

Europa



Guadagna punti per il tuo domani!

Uno sguardo sulla strategia di comunicazione di BMO groep, un'impresa sociale delle Fiandre che, anche grazie al Fse, sostiene l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate

L'impresa sociale è di nuovo di moda. Qualche anno fa l'imprenditoria sociale si identificava con quell'imprenditoria che si prendeva cura di persone a rischio di esclusione dal mercato del lavoro. Oggi, il focus si è spostato sulla responsabilità sociale d'azienda e l'imprenditoria sociale si vede impegnata anche nei confronti del nostro pianeta, dell'ecologia e dell'ambiente.

BMO-Group: formazione e orientamento professionale, servizi di pulizia e di catering con persone svantaggiate

BMO group (www.bmo-groep.eu) rappresenta questa nuova economia sociale. Nella sigla BMO si nascondono le iniziali delle parole fiamminghe *Bewust* (consapevolezza, responsabilità verso il pianeta e la società), *Mensgericht* (orientamento alle persone, rispetto, empowerment) e *Ondernemen* (imprenditorialità). Il gruppo cerca di concretizzare tutto ciò attraverso tre linee di attività: il proprio centro di formazione e di orientamento professionale (denominata Job&Co), un'impresa di pulizie a carattere sociale (Con Brio) e un'impresa di catering per l'inserimento professionale (Duet). Tutte e tre queste iniziative, con uno staff di 282 persone, costituiscono un'unica impresa, che opera appunto con consapevolezza e nel rispetto delle persone che ci lavorano, per fornire servizi professionali e di qualità. Il gruppo è guidato da una mission, rendere attive le persone in maniera sostenibile, offrendo possibilità concrete nel mercato del lavoro grazie a iniziative imprenditoriali socialmente responsabili.

La dirigenza è sostenuta in questa mission da un insieme di obiettivi, valori e ideali, espressi dallo slogan: guadagna punti per il tuo domani (*score for tomorrow*). Il focus è sul futuro, perché il gruppo punta allo sviluppo delle persone. Facendo entrare il futuro nel presente, attraverso piccoli progressi quotidiani, raggiunti insieme dalle persone e dall'organizzazione, il gruppo rende possibile la realizzazione di un futuro migliore.

L'importanza e il ruolo della comunicazione verso l'esterno

La comunicazione e il marketing svolgono un ruolo importante nel trasformare queste ambizioni in realtà. Molti clienti sono coinvolti e partecipano attivamente al processo. Qualsiasi contatto positivo, sia esso pianificato o meno, rientra in questa strategia di comunicazione. Ne fanno parte ad esempio i contatti tra impresa e consumatori (*business to consumer*), come quelli con le persone vulnerabili (disoccupate o ex disoccupate), con i possibili datori di lavoro e con le parti sociali, datoriali e sindacali. Anche i fornitori e i vicini rientrano in questi contatti. Ciascuno di questi soggetti può avere un impatto diretto sugli obiettivi del gruppo, nel coinvolgere le persone più vulnerabili e svantaggiate, attraverso un'opera di sensibilizzazione, di partecipazione e impegno.

I rapporti cosiddetti *business to business* sono contatti di lavoro, che più spesso si svolgono dietro le quinte, e servono a garantire il servizio e la qualità delle prestazioni. Il livello di governo, con la propria

amministrazione, le autorità locali, le organizzazioni no profit del territorio, i partner, il Fse, contribuiscono a creare, insieme al gruppo BMO, le condizioni per il successo di tutti i servizi offerti.

Il Fse come garanzia di innovazione e di apertura

Il Fondo sociale europeo svolge un ruolo cruciale nella gestione della comunicazione. Le regole che impone rispetto alla comunicazione fanno sì che il gruppo BMO includa il livello europeo nella propria comunicazione con i vari interlocutori, sia nel primo tipo di contatti, rivolti all'utenza, sia nel secondo, rivolto agli interlocutori professionali. In senso lato, si può dire che la comunicazione raggiunge questo gruppo di stakeholder e il relativo indotto anche nella loro veste di cittadini. L'obbligo di nominare il Fse in tutte le comunicazioni connota l'intera iniziativa, che assume così un carattere di innovatività (l'Europa rappresenta il futuro) e di apertura e attualità (poiché riconosciuta a livello più alto, non solo nella propria piccola regione). Per il futuro immediato, ci auguriamo che anche l'Europa sia consapevole dell'importanza di continuare a promuovere e sostenere la transnazionalità e la cooperazione tra progetti e l'apprendimento reciproco: solo così anche l'Europa può "guadagnare punti per il domani".

Bert Boom – BMO groep
(trad. a cura della redazione)