



Rappresentanza e politica

Quale ruolo nella società?

Cosa è emerso

- Perseguire in maniera proattiva obiettivi di ampio respiro sociale, attuando convergenze con altre organizzazioni di rappresentanza per raggiungere una “massa critica” che ci consenta di catalizzare valori trasversali e condivisi oltre a quelli della categoria.
- Consolidare il contatto con la base associativa evitando di essere autoreferenziali e riprogettare la rappresentanza, per diventare capaci di reagire al cambiamento.
- Iniziare ad ampliare il ruolo giocato efficacemente fino ad oggi (grazie al welfare contrattuale) puntando sulla sussidiarietà in modo da integrare gli interessi della categoria con quelli collettivi.
- Lavorare sulla percezione collettiva dell'immagine del manager e del suo ruolo sociale, diffondendo cultura manageriale all'interno e all'esterno.
- Finora siamo stati capaci di capire i bisogni della categoria, ma nel futuro? Cosa dobbiamo essere nei prossimi 5-6 anni? Se c'è necessità di diventare più grandi dobbiamo capire come farlo. Quali modelli? Quali strumenti? Quale organizzazione? Abbiamo guardato troppo all'interno e poco fuori dalla collettività!
- Occorre capire che tipo di rappresentanza vogliamo dare (chi rappresentiamo?) e come si può colmare il vuoto della politica.
- Dobbiamo diventare catalizzatori non di interessi di parte ma di valori trasversali e condivisi.
- Proviamo a immaginare di non avere il contratto e a disegnare un nuovo modello di rappresentanza.

Quali messaggi

- Creare un nuovo modo di partecipare alla vita dell'Associazione – “non partecipare ma sentirsi parte” – usando strumenti innovativi, coinvolgendo tutti gli associati (sia in attività, sia in pensione, sia in attesa di reimpiego) sulla necessità di interpretare un nuovo ruolo sociale.
- Occorre fare rete con altri interlocutori su comuni interessi, uscendo dai confini della rappresentanza della categoria manageriale per dare voce al ceto medio nel suo insieme.
- Offrire una proposta di valore chiara e forte su merito, giovani, responsabilità sociale, etica, solidarietà, rispetto di persone e ambiente e della cultura del progetto.
- Patrocinare lo sviluppo di una cultura manageriale incentrata sulla responsabilità e allargare la base associativa ampliando la propria visione all'interno del contesto economico e sociale.
- Attrarre le nuove generazioni.
- Informare di più, raccontare ciò che sappiamo fare.
- Difendere l'interesse dei manager, che è l'interesse generale del paese.

Quali azioni

- Per potenziare il consenso sviluppare un nuovo modello organizzativo adeguato ai tempi e alle nuove necessità in grado di comunicare meglio la mission e la vision di Manageritalia: rinnovare le modalità di partecipazione (non solo tramite presenza fisica ma anche sul web 2.0); includere la componente giovanile nelle dinamiche associative anche attraverso l'organizzazione di un master Cfmt post universitario.
- Lavorare sulla cultura manageriale e diffonderla anche alleandosi con chi ha i nostri stessi interessi e aprendo le assemblee ai nostri stakeholder.
- Adeguare le nostre metodologie di ascolto dotandoci di nuovi strumenti e acquisendo una migliore capacità di elaborare le risposte e di restituirle sotto forma di azioni, coinvolgendo la base associativa nella definizione delle strategie future.
- “Aiutateci ad aiutarvi”, ovvero incentivare i manager a portare Manageritalia all'interno delle proprie aziende.
- Revisione della mission e della vision di Manageritalia per costruire nuovo consenso.