

**IN REGALO**  
LA GUIDA COMPLETA  
ALLE 76 AZIENDE  
QUOTATE SULLO STAR

**TELECOM ALLA SFIDA FINALE**  
TRONCHETTI HA DUE SETTIMANE  
PER VENDERE O LICENZIARE ROSSI

**IL RITORNO DI GIRAUDO**  
L'EX MANAGER JUVE RIASSUNTO  
DAL FONDO DI ANDREA AGNELLI

ANNO V | NUMERO 12 | 21 MARZO 2007 | SETTIMANALE | 2,50 EURO

# Economy

IL BUSINESS MAGAZINE DI MONDADORI



**INDUSTRIA & FINANZA**

# BORSA UNA BOLLA PIENA DI UTILI

Dopo una crescita media del 70% in tre anni, i listini mondiali hanno fatto temere il crac. Ma il calo si è arrestato perché i prezzi sono giustificati dai profitti. E un'analisi esclusiva su 18 grandi società italiane conferma: è l'economia reale che traina i mercati.

**IN ALLEGATO DOSSIER MARCHE, DOVE LE IMPRESE FANNO CENTRO**

FORMAZIONE | LE NUOVE PROPOSTE FUORI DAGLI SCHEMI PER «ISTRUIRE» I MANAGER

# FACCIAMOLA STRANA

I concerti jazz per il lavoro di gruppo che esalta le individualità; la simulazione di un conflitto armato; la visione sistemica di Leonardo e l'*olistic coaching*: l'importante è che non sia il solito seminario.

di ANTONELLA BERSANI

**U**n tempo camminavano sui carboni ardenti. Adesso i manager si allenano alla guerra, si ispirano a Leonardo e ascoltano concerti jazz. E, se sono troppo stressati, l'impresa mette a disposizione il personal trainer del benessere. Le attività di formazione aziendale si sono evolute e hanno trovato nuove fonti di ispirazione dal marketing impeccabile. «Il settore sta finalmente uscendo da una crisi che ci ha obbligati a rifocalizzare temi e strategie, non ultima quella dell'originalità» spiega Nicola Zanella, laurea in Bocconi, un passato in Procter&Gamble, oggi profeta del metodo leonardesco nell'impresa.

«Se intitolassi i miei seminari: la procedura di qualità in azienda, probabilmente non verrebbe nessuno» sottolinea invece Erika Leonardini, autrice del libro *L'Azienda in Jazz* edito dal

Sole 24 Ore. Come dire che l'approccio creativo è necessario per veicolare meglio i contenuti e distinguersi in un settore dove investe solo il 24% delle aziende con più di 10 dipendenti, contro una media Ue del 47%. Ma non per questo gli spunti sono meno interessanti.

**L'ORCHESTRA IN UFFICIO.** «Il mio sistema si applica al processo di qualità inteso nel senso più ampio dell'organizzazione aziendale e si basa sullo studio del jazz e sull'osservazione dei musicisti» spiega Leonardini. «A differenza del concerto sinfonico, infatti, questa musica vive di improvvisazione, di un continuo alternarsi di insieme e di assoli che produce armonia, pur valorizzando il talento individuale». Trasferita in azienda, la metafora del jazz riesce a ottimizzare le competenze dei singoli, a migliorare l'intesa

con il gruppo e a ridurre i tempi morti e gli sprechi. Il metodo è già stato applicato con successo nell'ambito del Progetto Qualità Iso 9000 dell'**Associazione artigiani di Vicenza**, ed è oggetto di corsi organizzati per **Isfort, Api-Ip, Artigiani di Trento** e le università di Verona, Bari, Cosenza e lo Iulm di Milano. Del resto Peter Drucker, inventore delle teorie di management contemporanee, morto nel 2005, diceva che le imprese un tempo seguivano un modello organizzativo di tipo militare, mentre oggi assomigliano più a delle orchestre sinfoniche.

Forse è proprio per questo che Franco Marzo, autore del libro *Music manager* edito da Franco Angeli, si è inventato Music Jump, un modello formativo che ha iniziato ad applicare nelle imprese nel 2002. Nei suoi corsi, Marzo fa ca-

## TRA CORSI E GURU

A sinistra, una terapia di gruppo aziendale orientata al confronto fra membri dello stesso team. A lato, lo scrittore peruviano Mario Vargas Llosa, che il 19 marzo sarà a Milano ospite di Fastweb. Più a destra, una «lezione» di Softair.



pire cosa voglia dire coordinarsi in un'orchestra per ottenere ritmi, armonie e melodie e imparare a fare altrettanto in azienda, realizzando un prodotto-concerto di successo. Per arrivare a questo risultato, il manager deve sapere che ogni ruolo ha una grande dignità e che può creare grande valore di team. Una tesi che ha convinto aziende del calibro di **Procter & Gamble, Bosch e Blockbuster**.

Ci sono, invece, aziende che preferiscono dare spazio al genio, soprattutto a quello di Leonardo, che dopo Shakespeare e Machiavelli fa il suo ingresso nell'impresa moderna. «Ho codificato il metodo sei mesi fa, dopo un attento studio della vita, delle opere e degli aforismi vinciani» riferisce Zanella. «I miei clienti, tra cui **Wella Italia, Mib School of management** di Trieste, **Ifoa**, hanno reagito con entusiasmo. Il metodo leonardesco, infatti, è in grado di stimolare

creatività, dialogo e innovazione. Noi non lo sapevamo, ma è Leonardo che ha inventato il brain storming, la visione sistemica di tipo organizzativo, il dinamismo e la flessibilità».

**IN TUTA MIMETICA.** Leonardo progettò anche macchine belliche, e chissà se pensava che un giorno i manager avrebbero ingaggiato battaglie in tuta mimetica, con fucili caricati con innocui pallini, per imparare lo spirito di corpo, lo scambio di informazioni e predisporre all'ascolto della truppa per vincere il nemico. Questa tecnica si chiama Softair, come spiega Stefano Ferrari, fondatore della società di consulenza e formazione Sinergia&Partnership: «Da quattro anni è sempre più richiesto in settori supercompetitivi come quelli immobiliare, finanziario o dell'Ict. All'esercitazione seguono sempre momenti formativi scientifici e appro-

fonditi. Il costo è di circa 3.500 euro al giorno per un gruppo di 20 persone, location esclusa». Ma ne bastano 100 per farsi fare un piano d'attacco da Sara Ciccolani, che ha inventato e brevettato i marchi *wellness coaching* e *olistic coaching*, vale a dire consulenza e formazione su come stare bene mentalmente e fisicamente per essere più efficienti sul lavoro: «Se un manager è in equilibrio con se stesso, produce di più e lavora meglio». La ricetta comprende cromoterapia, cristalli e opere d'arte personalizzate per il singolo e per l'azienda per creare ambienti sereni e positivi. Il profitto verrà.

Ma c'è anche chi punta tutto sul carisma di grandi guru, come **Datalogic**, che per trasformare i suoi dirigenti in driver del cambiamento aziendale ha chiamato a Bologna John Kotter, consulente di grandi aziende e autore del best-seller *Il nostro iceberg si sta sciogliendo*, Sperling&Kupfer.

Mentre **Fastweb**, il 19 marzo, inviterà a Milano Mario Vargas Llosa, scrittore peruviano di fama mondiale, e suo figlio, giornalista, a conversare sul tema della libertà intesa come idea e come leva per l'innovazione. Della serie: l'importante è stupire. ■

