



# ASSOCOUNSELING: UN PROGETTO INNOVATIVO

## PER LO SVILUPPO DELLA PROFESSIONE



di Carmen Cini  
carmen.cini@italiaeconomy.it

**INTERVISTA A**  
Tommaso Valleri  
Direttore Generale di AssoCounseling

*AssoCounseling, che oggi riunisce migliaia di professionisti, è una delle principali associazioni professionali di categoria del settore, la prima ad essere stata inserita negli elenchi del Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT). Tommaso Valleri, dopo averla fondata nel 2009, ne è stato Segretario Generale fino al 2022 e oggi riveste il ruolo di Direttore Generale*

### Di cosa si occupa AssoCounseling?

«Da una parte di **attestare le competenze** dei propri associati, come previsto dalla normativa vigente in tema di professioni non organizzate

in Ordini o Collegi, dall'altra di **tutelare i consumatori** e di **garantire la trasparenza** del mercato dei servizi professionali».

### Qual è l'attuale quadro normativo del counseling in Italia?

«Ad oggi il counseling non è una professione regolamentata. Questo significa che **lo Stato non ha definito né criteri formativi né criteri di accesso al mercato del lavoro**. Per sopperire a tale mancanza, associazioni professionali di categoria come AssoCounseling, all'interno di un quadro rifacentesi al cosiddetto "modello accreditatorio" delle professioni, hanno stabilito una sorta di auto-regolamentazione. Nel 2013 il Parlamento italiano ha varato la Legge n° 4 in materia di

professioni non organizzate la quale, sostanzialmente, pur non riconoscendo direttamente alcuna professione, sancisce che d'ora in avanti, nell'ordinamento italiano, possono coesistere due diverse tipologie di professioni: quelle regolamentate (generalmente organizzate in Ordini professionali) e quelle non regolamentate (che possono auto-organizzarsi in associazioni professionali)».

### Perché AssoCounseling è indicata da molti come un'associazione che ha fatto dell'innovazione uno dei suoi punti di forza?

«La sua nascita rappresentò un piccolo terremoto nel panorama associativo di quegli anni. Le associazioni dell'epoca

- complice anche l'assenza di una normativa di riferimento - erano più vicine a un'associazione culturale che non a una associazione professionale.

Ci strutturammo in **due aree ben distinte**: la Presidenza, che rispondeva a logiche di natura istituzionale e la Segreteria Generale, che era maggiormente incentrata sull'attività di politica professionale. Questo consentì di fatto di operare parallelamente su due binari, sfruttando pregi e opportunità di entrambi e colmando, laddove si fosse reso necessario, anche eventuali mancanze o difetti. Di lì a poco in molti ci avrebbero copiato.

Fin da subito inoltre capimmo che era necessario impostare l'associazione con logiche più simili a quelle di un'azienda. Aprimmo quindi a una stagione di grandi investimenti, una novità assoluta per quel contesto in quegli anni».

### Cosa vi fece capire questo?

«Ci ponemmo una semplice domanda: con la tipica impostazione di un'associazione (la sede presso il domicilio del Presidente, il lavoro svolto per lo più in forma di volontariato nei ritagli di tempo, etc.), cosa sarebbe accaduto se un giorno ci fossimo trovati a gestire migliaia di soci? La risposta fu chiara: non saremmo mai arrivati ad avere migliaia di associati se non avessimo prima rivoluzionato tutto l'impianto associativo».

### Cosa faceste in concreto?

«Ci dotammo di attrezzature innovative per un'associazione. Per prima cosa prendemmo a noleggio una potente stampante multifunzione, capace di



scannerizzare centinaia di documenti in automatico e questo ci consentì di avere fin da subito un archivio digitale. Acquistammo poi un software gestionale che ci avrebbe consentito di **ingegnerizzare tutti i processi associativi in maniera integrata**: dalla gestione degli associati alla tenuta della contabilità. Parlare nel 2009 di **Customer Relationship Management** da parte di una neonata associazione non era così scontato. Il gestionale era collegato a un CSM (Content Management System, n.d.r.). Negli anni in cui i CSM non erano ancora così diffusi, noi investimmo molto nella capacità di gestire in automatico in contenuti presenti sul nostro sito web. Questo riuscì a veicolare moltissimi contatti ai quali, grazie al CRM, davamo risposte in tempi ultrarapidi. Proseguimmo poi offrendo agli associati **servizi ad alto valore aggiunto** (fisco, privacy, previdenza, pubblicità, consulenza legale), servizi innovativi

in quegli anni. Si sparse rapidamente la voce e anche questo ci aiutò a farci conoscere. Tutto questo rappresentò di fatto un moltiplicatore e già dopo pochi mesi AssoCounseling poteva contare più iscritti di tante associazioni che esistevano da anni».

### Quali progetti per il futuro?

«La regola è guardare avanti. Nell'epoca dell'intelligenza artificiale il futuro delle professioni è legato più che mai alla capacità delle professioniste e dei professionisti di stare al passo con i tempi e di **rispondere in maniera sempre più puntuale alle richieste che arrivano dalla società**. In questo AssoCounseling dovrà giocare un ruolo determinante».

Per approfondimenti:



AssoCounseling