

CARRIERE/PROFESSIONI

COACHING/ LA GUERRA FRA LE SCUOLE DI FORMAZIONE

Allenarsi è un business. Per l'allenatore

In autunno apre un nuovo istituto destinato ai neolaureati. Si aggiunge a Scoa, a Corporate coach U Italia e poi...

Spuntano come funghi, sulla scia del profumo di business che si respira nell'aria. Pur se con oltre un decennio di ritardo rispetto agli Usa, anche in Italia le scuole di coaching (l'assistenza al manager da parte di un allenatore) sono sempre più numerose. E nel giro degli ultimi 18 mesi hanno fatto registrare un vero boom.



Valter Casini (The coaching institute)

In autunno ne nascerà una dedicata ai neolaureati. Verrà presentata a metà settembre da **Valter Casini**, 46 anni, presidente dell'Associazione professionale consulenti organizzativi e direzionali (Apcod), nonché consigliere dell'Unione nazionale delle imprese di comunicazione. Quando il suo progetto, The coaching institute, comincerà a decollare, si troverà a confrontarsi con una concorrenza agguerrita e spietata: ciascuna scuola esalta i propri programmi, la propria serietà, la propria capacità formativa e, nel contempo, solleva forti dubbi su tutte le

altre. La Federazione italiana coach (Fic, nata da una costola dell'International coach federation, che a sua volta esiste dal 1992 ed è presente in 31 Paesi) è l'unica, in teoria, in grado di certificare quale scuola va bene, e quale invece no. Ma lo fa secondo i propri principi e così, nella pratica, ogni scuola va avanti da sé, autoaccreditando competenza ed efficacia.

«La Fic?», domanda Casini. «Ho un buon rapporto, li stimo, ma io faccio altro. La differenza tra me e loro? Loro sono coach che fanno i primi passi in questo tipo di carriera, e che cercano di mettere un po' di ordine nel settore: io sono un professionista che questo mestiere lo ha fatto per vent'anni». Il suo obiettivo è di raccogliere subito almeno 50 partecipanti, per licenziarne una media di dieci all'anno. Una percentuale bassa perché, dice, «fare il coach non è

QUANTO GUADAGNANO

159-250 euro

Tariffa oraria di un executive o corporate coach

1.000-1.800 euro

Tariffa giornaliera di un executive o corporate coach

40-60.000 euro

Costo di un corso di coaching individuale e collettivo di sei mesi per 20 dirigenti

COME CRESCONO

ANNO	NUMERO COACH	DI CUI FULLTIME
2001	10	50%
2002	35	50%
2003	100	40%

Fonte: Federazione italiana coach

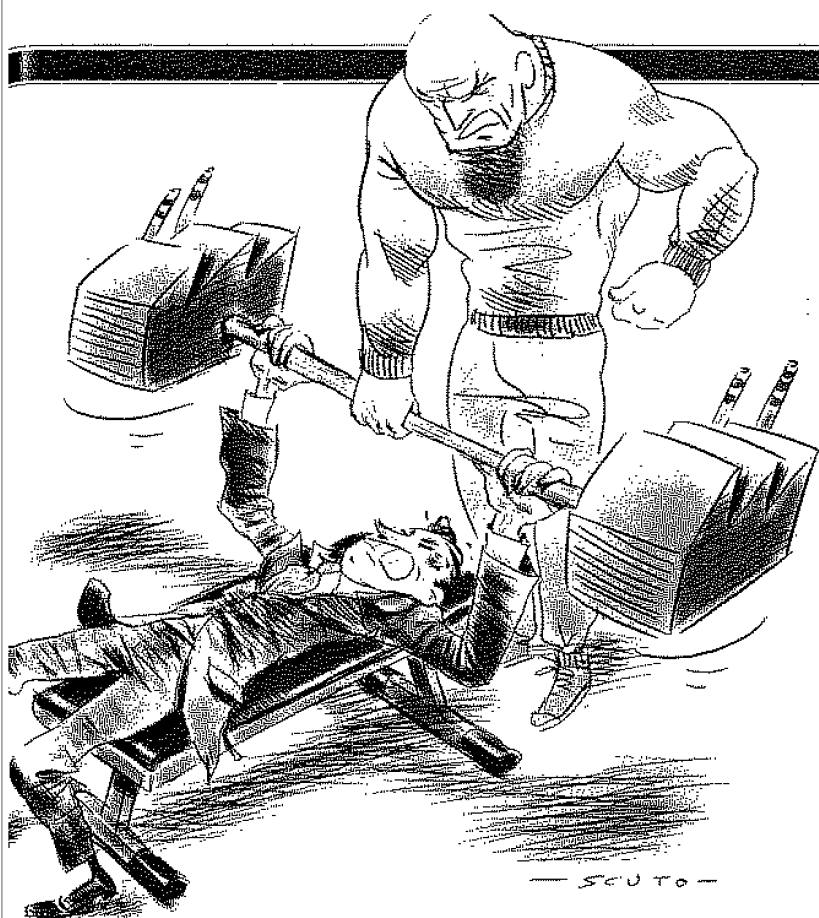
da tutti, e io voglio essere sicuro che chi esce dalla mia scuola sappia il fatto suo».

