenza percentuale delle donne è già maggiore di quella degli uomini sia che si guardi ai soli disoccupati sia che ci si riferisca a quella parte di disoccupati che dichiara di trovarsi "senza protezione sociale".

A completare il quadro di chi si rivolge in associazione trovandosi nelle file dei disoccupati necessitano tre ulteriori dati: a) il 33% dei nostri disoccupati è contemporaneamente "celibe/nubile" e "senza protezione sociale", b) più della metà dei rispondenti è disoccupato di lunga durata, c) più dei due terzi era impiegato o quadro al tempo della fuoriuscita dal mercato del lavoro. Dunque, una popolazione prevalentemente terziaria, una forte presenza di disoccupati non reversibili, crescita di figure molto esposte come donne e single.

Se queste sono le principali caratteristiche strutturali che caratterizzano la base di riferimento di Lavoro Over40, tre risultano essere le macro aree da tener presente nell'atto di definire le politiche e i programmi per i prossimi anni: a) iniziative volte a favorire il *rientro nel mercato del lavoro* (da dipendente o informa autonoma), b) iniziative volte ad *estendere in modo consistente il welfare* soprattutto per chi al tempo della esclusione da dipendente non intravedeva il rischio di restare senza salario per uno - due lustri, c) iniziative volte a mettere al sicuro una qualche forma decente di pensione nel caso in cui, senza lavoro per gli ultimi 5 - 10 anni, si è nella impossibilità di versare la normale contribuzione.

Tematiche sulle quali bisogna poi riflettere seriamente se inserirle o meno -ed eventualmente con che angolazione- nei programmi futuri. Dei tre infatti, solo il primo "facilitare il rientro nel mercato del lavoro" rientra a pieno titolo fra le finalità statutarie. Ma non solo, ben due terzi dei partecipanti al sondaggio ritengono che operare in tal senso rientri fra i compiti istituzionali dell'associazione. Diverso è il caso degli altri due temi, i quali, per quanto "debolmente rilevanti" sotto il profilo statutario, potrebbero costituire un

contenuto di prim'ordine nel quadro di iniziative volte a "rappresentare al livello politico gli interessi della categoria" o "creare o diffondere consapevolezza sul problema sui media". Attività previste dallo statuto, per le quali vi è anche l'approvazione esplicita da più della metà dei partecipanti al sondaggio. In questi casi potrebbe avvertire un senso di raccordo con altre istituzioni del sociale per es. quelle sindacali.

Decisamente molto più dettagliato e ricco di proposte è il quadro che risulta dalla analisi dei contributi forniti dai rispondenti allorché è stato chiesto espressamente di fornire idee per una migliore taratura delle politiche associative e dei relativi programmi per il futuro. Procederemo estrapolando 15 di questi temi ritenuti i più significativi ben consapevoli del fatto che molti di questi non rientrano nelle possibilità operative dell'associazione.

1 AIUTO come: 5 declinazioni

- 1.1 *sostegno psicologico*, da intendersi come azioni volte a contrastare cadute di tono dovute a sconforto, isolamento, depressione ma anche per tenersi in forma e dare il meglio nelle prove che potrebbero presentarsi. Per esse si richiede l'aiuto di psicologi, di counselor, di coach ecc.
cosa può fare l'associazione?
- 1.2 *supporto nell'identificare e comunicare le proprie competenze, le proprie potenzialità inesprese*, mediante l'utilizzo di bilanci di competenze, analisi del potenziale fatti in modo professionale ecc. tali da potersi riproporre sul mercato con rinnovata consapevolezza.
cosa può fare l'associazione?
- 1.3 *supporto per scrivere correttamente il cv e sostenere il colloquio* con il giusto stato d'animo. Per esse si richiede l'aiuto di professionisti
cosa può fare l'associazione?
- 1.4 *aiuto economico / welfare*, promuovere la discussione politica sulla condizione familiare degli iscritti allo scopo di creare un cordone di solidarietà intorno alle persone colpite da disoccupazione. Si citano inoltre, sostegno al reddito, rete di mutuo sostegno fra i soci, laboratori di compensazione (lavoro - famiglia - gruppo di lavoro) ecc.
cosa può fare l'associazione?
- 1.5 *assistenza varia legata alla specificità della condizione di disoccupato maturo*, quindi assistenza previdenziale, legale, legislativa (leggi su sgravi fiscali ecc.). Si propone la creazione di una rete composita di professionisti, presumibilmente a tariffe politiche.
cosa può fare l'associazione?

