

IL PROGETTO IPSE VITERBO

Studio in collaborazione con

Maria Pia Camusi

sociologa, esperta in strategic planning e project management

1. DA DOVE NASCE IL PROGETTO: LA FUNZIONE E IL LUOGO

1.1 La funzione

L'orientamento, sebbene connaturato da sempre alle relazioni interpersonali – tra anziani e giovani, datori di lavoro e apprendisti, movimenti o associazioni politiche e membership,.....- è sempre stato marginale nelle dinamiche produttive e nell'offerta politica. Per molto tempo qualcuno ha persino pensato che l'orientamento fosse surrogatorio della mancanza di qualcos'altro, il lavoro, innanzi tutto, e che ci si applicasse in questa funzione per ingannare i vuoti prodotti da alcune condizioni sfavorevoli. La funzione di orientamento si è pertanto sempre intrecciata con la psicologia e la sociologia, sfumando in attività formativa (l'orientato è soggetto attivo nel chiarire a se stesso quali sono i suoi interessi e le sue propensioni) o di recupero dell'individuo ai rapporti con il suo sistema relazionale di appartenenza (la scuola, la famiglia, il mercato del lavoro).

Tutto questo ha funzionato finché è prevalso un paradigma lineare di vita personale e collettiva: “la famiglia, la scuola, la famiglia, il lavoro”, in cui ciascun contesto è successivo all'altro e presenta soglie di accesso determinate e conosciute, in altre parole dominabili.

Ma nella società contemporanea in cui il percorso indicato è stato scardinato alla base e si fonda su una sequenza variabile e in alternanza che spesso porta a passi indietro e non solo in avanti rispetto al traguardo precedentemente raggiunto (questo vale sia per i rapporti di copia, sia per il passaggio in posti di lavoro, sia per la relazione che si sviluppa con le proprie radici territoriali) l'orientamento, da funzione – guida dell'individuo in un percorso determinato, in ogni caso “esterno”, deve, può, diventare piuttosto un vettore di ricerca

personale per attrezzare l'individuo a muoversi fra i passaggi che dovrà affrontare per entrare e rimanere nella vita attiva.

Ecco perché sarebbe meglio chiamare l'orientamento con il termine "indirizzo strategico", intendendo con questo i passaggi di recupero e di elaborazione necessari per definire un percorso evolutivo, certamente di crescita.

1.2 Il luogo

Questa accezione dell'orientamento per il sistema viterbese può costituire un importante stimolo al cambiamento, che nel sistema locale è sempre stato carente e su cui è necessario soffermarci.

Il sistema produttivo viterbese non si presenta particolarmente sensibile ai mutamenti che stanno investendo a velocità sempre più forte il resto dei mercati, anche laziali. L'economia viterbese è sostanzialmente statica e la società ne rappresenta l'altra faccia. Anche le spinte all'innovazione che pure si colgono sul piano locale (nel commercio e nelle produzioni artigianali, come nel turismo e nella cultura) sono prive di una regia illuminata senza la quale le spinte rischiano di rimanere situazioni isolate, e non premesse di un rilancio sistemico.

Della crisi economica, che ha colpito anche il terziario pubblico, da sempre ha assunto un ruolo di cuscinetto occupazionale, Viterbo non ha subito i contraccolpi peggiori grazie alla presenza dei risparmi e dell'accumulazione di patrimoni, testimonianza di due fenomeni: la scarsa apertura dell'economia e della società al mercato, ma anche una distribuzione di risorse molto sperequata, perché la ricchezza viterbese si concentra nelle mani di pochi soggetti, che, peraltro, non sono di per sé innovatori, ma risentono della mentalità dell'accumulazione fine a se stessa, tipica della società del latifondo, da cui provengono.

Questo tratto antropologico fa di Viterbo una città che ancora ragiona di prospettive di crescita a misura della città, senza alcuna attenzione a processi integrati e, soprattutto, orientati alla competitività territoriale.

2. COSA FARE PER METTERSI AL LAVORO

Eppure i segnali di rottura con equilibri immutati da tempo si colgono e suggeriscono che questo è il momento di sostenere la partecipazione delle persone e delle organizzazioni ai processi di cambiamento che alcuni indicatori segnalerebbero già attivi. Realizzare interventi per l'identificazione e il benessere di alcuni target di popolazione e di soggetti economici può creare un tessuto sociale più consapevole ed in grado di mettere a sistema le spinte innovative.

