

**CARRIERE
& PROFESSIONI**
BUSINESS E PSICOLOGIA/ CRESCE ANCHE IN ITALIA IL MESTIERE DI ALLENATORE PER MANAGER
Guidare un'azienda? È come giocare a pallone

L'Istud si allea con un guru inglese, a Milano nasce una scuola per formatori. Ecco il loro lavoro

L'ultima mossa l'ha fatta l'Istud, la business school di Stresa, che ha appena concluso un accordo con Performance consultants, società inglese guidata da Sir **John Whitmore**, considerato un guru del settore, per progettare interventi di formazione, consulenza organizzativa e coaching in Italia. Ma solo poco prima, a dicembre, è nata a Milano la Scoa, scuola di formazione all'executive coaching, che ha come nume tutelare **Trevor Boutall**, altro esperto internazionale che lavora anche per il governo di **Tony Blair**. Mentre, non più di sei mesi fa, a Roma è stata fondata la Federazione italiana coach, che rappresenta il Paese all'interno della Icf, International coach federation, e organizzerà a maggio, a Stresa, l'annuale conferenza europea sul tema. Insomma, il coaching made in Italy sta crescendo. Anche se quella dell'allenatore per manager è ancora una realtà di nicchia, specie se paragonata al business che intorno a questo tipo di attività ruota in Germania, in Inghilterra o, ancor più, negli Stati Uniti, dove è nata 30 anni fa. In Italia, infatti, si calcola che operino circa 500 coach, pochi dei quali in modo

continuativo. Mentre in Europa gli allenatori certificati sono oltre 4 mila. Questa attività, sempre secondo gli esperti, rappresenta probabilmente intorno al 10% dell'intera attività di formazione manageriale.

Di che cosa si tratta lo spiega **Fabio Cecchinato**, docente di coaching e responsabile dell'area comportamento organizzativo dell'Istud: «L'executive coaching è la relazione tra un mana-

ger e un consulente-allenatore che lo aiuta a migliorare le proprie performance attraverso una metodologia di lavoro». Cecchinato, laurea in filosofia teoretica e master in organizzazione aziendale, coordina un team di professionisti, tutti docenti, formatori e consulenti individuali: **Marco Tiburzio**, psicologo cognitivo con esperienze di coaching sia nel mondo manageriale che sportivo (ha seguito



Fabio Cecchinato,
responsabile
dell'area
comportamento
organizzativo
dell'Istud

CHI SONO I DOCENTI DELL'ISTITUTO CHE PROPONE IL MASTER IN EXECUTIVE COACHING
Dalla sociologia alla bioenergetica, passando per la Gestalt

«Il manager oggi deve essere un equilibrista sul filo», sostiene **Gian Franco Goeta**, presidente della Scoa, scuola milanese che propone un master in executive coaching.

«Infatti viene sottoposto a richieste spesso contrastanti: innovazione e riduzione dei costi, rapidità e qualità delle decisioni, responsabilizzazione individuale e gioco di squadra. E dunque sono i comportamenti a trasmettere i messaggi meglio delle parole: ecco perché l'executive coaching, che è focalizzato sullo sviluppo dei comportamenti, risulta essere il sostegno più efficace». Il master di Scoa è basato su tre ingredienti: il linguaggio del business, l'orientamento alla

performance, le dinamiche del cambiamento individuale. Goeta, laurea in filosofia, master ad Harvard e docente alla Bocconi per un decennio, è stato coach per aziende

quali Galbani, Buena Vista international, Walt Disney. Chi sono invece i docenti di Scoa? **Giorgio Piccinino**, sociologo e psicoterapeuta, partner del centro Eric Berne di analisi transazionale, **Cristina Broganelli**, laurea in scienze politiche e master in comunicazione, che ha indirizzato la sua formazione nel campo delle scienze cognitive, della bioenergetica e della Gestalt, e **Maria Rita Muci**, laurea in Bocconi, master alla Sorbona, dal 1991 consulente in risorse umane.



Gian Franco Goeta,
presidente Scoa



Giorgio Gorli,
ingegnere e psicologo,
formatore e consulente
individuale

atleti a livello nazionale di sci, ciclismo e basket), **Giorgio Gorli**, **Giorgio Andreoli**, **Flavia Simeone**, **Delia Duccoli**. Un'équipe che ha curato progetti specifici per aziende quali Merloni, Api petroli, Boheringer, Zanussi, Xerox.