Casini, a quanto dice, ha lavorato per politici di tutto l'arco costituzionale, sorreggendoli nelle campagne elettorali e aiutandoli a raggiungere il traguardo del Parlamento. Ma di aver assistito anche persone del mondo dello spettacolo (tra l'altro affiancando, dietro le quinte, Pippo

CHE COSA NE PENSANO LE AZIENDE? È SORPRENDENTE

Da Autostrade a Galbani, la fiducia delle aziende nei coach è in aumento. «Il rapporto costi-benefici è decisamente premiante», dice senza incertezze **Riccardo Del Vesco**, direttore delle risorse umane del gruppo Boehringer Ingelheim. «Noi abbiamo partecipato a progetti di coaching fin dal 1997 perché abbiamo reputato fosse una grossa opportunità di sviluppo e di apprendimento personale, e in più un'occasione per ampliare i propri orizzonti culturali. Io stesso ho seguito un cammino di questo tipo. E i risultati sono stati più che soddisfacenti. Sorprendenti, direi». La Boehringer Ingelheim è cliente della Istud, la business school di Stresa. La sua squadra di coach, guidata da **Fabio Cecchinato**, vanta nel proprio carnet Merloni, Xerox, Api Petroli e Zanussi. La società

farmaceutica finora ha affidato al coaching circa 50 persone, tutte o quasi appartenenti al top management. Per qualcuno si è trattato di percorsi a livello personale, per altri a livello corporate. Per la Xerox il primo contatto con il coaching risale invece a due anni fa, quando tre dirigenti furono affiancati da un allenatore per un sostegno one-to-one. Il riscontro è stato positivo se, come annuncia **Alberta Camporese**, responsabile del settore sviluppo e recruiting, «a settembre ripeteremo l'esperienza con altri sei manager e con un investimento da parte dell'azienda di circa 18-20 mila euro. Nel nostro caso, il coaching ha mostrato di dare i risultati migliori se applicato a manager con alto livello di professionalità, mentre ha un impatto minore con persone di grado meno elevato».



Baudo e i suoi successori durante i recenti Festival di Sanremo), e di essere in trattative con una squadra di calcio di serie A. È proprio questo bagaglio di conoscenze che lui vorrebbe mettere a disposizione delle nuove leve. Gratis, o quasi, per giunta. «La maggior parte dei costi è coperta da sponsor», dice, «il resto viene integrato dalla quota di iscrizione. Ma io non ci guadagno sopra

nulla». La lista dei sostenitori è corposa: comprende nomi come Alitalia, Benetton, Telecom Italia, Tm, Bnl, Banca di Roma, Banca Sella, gruppo Montepaschi.

Casini indica nei laureati in materie umanistiche (ma anche in sociologia e psicologia) i soggetti più adatti a diventare ottimi coach. «Servono capacità organizzativa e di introspe-

Anche **Matteo Cascinari**, amministratore delegato de Il Sole 24 Ore Tv, tesse le lodi del coaching. «Ho partecipato a una sessione di sei mesi», racconta Cascinari, «cliente di Gianfranco Goeta, ed è stata un'esperienza molto positiva. Aumenta la consapevolezza di se stessi, aiuta a mettere a frutto le proprie doti naturali e a intervenire sui propri punti deboli». Stesso giudizio anche da **Alfieri**

Lorenzon, direttore di Touring editore, ex direttore generale della Disney libri: «È un tipo di formazione molto affidabile ed efficace», sostiene, «insegna qual è l'approccio migliore alla risoluzione dei problemi». Per **Diego Galli**, controller di Vodafone Italia (la società dei telefonini ha attualmente in corso con Corporate Coach U



Fabio Cecchinato, dell'Istud

sviluppo risorse umane di Vodafone Italia: «Anche se in Italia non esiste ancora una vera e propria cultura in questo senso, riteniamo il coaching un'attività utile per sviluppare ed esplicitare le proprie potenzialità: siamo stati pionieri in molti campi, abbiamo voluto esserlo anche in questo».



