QUI GALLES, MICROIMPRESE IN META

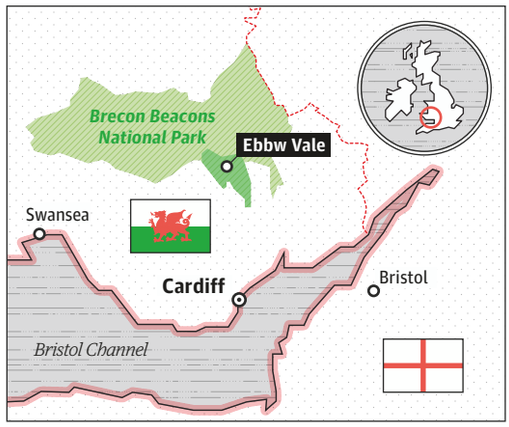
Diario di viaggio di una ricercatrice sociale in una delle zone più depresse del Regno Unito. Dove il progetto BG Effect ha permesso a molte persone espulse dal sistema di realizzare il proprio sogno

UN MODELLO DA CONOSCERE
Il Blaenau Gwent è una piccola regione del Galles. Un paesaggio dominato dalla presenza di migliaia di pecore.

—di ***Remigia Spagnolo***

Blaenau Gwent è un distretto del Galles meridionale che comprende una decina di piccole comunità. In questo luogo dimenticato, tra le verdi altezze gallesi mozzafiato, le pecore con la loro andatura ed orecchie basse appaiono tristi e sconsolate e le persone sono messe a dura prova: dal tempo volubile e dalle incombenti nuvole spesso cariche di pioggia, dalla chiusura di aziende e miniere e dall'apparente mancanza di opportunità, dalla disoccupazione dilagante e dalla mentalità anti-imprenditoriale. Un paesaggio e una condizione che a prima vista potrebbero indurre chi vive qui a ripiegarsi nella rassegnazione o nel sogno passivo ad occhi aperti, piuttosto che spingere ad una realizzazione proattiva di idee di valore e alla promozione di un difficile, ma possibile, cambiamento.

Eppure, sorprendentemente, in questa terra a prima vista sconsolata, qualcuno ha coltivato un sogno. Un sogno che si chiama BG Effect, un modello di facilitazione imprenditoriale ideato e promosso dall'ente americano Sirolli Institute. La sigla BG sta per Blaenau Gwent mentre Effect sta per Enterprise facilitation for Effective community transformation. Un progetto d'aiuto concreto centrato sulla persona, a beneficio di persone disoccupate e/o con un sogno professionale da realizzare, desiderose di intraprendere la carriera imprenditoriale o da lavoratore autonomo. È un modo di rispondere dell'intera comunità alle sfide generate dalla crisi, attraverso la facilitazione dell'espressione di energia, proattività e creatività dei suoi abitanti.



BG Effect viene sperimentato nel Blaenau Gwent, Galles meridionale

Ad attendermi, nell'headquarter del progetto ad Ebbw Vale, ci sono oltre ai mentori di questa esperienza, Moe Forouzan e Mark Langshaw, esplosioni di energia creativa e senso della comunità, sprigionati dalle idee e dalle sinergie tra gli enti coinvolti: BG Effect è infatti frutto di una partnership tra pubblico, privato, mondo associazionistico e di volontariato. La struttura è composta da un Management Board che ha l'intera responsabilità nella gestione del progetto, nell'assicurazione dei finanziamenti e nella supervisione dell'andamento, da un Enterprise Facilitator a supporto della persona portatrice di un'idea e di una visione del futuro alla quale offre un servizio illimitato, confidenziale, informale nell'approccio e nel luogo di erogazione, e da un team di volontari denominato Community Panel.

Moe Forouzan è un Enterprise Facilitator gallese di 32 anni, di madre gallese e padre imprenditore persiano, competente e dinamico, empatico, osservatore acuto delle dinamiche economiche e di contesto. Mi racconta di essere stato selezionato da Ernesto Sirolli, economista ed ideatore del modello Enterprise Facilitation oltre che fondatore del Sirolli Institute. Spiega di aver svolto in passato il ruolo di Economic Development Practitioner per enti governativi - nel mondo anglosassone si tratta di una figura economica specializzata nello sviluppo sostenibile di realtà locali - con un approccio al cliente di tipo top-down. Come Enterprise Facilitator, invece, il suo approccio bottom-up parte dal basso. Infatti, insieme incontreremo nei tipici pub, caffè, locali pubblici e privati, centri di volontariato e innovazione sociale, piccoli imprenditori di tutte le età desiderosi di essere informalmente ascoltati, compresi, supportati.

