



«Con Josefa mi sento sempre in gara»

Andrea Bertolotti, 32 anni, finance director del gruppo **Michael Page Italia**, può essere considerato un esperto di corsi di sport e management: ha partecipato a incontri con Arrigo Sacchi, Josefa Idem e Massimo Giovannelli, rugbista italiano, 37 volte capitano della Nazionale. «Per una società giovane come la nostra» dice il manager «dove l'età media viaggia sotto i 30 anni, far passare certi concetti come lo stare concentrati sugli

obiettivi e non mollare mai è fondamentale se si vogliono ottenere risultati tangibili». Proprio come succede per un atleta in gara. E questi incontri hanno cambiato davvero il modus operandi di Bertolotti. «Ho imparato a fare riunioni individuali con i vari membri del mio team» conclude «un modo per migliorare la comunicazione, renderla più efficace e avere ripercussioni positive anche sulle performance».

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





«Con Josefa mi sento sempre in gara»

Andrea Bertolotti, 32 anni, finance director del gruppo **Michael Page Italia**, può essere considerato un esperto di corsi di sport e management: ha partecipato a incontri con Arrigo Sacchi, Josefa Idem e Massimo Giovannelli, rugbista italiano, 37 volte capitano della Nazionale. «Per una società giovane come la nostra» dice il manager «dove l'età media viaggia sotto i 30 anni, far passare certi concetti come lo stare concentrati sugli

obiettivi e non mollare mai è fondamentale se si vogliono ottenere risultati tangibili». Proprio come succede per un atleta in gara. E questi incontri hanno cambiato davvero il modus operandi di Bertolotti. «Ho imparato a fare riunioni individuali con i vari membri del mio team» conclude «un modo per migliorare la comunicazione, renderla più efficace e avere ripercussioni positive anche sulle performance».

«Con Sacchi imparo a fare team»

«Cosa ho imparato? A vedere e ad affrontare i problemi come un'opportunità di crescita» dice senza esitazioni Stefano Terni, 42 anni, responsabile della forza vendita di **Energizer Italia**, che ha partecipato a incontri con due super-allenatori del calibro di Arrigo Sacchi e Simone Moro. «Ho appreso più concetti in due ore di incontro con questi personaggi che non in giornate di formazione classica». In genere si tratta di incontri

molto snelli, particolarità che non dispiace alle aziende. «Anche perché il tempo da dedicare alla formazione è sempre meno» aggiunge il manager, che è riuscito a tradurre in pratica le nozioni apprese in aula. «Grazie ai suggerimenti dei due sportivi» dice «sono riuscito a formare una squadra unita che lavora per il raggiungimento di obiettivi comuni. Come un vero team sportivo».

► li che fa capo a **Federmanager**, e Michele Calleri, 50 anni, avvocato e presidente dell'Associazione schermistica del Piccolo Teatro. «La scherma è uno sport di tattica e di tecnica, capace di sviluppare strategie di attacco. Per questo rappresenta una buona scuola anche per chi sta cercando un lavoro» precisa Calleri.

Le lezioni, che inizieranno il 5 marzo e proseguiranno fino al 22 giugno, si terranno ogni venerdì sera per non interferire con gli impegni professionali di dirigenti e quadri. «Le adesioni iniziano già ad arrivare. Non avevamo dubbi sulla buona riuscita dell'iniziativa» aggiunge Calleri. «Del resto c'era la necessità di dare un segnale forte a chi ha perso il posto di lavoro per far capire loro che se si perde un attacco si può sempre tornare in pedana e continuare la gara».

Un messaggio importante che attraverso la pratica sportiva riuscirà nell'intento più dei tradizionali corsi di riqualificazione professionale. Non a caso sempre più spesso imprese e associazioni di categoria, alle prese con i cambiamenti del mercato e con il fenomeno delle fusioni e acquisizioni, si sono rivolte ai grandi nomi dello sport come Arrigo Sacchi, Dan Peterson, Josefa Idem, Valentina Vezzali, Marcello Lippi

e Julio Velasco, per trasmettere al proprio management concetti importanti legati al lavoro di squadra, alla leadership, alla gestione dello stress e alla flessibilità. Compiendo così un importante passo in avanti rispetto ai corsi di formazione outdoor proposti a catalogo dalle diverse società di training aziendale.

Qui i manager non si mettono calzoncini e T-shirt per fare canestro. Il campo da gioco è l'aula o la convention aziendale, dove il campione o il coach si trasforma in un guru: entra, racconta la sua esperienza, l'arricchisce di esempi vissuti sul campo, senza mai sottrarsi alle domande mirate della platea. I manager, dal canto loro, ascoltano, si confrontano e traggono spunto per cambiare i comportamenti e migliorare le dinamiche interne.

Il trend, arrivato dal mondo anglosassone, ha trovato terreno fertile in Italia. «Siamo partiti con un programma di incontri con i big dello sport quattro anni fa» racconta Michelangelo Patron, direttore generale del **Cfmt**, il Centro di formazione management del terziario, «e negli ultimi due anni oltre 1.200 dirigenti, di cui circa il 20% donne, hanno partecipato agli appuntamenti». Non c'è da meravigliarsi perché a detta degli esperti tra il mondo sportivo

e quello aziendale ci sono molti paralleli. «In più» aggiunge Patron «abbiamo notato che se gli input arrivano da contesti esterni, non aziendali, la capacità di apprendimento della platea aumenta».

Certo, non è solo per questo che le porte delle aziende si spalancano davanti ai campioni dello sport. «Lo speech dello sportivo dura in genere dalle due alle tre ore, compreso lo spazio per le domande» aggiunge Giovanni Palazzi, presidente di **StageUp**, una tra le aziende italiane di riferimento nell'ambito della ricerca e della consulenza del business dello sport. «Il tempo dedicato alla formazione è dunque minore, più concentrato rispetto a un corso tradizionale che magari si declina su più settimane e distoglie il manager dalle urgenze del business».

Così, a dispetto della crisi che ha limitato i budget destinati al training, questa tipologia di incontri resiste, come testimoniano aziende del calibro di **Ras, Unicredit, Banca Fideuram, Accenture, Boltom Manitoa, Reale Mutua e Iveco**. Ma attenzione, perché la scelta del campione è fondamentale per l'efficacia dell'incontro. «La capacità di coinvolgimento di questi personaggi deriva dal loro successo personale» prosegue Palazzi «ma aumenta in base alla loro notorietà». Gli sportivi con l'indice di notorietà più elevato? «Marcello Lippi è al top con il 91%» sottolinea Palazzi, citando la ricerca Top star condotta dalla sua società in collaborazione con Ipsos. «Ma anche José Mourinho con il 65% e Ciro Ferrara con il 60% non se la

Economy
IL QUOTIDIANO MANAGER DI MONDOGROUPE
Guarda il video sul cellulare

Con il Qr Code puoi vedere la lezione di scherma per i manager.

Scopri come fare a pagina 122 di **Economy**.