L'attività di coaching, infatti, può essere di due tipi: l'executive coaching, cui si rivolge il manager a titolo personale; o il corporate coaching: in questo caso l'azienda si assume il doppio ruolo di committente e cliente finale. L'attività di formazione, che si basa su obiettivi concordati, può rivolgersi ai singoli dirigenti o a un team. Talvolta sono gli stessi dirigenti, dopo un periodo di training, a diventare coach, cioè leader della propria squadra.

«L'unico criterio con cui valutiamo questa attività di formazione è la soddisfazione dei nostri manager», spiega **Aldo Magnone**, direttore risorse umane del gruppo Disney. «E dopo sei anni di esperienza posso sicuramente definire il coaching un prodotto di successo». L'attività di coaching della multinazionale americana ha coinvolto complessivamente una cinquantina di manager, tutti

executive. L'impegno di ogni singolo dirigente è stato mediamente di sette giornate lavorative all'anno per una durata di 18-24 mesi. «Noi presentiamo a ogni manager un progetto di lavoro e un budget di tempo e denaro», dice Magnone. «Poi il rapporto viene gestito one to one tra il manager e il suo allenatore. Infatti l'aspetto più rilevante è quello della riservatezza. Scegliamo coach indipendenti anche rispetto all'azienda: quello che si deve instaurare è un rapporto personale. È lo stesso manager che ci tiene al corrente della sua attività e che decide se e quanto debba durare».

Dice **Giovanna D'Alessio**, presidente della neonata Fic: «I coach possono essere ex uomini d'azienda, psicologi o provenire dall'area delle risorse umane, della formazione, della consulenza. Non danno soluzioni ma aiutano l'executive a raggiungere performance più alte». Esattamente come un allenatore sportivo con l'atleta. D'Alessio, che tra i clienti annovera Autostrade e Deloitte & Touche, è stata fino al 2000 manager in Saatchi & Saatchi e Yahoo Italia.

Anna Maria Catano

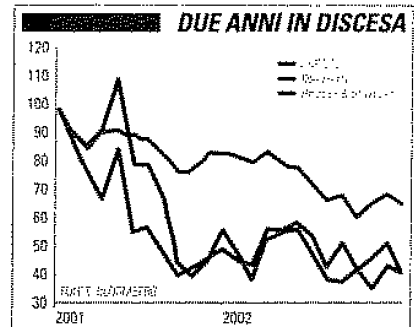


Marco Tiburzio,
psicologo cognitivo con
esperienze nello sport



Sotto,
Giovanna
D'Alessio,
presidente
della
Federazione
italiana
coach

Aldo Magnone, direttore
risorse umane della Disney



Andamento al Nyse (gennaio 2001=100) dei titoli Korn/Ferry e Heidrick & Struggles

USA/ EXECUTIVE SEARCH

Forse quest'anno riapre la caccia

Secondo alcune stime, il business dei cacciatori di teste negli Usa dovrebbe tornare a crescere dell'8% nel corso di quest'anno. Frenando una caduta verticale. Nel 2000 il settore valeva 13 miliardi di dollari. In due anni ha perso 2 miliardi di giro d'affari, 500 operatori hanno chiuso e quelli che restano, anche i più grandi, sono in rosso. La Heidrick & Struggles international di Chicago (Illinois), quotata al Nasdaq e considerata la numero uno del settore negli Usa, ha perso 63 milioni di dollari negli ultimi sette trimestri e ha dovuto licenziare 800 persone, un terzo dei suoi dipendenti. Le sue azioni sono crollate dagli oltre 70 dollari dell'estate 2000 ai 15 attuali. E la Korn/Ferry international di Los Angeles (California) ha registrato perdite per 176 milioni di dollari negli ultimi sei trimestri e ha tagliato il 20% circa del suo staff: i suoi titoli, quotati al New York stock exchange (Nyse), sono scesi dai massimi di 42 dollari della primavera 2000 agli attuali 7 dollari. Entrambe le società negli ultimi due anni hanno perduto il 60% del loro valore (vedere grafico in alto). La domanda mondiale di executive search è comunque diminuita ancora del 7% nel trimestre autunnale 2002 (settembre-novembre) rispetto allo stesso periodo 2001, secondo gli ultimi dati riportati da Korn/Ferry. (M.T.C.)