

Formazione in azienda Lezioni? Meglio un gioco

Si diversificano sempre più i metodi per far crescere la professionalità e il fare squadra: «Serve una leadership collettiva»

Maria Elena Bonacini

●● Academy per trasmettere la leadership collettiva. Giochi per insegnare superando livelli. Scatole dalle quali estrarre esperienze comuni. Seconde e terze lauree incoraggiate e finanziate dall'azienda. Insomma, anche la formazione, come il lavoro, vive grandi trasformazioni. E "Quale futuro per la formazione aziendale?" è stato il tema ieri del 3° incontro del festival Maps for Future di Niuko innovation & knowledge, società di formazione di **Confindustria** Vicenza. Un momento per fare il punto sulle tante declinazioni di questo ambito con Armando Meletti, general manager Esmalglass Itaca Group; Otello Della Rosa, dg di Ferretto Group; Fabio Viola, esperto di gamification; Marco Dussin, consulente strategico Agile; Alessandro Rimassa, co-fondatore di Talent Garden innovation school; Andrea Attanà, learning & development platform sales leader di LinkedIn Italia. A moderare, Paolo Bruttini. Uno degli aspetti più evidenziati è la formazio-

ne continua: Meletti ha raccontato l'esperienza della sua azienda, a partire dal sostenere chi decide di prendere una seconda o terza laurea, perché «formarsi è trasformarsi. Noi abbiamo poi una corporate university in Spagna, collegata all'istituto di tecnologie ceramiche di Castellon e tutti gli anni i nostri 20 migliori talenti vanno là per un corso di alta formazione. In questo momento poi, con il management e due junior stiamo partecipando a un corso di alta formazione dell'Mit su leadership e formazione».

Formazione continua E Rimassa spiega come una sfida dell'impresa sia «la formazione continua, rendere le persone sempre "occupabili" anche rischiando di perderle. Oggi non ci si iscrive a un master, ma ci si abbona, per formarsi continuamente. Se vogliamo vincere dobbiamo farlo attraverso le competenze delle persone». Quelle che vuole fornire LinkedIn, che dal 2015 ha acquisito l'azienda Lynda «per permettere alle persone di non spostarsi e avere un'esperienza di e-learning nella stessa piattaforma. Agli 800mila profili ven-



Alessandro Rimassa



Paolo Bruttini

gono proposti corsi in linea con le loro attività e caratteristiche. Questo permette anche di fare "social learning", entrando in contatto coi formatori, che dedicano uno spazio a degli "open hour" settimanali, ma anche con chi l'ha seguito». Insomma, andando oltre il freddo concetto di corso online, che termina con l'"esci" cliccato sullo schermo, come ha provato a fare in altro modo Dussin. «Ci siamo resi conto che la formazione a distanza stava annullando quelle "buone chiacchiere" che fanno da contorno agli eventi e che sono la vera esperienza. Abbiamo quindi creato "Kitto": scatole che contengono musica, profumi, oggetti, sapori che permettono a chi la riceve di vivere la stessa esperienza a distanza. Abbiamo ricreato la classe».

Esperienza Condivide la stessa parola chiave Viola, la cui ricetta passa però dal gioco. «Le persone coinvolte in un'esperienza incamerano i

concetti e li trattengono molto più facilmente. Chi assiste a una lezione frontale si deve adattare al docente, il gioco invece si adatta alla persona. Ognuno si focalizza su un elemento diverso, ma tutti concorrono all'obiettivo. E andando per livelli si apprende per gradi, mentre la morte - prevista - è l'errore da cui si impara». Concetti non dissimili dalla "leadership collettiva" oggetto dell'Academy raccontata da Dalla Rosa. «Oggi c'è un gap sui metodi organizzativi in azienda su come valorizzare le persone e le competenze. Per ovviare a questa distanza abbiamo avviato l'Academy, un percorso che ha l'obiettivo di portare fuori questa capacità di prendere decisioni in modo collettivo e condividere la capacità di leadership, che non è nelle corde tradizionali dell'azienda. Per farlo serve la disponibilità delle persone a mettersi in gioco e prendersi responsabilità, superando il meccanismo della colpa e costruendo fiducia».