Mark Langshaw oltre ad essere Plant Manager e Managing director della sede della Continental Teves Uk Ltd, azienda produttrice di accessori d'auto, è anche presidente del Management Board BG Effect che riunisce 12 persone, per metà donne, con un'ampia varietà di background e abilità e una forte identità di gruppo. Mi racconta di aver avuto un ruolo importante nell'aver salvato dalla chiusura l'azienda in cui lavora e di essere volontario nel progetto per il suo forte commitment nei progetti di rigenerazione dell'area. Dai modi aperti e garbati e dalle capacità decisionali risolute e improntate all'essenziale, intuisco che questo approccio saldamente manageriale da settore privato nel gestire il progetto, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi e al monitoraggio dei risultati economici, è uno dei motivi del successo di BG Effect, soprattutto nelle mediazioni con i diversi approcci delle strutture statali e di volontariato coinvolte.

Moe e Mark, oltre a darmi un caloroso benvenuto, mi fanno firmare un accordo di riservatezza e mi consegnano una programmazione di massima dei ▸

GETTY IMAGES

meeting con i clienti, con il board e il panel, oltre ai dati di monitoraggio del progetto. Mi spiegano che BG Effect ha già raggiunto eccellenti risultati: 42 nuove aziende start-up, 63 nuovi posti di lavoro dipendente generati, 39 business esistenti supportati, 54 professioni autonome sostenute, 11 businesses aiutati nella propria espansione. Inoltre, ero già a conoscenza che negli ultimi 35 anni, Ernesto Sirolli aveva applicato il modello con successo in oltre 300 Enterprise Facilitation, distribuite in ogni continente, con l'avviamento di 30mila aziende start-up e il supporto a 40mila clienti.

Would be entrepreneur

La prima settimana con Moe si rivela veramente impegnativa. Moe ha già un'agenda con una ventina di incontri programmati, ma il suo telefono continua a ricevere chiamate, messaggi, email, di nuovi "would be entrepreneurs". Lui è il punto di contatto iniziale (che avviene su iniziativa del cliente) per i titolari di business già avviati e per gli aspiranti piccoli imprenditori. La sua agenda è in continua evoluzione, i ritmi di lavoro serrati. Nessuna nuvola o pioggia scrosciante, vento o tempo incerto, scoraggiano lui e i suoi clienti, desiderosi di muoversi, incontrarsi, fare sinergia.

Il nostro primo client meeting è all'interno di un tipico pub Willow Tree a Brynmawr, ore 11.30, già frequentato da persone di ogni età. L'atmosfera è piacevole e il paesaggio dalle finestre è di un verde stimolante, come il colore del logo BG Effect. Al tavolo ci raggiunge puntuale J.H, una ragazza di 30 anni che dice di voler aprire un negozio di moda, la sua passione, per uscire da una situazione di disagio generata da un lavoro mal retribuito come amministrativa in una piccola azienda in difficoltà finanziaria. J.H. aveva già partecipato a dei corsi preparatori all'esercizio commerciale alla camera di commercio. È un po' confusa e scoraggiata da difficoltà finanziare e ostacoli burocratici, ma animata da una sincera determinazione nel descrivere il suo sogno. Moe la ascolta con attenzione, parla solo per farle domande esplorative su idea di business e motivazioni. Dopo, prende un foglio A4, disegna tre faccine, ciascuna con una una funzione: prodotto, marketing, finance, secondo la metodologia del Trinity Management. Descrive a J.H. le peculiarità di ogni funzione, le chiede in quali di queste ritiene di dover ricevere supporto. Lei risponde di aver bisogno nel marketing e nella parte finanziaria. Moe gli spiega che dietro di lui c'è un intero Panel di professionisti volontari che possono supportarla nelle aree di debolezza, con i quali la metterà in contatto. Nella settimana successiva J.H. incontrerà un esperto finanziario e un esperto di immobili (volontari del Panel) per valutare l'agibilità e la convenienza di un locale commerciale da lei proposto, poi rivelatosi non adeguato.

Oggi, J.H. è riuscita a trovare il negozio e le soluzioni ottimali finanziare per coronare il suo sogno. Scopro già qui la forza dei volontari del Community Panel, composto da 82 persone che operano nel business locale, leader civili, economic development practioners, insieme ad altri professionisti

UN MODELLO DA CONOSCERE
Il modello BG Effect è un modello di facilitazione di impresa. Per saperne di più si può andare sul sito **bgeffect.com**

L'AUTRICE DEL REPORTAGE

Sogni professionali oltre i confini

Come sono arrivata a studiare il progetto BG Effect in questo sperduto angolo del Galles? Opero da anni in aziende private nella formazione psicologica sui temi della leadership e autorealizzazione e nella ricerca e selezione del personale. Troppi, tra partecipanti alle aule e candidati alla ricerca di un nuovo lavoro, hanno spiegato di aver rinunciato a seguire inclinazioni e passioni, spesso per ricoprire in un'azienda ruoli non attitudinali. La conseguenza è che questo "tradimento" di se stessi si trasforma in insofferenza o in lamento su aspetti esterni. Mi sorgono più domande: con quali modalità e strumenti psicologici è possibile fare leva sulle capacità di autodeterminazione delle persone per far sì che esprimano i loro naturali talenti? E poi, quando intervenire? Alla seconda risposi che è bene farlo prima che le persone arrivino a scegliere lavori non congeniali e anche dopo, nel momento in cui il lavoro lo perdono e possono riprogettare il loro futuro.