2 AUTOIMPRENDITORIA come.....: 5 declinazioni

- 2.1 *formazione su come creare impresa / assistenza legale, burocratica per meglio valutare la apertura di una attività in proprio*. Si propone la creazione di una rete composita di professionisti, presumibilmente a tariffe politiche.
cosa può fare l'associazione?
- 2.2 *assistenza in progetti per nuove imprese cooperative*, comprensiva dei dovuti supporti formativi / consulenziali per arrivare allo start up. Occasione per creare lavoro per associati
cosa può fare l'associazione?
- 2.3 *favorire la nascita di attività autonome* come libero professionista, piccole imprese artigiane, attività commerciali ecc. mediante percorsi formativi specifici.
cosa può fare l'associazione?
- 2.4 *creazione di un laboratorio professionale*, che facendo leva sulle competenze dei soci, sia in grado di generare reddito da "consulenze o lavoro a chiamata"
cosa può fare l'associazione?
- 2.5 *finanziare l'impresa*, creare conoscenza su bandi, leggi, opportunità volte a finanziare l'apertura di attività autonome
cosa può fare l'associazione?

3 SOCIETA' DI OUTPLACEMENT, SELEZIONE, INTERINALI come.....: 5 declinazioni

- 3.1 *società di outplacement*, creare accordi, progetti, convenzioni volti a favorire soluzioni di outplacement e consulenza per impostare la propria carriera
cosa può fare l'associazione?
- 3.2 *Società di selezione*, con cui coordinarsi per individuare possibili percorsi di riqualificazione/ricolloccamento

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

- cosa può fare l'associazione?
- 3.3 *Agenzie interinali*, possibilmente disposte a non discriminare per età, per creare accordi / convenzioni, individuare possibili percorsi di ricollocamento.
- cosa può fare l'associazione?
- 3.4 *sperimentare con agenzie forme nuove di collaborazione*, come proporre elenchi con profili dei soci, studiare canali preferenziali, organizzare una news lettere delle richieste che via via si manifestano.....
- cosa può fare l'associazione?
- 3.5 *istituire agenzia ad hoc per il ricollocamento Over40*.
- cosa può fare l'associazione?
- 4 **SPORTELLO PER ASSISTENZA E ORIENTAMENTO NELLA RICERCA** come..: 2 declinazioni
- 4.1 *orientamento / assistenza / accompagnamento nella ricerca del lavoro*, valutare l'inserimento in possibili nuovi settori, valutare ipotesi di riqualificazione o riconversione professionale, costruire percorsi individuali di reinserimento.
- cosa può fare l'associazione?
- 4.2 *sportello diffusione territoriale*, nei principali Comuni, nei centri per l'impiego, sportello on line per assistenza tipo "correzione curriculum"
- cosa può fare l'associazione?
- 5 **MATCHING LAVORATORI / AZIENDE** come..: 5 declinazioni
- 5.1 *promozione incontri diretti fra soci che cercano lavoro e aziende che intendono assumere*, sfruttando microeventi già predisposti per il matching come fiere, career day, workshop dimostrativi ecc.
- cosa può fare l'associazione?
- 5.2 *creare visibilità e contatti verso mercati esteri*, inserendosi in network internazionali, acquisendo maggiore conoscenza sulle dinamiche dei mercati esteri, collegandosi con istituzioni parallele che operano in altri Stati
- cosa può fare l'associazione?
- 5.3 *informare le aziende circa lavoratori maturi pronti all'inserimento*, mediante iniziative volte a promuovere candidature (competenze, profili), creazione di canali diretti con enti pubblici, promozione delle candidature nei siti più attendibili
- cosa può fare l'associazione?
- 5.3 *informare i soci circa le offerte di lavoro provenienti dalle aziende*, mediante servizi come news letter, bacheche permanenti sulle ricerche aperte, favorendo la massima circolazione dell'informazione
- cosa può fare l'associazione?
- 5.4 *sviluppare conoscenza sui mercati del lavoro*, individuando i settori merceologici meno congestionati, verificando con le associazioni datoriali il reale fabbisogno di professionalità specifiche, aggiornando le proprie conoscenze mediante ricerche di mercato settoriali e stampa specialistica, in modo da poter monitorare il mercato e tenere aggiornati i soci
- cosa può fare l'associazione?
- 5.5 *contribuire alla creazione di politiche del lavoro legate al territorio*, collegandosi con istituzioni formative come università, istituzioni del mondo del lavoro come imprese, associazione datoriali, enti pubblici ecc. per mettere in campo progetti di reinserimento su base locale.
- cosa può fare l'associazione?
- 6 **INIZIATIVE SPECIFICHE PER IL RICOLLOCAMENTO**..: 6 declinazioni
- 6.1 *promuovere di stage e tirocini presso le aziende*, in modo da mettere alla prova il lavoratore e rendere visibili le competenze, il tutto con finalità di inserimento
- cosa può fare l'associazione?
- 6.2 *Sensibilizzare gli enti pubblici per dare vita a progetti finanziati* finalizzati alla riqualificazione e al ricollocamento
- cosa può fare l'associazione?
- 6.3 *promuovere iniziative sperimentali col settore del non profit*, dal momento che anche in questo possono risiedere buone potenzialità allo stato attuale non ancora esplorate
- cosa può fare l'associazione?