Qui basti pensare, a titolo di esempio e non a titolo di elenco esaustivo delle iniziative già avviate o in procinto di partire, a:

- l'insediamento di alcuni punti vendita al dettaglio e di ristorazione di nicchia, che offrono non solo beni di qualità elevata, ma anche una proposta culturale e un approccio innovativi sul *leisure* e il turismo;
- i legami sempre più evidenti fra l'ampliamento degli spazi fisici e reputazionali dell'Università locale e l'impulso per nuovi investimenti immobiliari finalizzati a corrispondere la domanda di residenzialità aggiuntiva degli studenti fuori sede;
- la terziarizzazione del settore agricolo, che più di altri ha risentito di un periodo di stagnazione economica e degli effetti di perniciose epidemie, verso la diversificazione dell'offerta, ad esempio di tipo enogastronomico;
- gli interventi di recupero urbano, che vanno dal rispetto delle esigenze sanitarie e abitative di una popolazione sempre più anziana, alla ristrutturazione di uno dei centri storici medioevali più belli d'Italia;
- l'affacciarsi in città di un flusso di turismo culturale di provenienza straniera più denso che in passato, anche se certamente ancora non collegato ad una precisa offerta locale, come meriterebbero l'architettura e la storia del luogo;
- lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, che si afferma in contesti di mercato differenti, dall'abbigliamento alla grafica ad alta tecnologia, al commercio, e che si caratterizza per un forte orientamento al rischio e una forte domanda di autonomia.

In questo contesto complesso, anche perché privo di strategie esplicite, un centro di orientamento come quello proposto da IPSE, ha l'opportunità di costituirsi come sede di coordinamento e indirizzo consapevole, benché esterno, fra gli elementi di innovazione e le invarianti radicate, mettendo in grado le persone e i soggetti complessi di produrre un valore aggiunto costante per se stessi e per il loro territorio.

3. I PUNTI-CHIAVE DELL'OFFERTA IPSE

3.1 Orientamento dei ragazzi

Viviamo in un'epoca di massima accessibilità alle informazioni, eppure i ragazzi, al momento di scegliere il loro corso di studi, sono disorientati. Gli istituti superiori e le università producono materiali, organizzano open day, divulgano notizie sulla loro offerta formativa. Media, agenzie, centri di studio, pubblicano dati e statistiche che aiutano a valutare. Eppure... Orientare, per noi significa aumentare nelle persone la capacità di conoscersi, di apprezzare i propri talenti, di proiettarsi nel futuro e di sentire anticipatamente il piacere che può venire dal raggiungimento di un obiettivo. Orientare, per noi, significa allenare le persone ad effettuare scelte in modo intimamente motivato. Il test psico-attitudinale non è un vaticinio, non è un biglietto della fortuna, ma uno degli strumenti che possono consentire, all'interno di una relazione, di guidare la persona a riconoscersi. Per questo noi mettiamo a disposizione un'equipe, fatta di psicologi, coach, formatori. Ed una convinzione comune: orientare non significa dire in quale direzione andare, ma aiutare la persona a riconoscere dove vuole arrivare. E se vogliamo che i ragazzi riconoscano la propria strada, devono sapere prima conoscere se stessi.

4 di 12

3.2 Orientamento della persona

Le nostre attività di aiuto mirano all'autonomia. Operiamo nel rispetto del sistema valoriale del nostro interlocutore e lo guidiamo alla massima ecologia dei suoi obiettivi, così che ogni parte di sé possa esserne soddisfatta. La conoscenza di sé, dei condizionamenti genitoriali e

ambientali, dei propri automatismi, dei presupposti inconsapevoli, è parte integrante del percorso al benessere, al riconoscimento di nuove opportunità.

3.3 Formazione

Crediamo che ogni intervento cognitivo tocchi l'equilibrio emotivo della persona. Non c'è un fare che sia scisso dal modo in cui ciascuno lo fa. Crediamo che la formazione sia l'offerta di strumenti e metodi che aiutino la persona a riconoscersi, a conoscere nel profondo i propri tratti, i limiti e i talenti. A proiettare la propria identità nel futuro e affrontare con efficacia le sue scelte. A sentire quell'anticipazione del piacere che motiva al perseguimento di obiettivi e alla ricerca di nuovi confronti con ciò che non conosce. Crediamo in una formazione che guidi poi l'individuo a vagliare con responsabilità le sue scelte, mettendole in rapporto con gli altri e con il contesto. L'attivazione dell'interlocutore intendiamo coltivarla giocando grande varietà di stimoli, esclusivamente dedicati, creati per l'interlocutore. Siamo impegnati nel contribuire alla formazione globale della persona, per accompagnarla all'autenticità con sé e nelle relazioni.

