

La testimonianza

IN CATTEDRA DEVE SALIRE L'ESPERIENZA CONCRETA

Di Massimiliano Cannata



Francesco Zordan è general manager di Extrema Srl, ha frequentato i corsi della Fondazione IDI. Direttore quale motivazione lo ha spinto a partecipare?

Vengo da un periodo di “letargo formativo”. Potrei dire che le motivazioni hanno origine da una difficile situazione aziendale degli ultimi anni (e che si è protratta per troppi anni) e che ci ha visto tutti assorbiti dal “quotidiano”. Mi rendo altresì conto che la logica vorrebbe che proprio nei momenti di difficoltà ci si dovrebbe distogliere dal quotidiano per confrontarsi con altre realtà e spesso l’occasione di un corso offre questa opportunità anche solo di fare “rete” in termini di conoscenze e condivisione di esperienze, ma purtroppo conciliare le due cose nelle PMI è molto difficile anche

per incontrare le giuste aspettative di una proprietà d’azienda che vive il quotidiano delle difficoltà e che, non nel mio caso, interpreta la formazione come un qualcosa di troppo teorico.

Anche l’aspetto logistico mi ha condizionato venendo da una provincia che vede ben due iscritti IDI quindi priva di iniziative sul territorio. Purtroppo anche la realtà Federmanager di Mantova (cui partecipo in qualità di consigliere), sempre per una ragione di numeri, è sostanzialmente priva di offerte in ambito formativo. Devo aggiungere che ho frequentato recentemente la sede Federmanager di Verona sempre per iniziative della Fondazione IDI, con buon successo.

Quali sono stati gli aspetti dei corsi che ritiene di maggiore interesse sia sul piano del metodo che dei contenuti?

Ho apprezzato la capacità di esposizione dei docenti ed il taglio pratico in particolare del corso sul cash flow. L’iniziativa sul business plan poteva a mio parere prevedere qualche esempio pratico ma presumo che il tempo non sia stato sufficiente. Gli argomenti trattati sono di per sé interessanti perché molto vicini alle problematiche quotidiane. L’unico appunto che mi permetto di fare è che i corsi, proprio perché si esauriscono in una giornata, dovrebbero partire subito con esempi pratici e su quelli costruire la giornata. In realtà troppo spesso partono dalle nozioni di base (che cos’è un business plan, che cos’è un bilancio? ecc.). L’obiezione che i docenti mi hanno mosso è che sono rivolti ad operatori che non necessariamente devono essere esperti in materia. Comprendo la questione e suggerisco di organizzare anche dei corsi di carattere più specialistico perché questo è spesso quello di cui abbiamo bisogno. Ricordiamoci che oggi se si vuole acquisire una formazione di base su un tema si può tranquillamente attingere al canale web, senza mediazioni. Qualora invece si desidera una formazione specialistica, diventa fondamentale il rapporto diretto con il docente, ed è lì che occorre investire.

L'esperienza aziendale



Guardando dalla prospettiva aziendale quanto ritiene utile il corso che ha seguito e quali sono le problematiche e le criticità che rimangono a suo avviso aperte e dunque da affrontare?

Le criticità che restano da affrontare sono sostanzialmente relative alla cultura del management. Mi riferisco in particolare alle PMI dove tutte le energie vengono spese per il quotidiano e poche per le analisi preventive. La convinzione spesso radicata nella cultura degli imprenditori delle PMI è che queste analisi (business plan, cash flow, bilanci ecc.) appartengano al mondo degli adempimenti amministrativi, di chi redige i bilanci annuali, del commercialista tanto per intenderci, quindi solo di chi analizza fenomeni già avvenuti. Non è così, diciamo che gli indicatori servono

nella misura in cui orientano l'imprenditore nelle scelte sul futuro. Vengo al concreto dicendole che all'interno della mia realtà stiamo faticosamente approcciando le analisi dei bilanci preventivi proprio perché diventino uno strumento di "correzione" delle strategie di breve/medio periodo. La difficoltà è che manca la cultura del "controller" ed i bilanci fino a ieri, nonostante venissero redatti trimestralmente, fotografavano eventi già accaduti almeno 2/3 mesi prima.

Per coinvolgere nel percorso formativo in maniera sempre più diretta e incisiva manager e imprenditori che strategia adotterebbe?

Nell'ambito della formazione occorre portare sempre più i corsi di taglio pratico e concreto (con docenti che vengano dal mondo del lavoro e non solo dal mondo accademico o dalla consulenza in ambito pubblico) con la possibilità che ognuno possa presentare un suo esempio. Ho fatto recentemente un corso all'API sul BDG commerciale e ci è stato chiesto di portare alcuni *files* con esempi molto precisi. Parlo di materiali tratti dall'esperienza aziendale di ogni giorno che i partecipanti hanno accettato di rendere pubblici su cui il docente ha impostato la giornata formativa riscuotendo la piena soddisfazione dei partecipanti. Non mi pare risultato da poco.