- 6.4 *sperimentare nuove forme di apprendistato per maturi, avendo come prospettiva l'eventuale assunzione.*
cosa può fare l'associazione?
- 6.5 *creare progetti ad hoc con corsie preferenziali per l'inserimento di donne note ai Servizi Sociali, donne sole con figli, disoccupati senza sussidi, lavoratori maturi disoccupati di lungo periodo senza sostegno al reddito*
cosa può fare l'associazione?
- 6.6 *promuovere l'utilizzo dei lavoratori maturi anche part time, in servizi pubblici di rilevanza sociale come ad es. la sorveglianza per gli scolari all'uscita dalle scuole*
cosa può fare l'associazione?
- 7 **CENTRI PER L'IMPIEGO...: 2 declinazioni**
- 7.1 *far sì che i CPI assolvono meglio alla funzione di incontro domanda offerta, specializzando al proprio interno anche una funzionalità dedicata per i lavoratori maturi, (diversamente da oggi che sembrano più predisposti a gestire il collocamento dei giovani)*
cosa può fare l'associazione?
- 7.2 *collaborare con i CPI, per promuovere la condizione dei lavoratori maturi e valorizzare la loro professionalità*
cosa può fare l'associazione?
- 8 **BOOK DELLE COMPETENZE...: 3 declinazioni**
- 8.1 *creare un book delle competenze per ciascun socio in modo da uniformare i curriculum e potenziare i contenuti*
cosa può fare l'associazione?
- 8.2 *creare un albo delle qualifiche e delle competenze (un data base) contenete il book dei singoli associati, in modo da rendere estraibili prontamente le posizioni di ciascuno in base ad eventuali richieste*
cosa può fare l'associazione?
- 8.3 *diffondere, rendere accessibile ad enti, aziende, associazioni datoriali ecc. il data base contenente i cv e i book dei soci*
cosa può fare l'associazione?
- 9 **MASS MEDIA – VISIBILITA'...: 2 declinazioni**
- 9.1 *intensificare le presenze nei media allo scopo di crear maggior visibilità e consapevolezza sia verso la popolazione, che enti istituzionali e politica*
cosa può fare l'associazione?
- 9.2 *Intensificare le iniziative volte a creare informazione e consapevolezza utilizzando anche mezzi più tradizionali come campagne di stampa, pubblicità, volantinaggi, eventi specifici*
cosa può fare l'associazione?
- 10 **POLITICA E ISTITUZIONI: 4 declinazioni**
- 10.1 *tenere alto il livello di pressione sulla classe politica, proponendo idee di largo respiro, facendo incontri a livello di Ministero del lavoro per politiche industriali, fare lobbying, interessare il Ministero per le pari opportunità.....*
cosa può fare l'associazione?
- 10.2 *cooperare con le istituzioni regionali, provinciali e comunali per la creazione di progetti territoriali che possano portare realmente ad uno sbocco lavorativo*
cosa può fare l'associazione?
- 10.3 *proporre idee che richiedano un approdo legislativo come per es. premiare le aziende che si mostrano sensibili verso lavoratori maturi, abolire il sistema delle partita IVA, abolire il sistema a "provvigione" per i commerciali, applicare il principio "lavorare meno lavorare tutti", far valere nuovi diritti come rimedio alla perdita del lavoro, far diventare equivalenti la discriminazione verso le quote rosa e verso i lavoratori maturi, agevolare l'arrivo al pensionamento anche con contribuzioni volontarie, rivalutare i contributi pensionistici, favorire sgravi fiscali per le aziende che assumono lavoratori maturi, promuovere il lavoro come diritto, abolire o abbassare lo scudo fiscale, ridurre il costo del lavoratore maturo, fare più controlli per far emergere il lavoro nero che danneggia tutti e alimenta la crisi, proporre che il termine disoccupazione non distingua in base all'età, proporre lavori*

Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

socialmente utili, eliminare il vincolo di età per assunzioni nel pubblico, portare alla ribalta il problema dei lavoratori atipici (partite iva più o meno finte) che, considerati immuni dalla crisi in quanto non dipendenti, sono esclusi da qualsiasi provvedimento di welfare o più genericamente di sostegno, creare canali preferenziali per l'assunzione degli Over 40

cosa può fare l'associazione?