3.4 Professionisti IPSE

La nostra è una squadra composta da professionalità diverse: medici, psicologi, psicoterapeuti, psicomotricisti, counselor, coach, formatori, sociologi. Proveniamo da scuole diverse, siamo stati addestrati con metodi e approcci diversi. Tutti condividiamo la validità della quotidiana integrazione delle nostre storie, degli stili e degli strumenti. E dell'impegno a riesaminarli costantemente, per far evolvere, con disciplina, il nostro modo di essere professionisti dell'aiuto e della promozione della persona e delle organizzazioni.

4. PER CHI COSA

Ad una realtà socio economica come quella viterbese, che potrebbe essere definita autopoietica, ossia costantemente tesa alla riproduzione di se stessa, senza soluzioni di

discontinuità apprezzabili e, pur tuttavia, ricca di schegge di cambiamento che nessuno raccoglie e sintetizza, serve disporre di un *centro di indirizzo al futuro* privato che si proponga come suggeritore di cambiamento per target diversi, accumulati dalla consapevolezza di quanto sia importante collocarsi sempre in una dimensione di ricerca dei propri obiettivi, individuali e organizzativi.

Si tratterebbe di erogare servizi di orientamento che possano raggiungere diverse dimensioni.

4.1 La persona

In questo caso, obiettivo generale dell'intervento è quello di formare e orientare le persone alle dinamiche del cambiamento e alla mobilità come elemento implicito nelle dinamiche sociali, economiche e personali.

In particolare, si vuole raggiungere i seguenti obiettivi:

- Consapevolezza di sé
- Benessere nelle relazioni
- Efficacia nelle scelte
- Realizzazione di sé

Sul piano metodologico, si utilizzano i seguenti strumenti di lavoro:

- Consulenze occasionali
- Percorsi di psicoterapia
- Programmi di coaching
- Allenamenti psicomotori
- Laboratori
- Formazione in gruppo
- Attività di orientamento allo studio o al lavoro
- Laboratori di gruppo
- Test psicologici



Target:

A. Adolescenti

- a. Attività di orientamento allo studio
 - i. Colloqui psicologici e coaching
 - ii. Test psicoattitudinali
 - iii. Sostegno a bisogni educativi speciali
- b. Attività di orientamento al lavoro
 - i. Colloqui psicologici e coaching
 - ii. Test psicoattitudinali
 - iii. Sostegno a bisogni speciali
- c. Coaching
- d. Laboratori psicomotori
- e. Laboratori di creatività
- f. Laboratori di espressione
- g. Laboratori capacità relazionali
- h. Laboratori di conoscenza del territorio
- i. Sostegno Psicologico
- j. Psicoterapia

B. Adulti

- a. Consulenze e confronti
- b. Colloqui psicologici e coaching
- c. Potenziamento dell'intelligenza emotiva
- d. Laboratori sull'identità femminile
- e. Sostegno alla genitorialità
- f. Attività di ri-orientamento nella disoccupazione

C. Coppie

- a. Colloqui psicologici e coaching
- b. Tecniche di ascolto e di comunicazione
- c. Formazione alla gestione dei conflitti
- d. Sostegno a bisogni speciali

D. Anziani

- a. Colloqui psicologici e coaching
- b. Sostegno a bisogni speciali
- c. Laboratori sulle capacità cognitive
- d. Laboratori di autobiografia
- e. Supervisione qualità del rapporto con personale d'aiuto

4.2 La scuola

Il Centro intende anche sostenere la principale agenzia di socializzazione primaria locale, la scuola secondaria superiore, sottoposta ad un processo di revisione profondo nelle finalità e nei sistemi educativi, ad affrontare una fase di nuova identificazione pubblica, necessaria alla comprensione dei fabbisogni sociali ed economici prioritari.