Gianfranco Goeta, coach e fondatore della Scoa, scuola di formazione nata un anno fa

zione e grande sensibilità», spiega. La sua scuola avrà durata biennale e si strutturerà in corsi impostati su due lezioni settimanali di quattro ore ciascuna, con una parte teorica che precede un'altra pratica, da svolgere sul campo, ma con discrezione. A tutti i futuri studenti Casini indica infatti il segreto dell'allenatore-motivatore vincente: «Tanto meno si vede che dietro il successo di un uomo c'è un coach, quanto più il coach ha svolto bene il suo lavoro». Se l'invisibilità, come dice Casini, è un pregio, allora **Gianfranco Goeta** non esita a riconoscerglielo. «Casini? Mai sentito nominare», dice. Goeta è fondatore e presidente della milanese Scoa, the school of coaching, sorta nel 2002. Lui però lavora nell'ambito del coaching già dal 1997. Tra i suoi clienti annovera colossi del calibro di Walt Disney, Pirelli, Danone, De Agostini. «Come in tutti i settori di business nascente, quello del coaching ha una potenzialità elevata», dice, «la domanda supera ancora di gran lunga l'offerta. E in queste condizioni è logico che

Italia un programma su misura per i propri manager), «è un cammino di crescita nel quale si toccano anche temi molto personali. Bisogna avere la forza di mettere in gioco se stessi, segnando gli obiettivi e tracciando la via per raggiungerli». Il progetto è in corso da circa un anno e coinvolge sette persone di secondo e terzo livello rispetto all'amministratore delegato. Spiega **Alina Baldini**, dello

CARRIERE/PROFESSIONI

Giovanna D'Alessio,
presidente della
Federazione italiana coach



A sinistra, Lorella Moro,
presidente
di Corporate coach U
Italia e, sopra,
il responsabile didattico
Erminio Rivolta

in molti si buttino nell'affare. La concorrenza è elevata». La Scoa, sostiene Goeta, accetta solo persone con esperienza consolidata: laureati innanzitutto, ma con un corposo background aziendale alle spalle. «I nostri iscritti hanno in genere almeno 33-34 anni», dice. «Pensiamo che difficilmente una persona fresca di laurea abbia la competenza e la credibilità per interagire con manager ad alto livello». Alla Scoa dopo un anno si consegue il diploma di esperto in corporate coaching, dopo due il master in executive coaching (il prossimo master biennale partirà il 18 ottobre). In più vengono organizzati corsi brevi, da tre a dieci giorni, per dare agli interessati almeno i rudimenti della professione. Ma nell'ancora mutevole mondo dei coach, nemmeno la Scoa gode del placet ufficiale della Fic, che, dal canto suo, di corsi non ne organizza. «Noi non facciamo formazione», precisa la presidente **Giovanna D'Alessio**, «offriamo programmi di certificazione. Esaminiamo i programmi delle scuole e ne valutiamo i contenuti e la correttezza». In Italia la Federazione è stata battezzata solo un anno fa e ora lotta per affermare la propria autorevolezza sull'intero macrocosmo del coaching tricolore. Di strada da fare ce n'è. «La nostra sen-

sazione», racconta D'Alessio, «è che ci troviamo di fronte a un grosso boom, con sempre più aziende orientate ad assumere coach per meglio sviluppare e seguire i propri progetti strategici».

In Italia, la milanese Corporate coach U Italia è stata la prima scuola a ricevere la benedizione, attraverso la Fic, della International coach federation (è in corso la pratica di certificazione della Future, che ha la propria casa madre in Austria ed è guidata a Milano da **Marina Osnaghi**). A darle vita sono stati **Lorella Moro**, attuale presidente, ed **Ermi-**



A sinistra, il presentatore Pippo Baurdu.
A destra, Stefano Sacripanti, coach del Cantù

nio Rivolta, responsabile didattico. «La nostra è la scuola più vecchia del mondo», afferma Rivolta, «esiste da 18 anni a livello internazionale, da 2 in Italia. Io delle altre scuole non parlo: lascio che siano i fatti a farlo. E i fatti dicono che il nostro è l'unico istituto presente in 11 nazioni: nel corso della sua storia ha formato 9 mila coach».

La situazione è quindi in veloce movimento («Stiamo vivendo un momento tipicamente italiano», commenta Rivolta), ed è proprio l'esplosione del settore, ancora in piena attività, a renderla tale. Un esempio per tutti. Non sono solo le società private ad andare a caccia di allenatori: ora anche gli enti pubblici ne sono in spasmodica ricerca. A Cantù, in provincia di Como, l'amministrazione comunale ha bruciato tutti sul tempo: è ormai prossimo l'ingaggio di **Stefano Sacripanti**, coach (nel senso classico del termine) della locale squadra di pallacanestro di serie A1, premiato nel 2002 come il migliore d'Italia. Scopo di Sacripanti, secondo il sindaco della Lega Nord Tiziana Sala, quello di trasformare la giunta e i 250 dipendenti del municipio (dal dirigente d'area all'usciera) in una squadra compatta e vincente per dare servizi migliori alla cittadinanza. **Enrico Romanò**