- 10.4 *adoperarsi per rafforzare il welfare, creando sostegni economici per i disoccupati senza reddito, istituendo l'assegno sociale, istituendo un salario di cittadinanza in cambio di volontariato, ponendo più attenzione sulle fasce veramente a rischio*

cosa può fare l'associazione?

11 **SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA:** 1 declinazione

- 11.1 *sensibilizzare sindacati, associazioni datoriali, camere di commercio, verso l'emergenza Over 40 e promuovere tavoli di lavoro con costoro finalizzati alla definizione di accordi per il reinserimento*

cosa può fare l'associazione?

12 **AZIENDE:** 3 declinazioni

- 12.1 *intermediare con aziende disposte ad investire sulle persone indipendentemente dall'età.*

cosa può fare l'associazione?

- 12.2 *curare i contatti con le realtà locali - associazioni laiche e confessionali - che si interessano del mondo del lavoro e del sociale*

cosa può fare l'associazione?

- 12.3 *creare un avvicinamento con il mondo imprenditoriale del commercio e dell'artigianato per esplorare possibili spazi di attività ancora percorribili*

cosa può fare l'associazione?

13 **ASSOCIAZIONE** potrebbe: 4 declinazioni

- 13.1 *facilitare la comunicazione e lo scambio di idee fra soci mediante comunicazioni periodiche, frequenti incontri fisici, contatti fra gli iscritti di diverse Regioni, inserimento nel sito di una partizione di informazione giornalistica, coinvolgimento dei soci nelle iniziative interne, insediamenti anche nei centri minori*

cosa può fare l'associazione?

- 13.2 *fare più rete esterna, attingere da linkedin, collegarsi con associazioni di altri paesi europei, con aziende sensibili, facilitare l'interconnessione fra persone con competenze simili*

cosa può fare l'associazione?

- 13.3 *proporsi come punto di contatto/mediatore/punto di riferimento professionalmente attrezzato tra aziende ed over 40, tra enti preposti al ricollocamento ed over 40, come l'amico che presenta la persona all'azienda in cerca di personale,*

cosa può fare l'associazione?

- 13.4 *aprire un ufficio con funzioni di agenzia di collocamento dedicata agli over 40*

cosa può fare l'associazione?

14 **PROPOSTE PER IL REINSERIMENTO:** 4 declinazione

- 14.1 *Vantaggi fiscali per chi assume, in modo da rendere competitivi sul piano dei costi gli over 40. Azzeramento contributi INPS, inserimento contributi figurativi, vantaggi economici per le imprese*

cosa può fare l'associazione?

- 14.2 *Reperire fondi per incentivare il ricollocamento nel privato.*

cosa può fare l'associazione?

- 14.3 *Proporre inquadramento da temporary, con compenso variabile e in base ai risultati.*

cosa può fare l'associazione?

- 14.4 *Proporre la presenza di "quote minime" di over 40 nei concorsi pubblici.*

cosa può fare l'associazione?

15 **FORMAZIONE:** 6 declinazione

- 15.1 *Corsi di formazione qualificanti per la conservazione del posto di lavoro, ovvero per il reinserimento anche a tempo parziale*

cosa può fare l'associazione?



Il presente progetto è stato finanziato con il contributo della Regione Lombardia

- 15.2 *Corsi di aggiornamento / riqualificazione, predisposti in collaborazione con istituzioni pubbliche e organizzazioni di categoria*
cosa può fare l'associazione?
- 15.3 *Corsi professionali per lo svolgimento di attività artigianali, mirati alla competenze più richieste dal mercato*
cosa può fare l'associazione?
- 15.4 *Farsi agente diffusione verso i soci e garante nello stesso tempo, di iniziative formative utili, valide sia in quanto a contenuti, che a serietà dell'ente, che ad adeguatezza rispetto le richieste del mercato*
cosa può fare l'associazione?
- 15.5 *Dare la possibilità di apprendere nuovi mestieri, mediante corsi specializzanti e relativi stage che indirizzino verso attività richieste dal mercato o che interpretino nuove opportunità lavorative e professionali*
cosa può fare l'associazione?
- 15.6 *Corsi sulla ricerca attiva del lavoro, insegnando come crearsi una rete di contatti utili, come usare a fini professionali i social network, come impostare la ricerca attiva del lavoro*
cosa può fare l'associazione?