In particolare, si vuole raggiungere i seguenti obiettivi:

- Benessere e motivazione dei docenti
- Motivazione e realizzazione degli studenti

- Organizzazione strategica
- Comunicazione attrattiva con l'esterno

Sul piano metodologico, si utilizzano i seguenti strumenti di lavoro:

- Consulenza psicologica
- Corsi di formazione
- Interventi formativi di stimolo e attivazione
- Consulenza organizzativa strategica
- Coaching
- Progetti di comunicazione
- Attività di orientamento

Target

A. Dirigenti

- a. Coaching individuale
- b. Sostegno al networking
- c. Supporto alla progettazione delle attività organizzative
- d. Supporto alla progettazione delle attività di comunicazione
- e. Consulenza strategica

B. Docenti

- a. Corsi sulla formazione globale della persona
- b. Corsi sull'allenamento negli studenti delle abilità trasversali
- c. Corsi di prevenzione dello stress e del burn out
- d. Formazione docenti-tutor alternanza scuola/lavoro
- e. Affiancamento strategico
- f. Attività di orientamento di gruppo
- g. Supporto progettazione attività didattiche e formative
- h. Supporto nella gestione dei rapporti con le famiglie degli studenti

E. Studenti

- a. Interventi formativi di stimolo e attivazione
- b. Interventi formativi per la prevenzione di comportamenti a rischio
- c. Focus group periodici sui bisogni
- d. Attività collaterali di formazione
- e. Organizzazione di laboratori interni per l'alternanza scuola/lavoro
- f. Attività di orientamento allo studio
- g. Colloqui psicologici e coaching
- h. Test psicoattitudinali
- i. Sostegno a bisogni educativi speciali
- j. Attività di orientamento al lavoro
- k. Colloqui psicologici e coaching
- l. Test psicoattitudinali
- m. Sostegno a bisogni speciali

F. Famiglie

- a. Interventi formativi di stimolo e attivazione
- b. Focus group periodici sui bisogni
- c. Sostegno nei bisogni speciali

4.3 Le aziende e i professionisti

Il futuro delle imprese viterbesi non potrà più essere legato soltanto all'incentivazione pubblica e all'insediamento in mercati conosciuti, benché non stabili: anche queste organizzazioni, come d'altra parte in tutto il nostro paese, sono e saranno sempre più esposte a molteplici variabili esterne, sia politiche sia economico finanziarie, che non possono essere per definizione oggetto di controllo. L'incertezza e la variabilità rimangono, in sostanza, alla base delle dinamiche di cambiamento, a fronte delle quali l'imprenditore si deve dotare non solo di strumenti di comprensione delle possibili linee di sviluppo, ma anche di crescita delle proprie qualità di ruolo e di funzione sociale.

Per questo, il Centro, si vuole offrire servizi che aiutino gli imprenditori già attivi e in start up a raggiungere i seguenti obiettivi:

- Identità definita, originale e attrattiva
- Clima di lavoro stimolante
- Team motivato
- Capacità di analisi dei contesti
- Concept di prodotti attrattivi
- Strategie di comunicazione efficaci
- Forza lavoro vendita performante
- Sviluppo del networking

Sul piano metodologico, si utilizzano i seguenti strumenti di lavoro:

- Analisi dei bisogni
- Consulenze strategiche
- Corsi di formazione
- Coaching
- Progettazione

Target

A. Start up

a. Orientamento

- i. verifica della business idea e della sua ecologia (rispondenza della stessa a caratteristiche, competenze, abilità dei proponenti, che verranno evidenziate e valutate)
- ii. esame della funzionalità della b-idea al mercato

- iii. coordinamento dell'analisi del territorio
- iv. supporto alla definizione dell'identità dell'impresa e all'identificazione dei target
- v. verifica dei concept di prodotto e delle linee guida della loro comunicazione
- vi. piani di networking
- vii. sostegno nella stesura del business plan
- viii. eventuale supporto legale, fiscale, giuslavoristico, di analisi aziendale
- b. Follow up
 - i. analisi e bilancio esperienza
 - ii. identificazione delle aree critiche e dei punti di forza
 - iii. rilevamento indicatori sociologici mercati
 - iv. simulazioni strategiche
 - v. definizione di piani di assestamento
- c. Upgrade
 - i. analisi e bilancio esperienza
 - ii. confronti con esperienze altre
 - iii. analisi macrotrasformazioni sociologiche
 - iv. uscita dalle cornici percettive ed esercitazione della creatività
 - v. verifica della vision e della mission
 - vi. definizione nuovi obiettivi
- B. Imprese già attive**
 - i. analisi del clima aziendale
 - ii. analisi e bilancio esperienza
 - iii. identificazione delle aree critiche e dei punti di forza
 - iv. rilevamento indicatori sociologici mercati
 - v. simulazioni strategiche
 - vi. definizione di piani di assestamento
 - vii. collaborazione a nuovi concept di prodotto
 - viii. progetti di comunicazione
- C. Società sportive**
 - i. Formazione degli istruttori su tecniche di motivazione
 - ii. Formazione degli istruttori su tecniche di relazione
 - iii. Formazione degli istruttori su formazione globale della persona
 - iv. Interventi formativi per le famiglie dei giovani atleti
 - v. Coaching per giovani sportivi e giovani atleti
 - vi. Consulenza strategica su business idea
 - vii. Consulenza comunicazione strategica
 - viii. Progettazione merchandising
- D. Imprenditori, manager e professionisti**
 - i. Coaching
 - ii. Formazione alla leadership
 - iii. Formazione alla motivazione del team
 - iv. Formazione all'empatia
 - v. Formazione alla resilienza
 - vi. Supporto all'analisi delle trasformazioni sociologiche
 - vii. Supporto nella comunicazione strategica
 - viii. Laboratorio valoriale
 - ix. Laboratori di problemsolving
- E. Gruppi di lavoro aziendali**
 - i. Formazione comunicazione
 - ii. Formazione alla flessibilità
 - iii. Formazione alla mediazione