La risposta alla prima domanda la cercai col lavoro, lo studio e la conoscenza di culture. Dal 2007 avevo intrapreso soggiorni studio a San Francisco e Boston, città simbolo dei sogni imprenditoriali e di indipendenza, non a caso sedi di importanti studi psicologici sui temi di mio interesse, e nello Shropshire, UK. In Italia sperimentai azioni concrete: nel 2011 ho avviato ad esempio un progetto di interviste intitolato *Sognatori di Professione*, finalizzato a comprendere meglio, alla luce degli studi internazionali, modalità di funzionamento emotive e di pensiero di imprenditori, artisti, scienziati, sportivi, capaci di realizzare i propri sogni professionali. Seguirono l'insegnamento di quanto appreso ai ragazzi della Dreamers School di Loano Color Your Life, fondata da William Salice, e una formazione pratica nella Biblioteca Geisser di Torino: un progetto di incontri rivolti ad un gruppo di disoccupati o male occupati desiderosi di rimettersi in gioco.

Fu durante una mia ricerca sul web sulla promozione professionale, che ascoltai il discorso di Ernesto Sirolli su www.ted.com dal titolo *Shut Up and Listen*. Appresi che si trattava di un quieto rivoluzionario (termine da lui usato nel libro *Ripples from the Zambesi*) che basava la sua filosofia sociale partendo dall'idea che solo una "responsività" ai bisogni di espressione di creatività e costruttività della gente, potesse costituire la leva per costruire una società migliore. Nella tarda primavera del 2013 la forza della sua idea e la condivisione della stessa visione, mi spinsero risolutamente a contattarlo. Incuriosito e contento, mi propose la visita in Galles per studiare il progetto BG Effect e conoscere i protagonisti dell'ascolto umano...

provenienti dal settore pubblico e privato. Purtroppo, però, nessun psicologo del lavoro!

Con queste modalità altri clienti verranno aiutati. Per citarne alcuni: L.G., una donna sulla cinquantina appena guarita da un cancro, disoccupata. Abilissima nell'organizzare catering e ideare torte e dolci di bellezza e forme straordinarie, ci apre il suo book e la sua voglia di trasformare la sua passione in un lavoro. Racconta: «Ho affrontato difficoltà pratiche, economiche, di salute. Cose reali. La paura di rimanere disoccupata è per me irreale e falsa consigliera. Ora, ciò che è vero è che ho un sogno e talenti e ho deciso di essere qui per farmi aiutare».

J.S., neolaureato in fisica di 24 anni all'Università di Cardiff vuole realizzare un sito web per offrire servizi innovativi agli studenti delle Università; D.S., piccolo imprenditore alimentare di 50 anni, pugliese, da 20 anni in Galles, vuole ampliare il suo business. Il suo sogno è di assumere altre persone oltre alle tre già impiegate e diffondere il gusto e le specialità italiane. D.F., nutrizionista diplomato, in passato bodyguard nella Royal Military Police, vuole far decollare la sua azienda che produce e vende una naturale bevanda nutritiva da lui brevettata.

Intercettare due bisogni

È istruttivo rilevare quanto il successo del modello derivi soprattutto dalle modalità di approccio dell'Enterprise Facilitator, in grado di intercettare due bisogni essenziali dei clienti: il bisogno psicologico di essere accolti e creduti senza che vengano espressi giudizi di valore sull'idea di business e supportati nell'espressione originale dei propri talenti; il bisogno oggettivo di essere aiutati ad inserirsi in un contesto di sinergie professionali locali e informali per colmare gap di competenze e far conoscere i propri prodotti e servizi. Questa tipologia di persone non si sarebbe mai avvicinata né a società di consulenza né a strutture di volontariato e territoriali dall'approccio assistenzialista e paternalistico.

La metodologia BG Effect ovviamente non offre consulenza psicologica, ma un aiuto pratico e concreto con sensibilità psicologica. Gli Enterprise Facilitator non sono psicologi - il più delle volte economisti - ma vengono scelti per le ottime capacità di ascolto, abilità nelle relazioni interpersonali e di lettura delle informali dinamiche del territorio, temi sui quali vengono ulteriormente formati personalmente da Sirolli.

La sua filosofia attinge al pensiero di illustri economisti e scienziati sociali, ma anche a quello di esponenti della psicologia della motivazione e del counseling terapeutico come Abraham Maslow e Carl Rogers, citati nel suo libro *Ripples from the Zambesi*. Un'altra ragione del successo di Sirolli è l'aver applicato nelle sue Enterprise Facilitation quanto Walt Disney disse a proposito del sogno: «Puoi disegnare, creare, costruire il più bel luogo del mondo. Ma occorrono le persone per fare del tuo sogno una realtà». ◆