- iv. Formazione su identità personale e vita lavorativa
- v. Supporto alla strategia di gestione e di sviluppo
- vi. Formazione di difesa dalla routine
- vii. Supporto all'auto-formazione

F. Figli di imprenditori

- i. Coaching
- ii. Formazione alla consapevolezza di sé
- iii. Formazione alla gestione del conflitto generazionale
- iv. Formazione allo stile di leadership
- v. Formazione alla lettura dei bisogni

4.4 FORMATORI, PROFESSIONISTI DELL'AIUTO E VOLONTARI

Agli operatori chiamati in prima linea nel sostegno di una società che deve mettersi alla ricerca di un nuovo percorso di evoluzione se non vuole implodere, il Centro propone di acquisire i seguenti obiettivi:

- Consapevolezza profonda di sé
- Capacità di uscire dalle cornici
- Intelligenza emotiva
- Empatia
- Definizione ecologica del ruolo
- Perfezionamento degli strumenti e dei metodi
- Metodi di raccolta feedback
- Comunicazione strategica

11 di 12

Sul piano metodologico, si utilizzano i seguenti strumenti di lavoro:

- Corsi di formazione
- Programmi di sostegno personalizzati
- Confronti a distanza
- Progettazione comunicazione

Target

A. Insegnanti

- a. Coaching per la ridefinizione dell'identità
- b. Corsi sulla formazione globale della persona
- c. Corsi sull'allenamento negli studenti delle abilità trasversali
- d. Corsi di prevenzione dello stress e del burn out
- e. Formazione docenti-tutor alternanza scuola/lavoro
- f. Supporto al networking
- g. Supporto progettazione attività didattiche e formative
- h. Supporto nei rapporti con le famiglie degli studenti



B. Medici

- a. Coaching di prevenzione dello stress e del burn out
- b. Coaching per il benessere e la realizzazione di sé
- c. Formazione al benessere nelle relazioni
- d. Formazione alla leadership
- e. Formazione per lo sviluppo dell'intelligenza emotiva
- f. Formazione all'empatia

C. Infermieri

- a. Coaching di prevenzione dello stress e del burn out
- b. Coaching per il benessere e la realizzazione di sé
- c. Formazione al benessere nelle relazioni
- d. Formazione all'empatia

D. Istruttori sportivi

- a. Formazione su tecniche di motivazione
- b. Formazione su tecniche di relazione
- c. Formazione su formazione globale della persona
- d. Formazione su bisogni educativi speciali

E. Professionisti in campo psicologico

- a. Laboratorio autobiografico
- b. Laboratorio di psicomotricità
- c. Laboratori d'espressione artistica
- d. Laboratorio linguistico
- e. Laboratorio valoriale (etica)
- f. Laboratori di verifica dello stile personale
- g. Laboratori di empatia
- h. Comunicazione strategica e format di promozione

F. Formatori e Volontari

- a. Formazione alla formazione globale della persona
- b. Laboratorio autobiografico
- c. Laboratorio di psicomotricità
- d. Laboratori d'espressione artistica
- e. Laboratorio linguistico
- f. Laboratorio valoriale (etica)
- g. Laboratori di verifica dello stile personale
- h. Laboratori di empatia
- i. Comunicazione strategica e format di promozione