

***I PUNTI DI FORZA DELL'OFFERTA FORMATIVA***  
***I fruitori tracciano un bilancio della loro esperienza di corsisti***

Di Massimiliano Cannata



Concretezza, semplicità di linguaggio, efficacia, metodo dialogico, i punti forti dell'offerta formativa della Fondazione IDI, sono chiari e facilmente individuabili, a giudicare dai commenti dei fruitori, che abbiamo colto in presa diretta, durante i lavori d'aula. “Ho frequentato – ci dice **Francesco Castelletti** Presidente di Federmanager Lecco e da pochi giorni anche Lombardia – i corsi sul controllo dei flussi di cassa, *public speaking*, ed efficacia della forza di vendita. Ho riscontrato una notevole applicabilità delle informazioni e delle nozioni ricevute alla realtà aziendale,

in particolare mi ha colpito la composizione dell'aula, fatta di dirigenti che sono operativi sul campo e che vivono la quotidianità, oltre che da imprenditori. Il numero relativamente contenuto (da 10 a 15 persone) di partecipanti consente inoltre di portare le proprie esperienze, instaurando un confronto serrato con i colleghi, cosa molto importante”.

Castelletti ha anche partecipato a numerosi corsi di alta formazione organizzati dalla Bocconi, proprio per questo mostra di apprezzare ancora di più il risvolto pratico della “formazione personalizzata” della **Fondazione IDI**, un risvolto che in una fase post crisi, che già si può definire di ristrutturazione diventa essenziale. “Oggi – prosegue Castelletti - occorre l'apporto di dirigenti a tutto tondo, che spesso vengono chiamati ad occuparsi per periodi limitati di problematiche che sono centrali per lo sviluppo delle aziende che si aprono ad una competizione globale in una fase di mutazione degli assetti industriali. La stessa definizione di capitalismo, che sta vivendo la rivoluzione digitale e l'avvento delle reti, non è più quella che abbiamo conosciuto e studiato sui manuali. Aggiornare la professionalità è fondamentale, ma anche saper accettare un mercato che ha ridotto la prima linea ed espulso, come ci dice la cronaca di questi ultimi terribili anni, più di ventimila dirigenti. Cambiare strategia, ma anche saper incarnare una nuova filosofia e cultura del lavoro sarà determinante per il futuro”.

## La motivazione motore della scelta



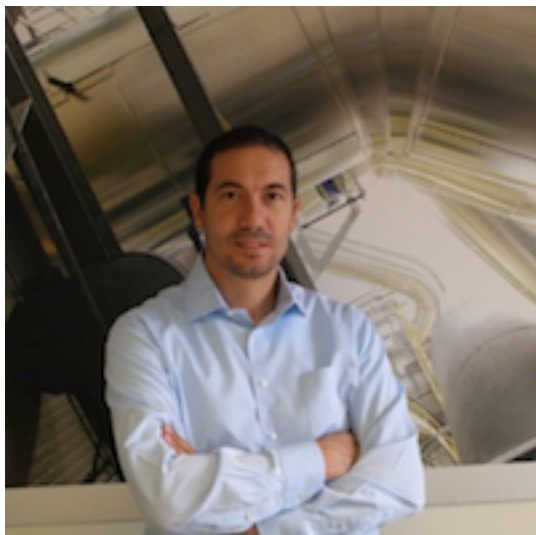
La molla della motivazione è un aspetto decisivo, in questo mondo che cambia, come sa bene **Roberto Rocchegiani**, presidente Federmanager Ancona, Pesaro e Urbino, che nel 2014 si è sottoposto a un audit al fine di ottenere la certificazione come *"MANAGER DELLE ORGANIZZAZIONI"* dal CEPAS. “Un riconoscimento importante – ci spiega – che non si limita a verificare le competenze acquisite, quanto a segnalare il percorso di crescita che il dirigente deve seguire per raggiungere il livello executive, durante la propria carriera professionale”. Da questa matrice di interessi e di attività è discesa la

scelta dei corsi della **Fondazione IDI**: *"BUSINESS PLAN; CASH FLOW; PMI E CRESCITA COMPETITIVA; MIGLIORAMENTO DELLE RETI DI VENDITA*. “Competenze – puntualizza il dirigente - che avevo acquisito durante la mia vita professionale ma che sentivo l’esigenza di aggiornare sulla spinta delle trasformazioni che stanno cambiando il profilo delle nostre imprese”.

Neanche sul piano dei contenuti e della metodologia il nostro interlocutore non ha dubbi: “ho riscontrato un taglio molto snello ed efficace, molto adatto alle esigenze delle PMI”. Il nostro interlocutore non si limita ad esprimere la sua soddisfazione, si spinge oltre avanzando dei suggerimenti: “Credo che sarebbe opportuno che un dirigente, non necessariamente di prima linea si preoccupasse di declinare la lezione teorica in più casi pratici, in modo da aiutare l’imprenditore o gli stessi quadri ad applicare con immediatezza gli strumenti acquisiti mettendo a sistema un protocollo di procedure quanto più possibili semplici e condivisibili con facilità. Calarsi nelle specifiche complessità e difficoltà per costruire modelli gestionali ad hoc, può infatti essere una carta vincente”.

## Formazione personalizzata e territori

Formazione personalizzata e iniziative territoriali gli asset strategici su cui ha puntato la **Fondazione IDI**. Sarà una carta vincente? “Assolutamente sì – ci dice Rocchegiani-occorrerebbe anche a questo fine misurare in maniera più puntuale i feedback e le specificità territoriali. In Federmanager stiamo, a questo fine, sperimentando sui social (*Linkedin* è forse il caso più immediato) dei brevi nuclei di discussione e di confronto sugli argomenti trattati durante i corsi curati dalla Fondazione IDI. Mettendo in rete i discenti si potrebbe allargare quest’agorà telematica, con un indubbio vantaggio sia sul piano della verifica di quanto si è appreso che sul piano della progettazione di ulteriori percorsi formativi, che potrebbero contribuire anche ad allargare la platea dei fruitori”.



**Mario Capiello** che ha ricoperto per molti anni lo scomodo ma anche prestigioso ruolo di direttore generale, ha frequentato gran parte dei corsi della **Fondazione IDI** dell'area finanziaria amministrativa, approfondendo anche le tematiche relative allo sviluppo delle PMI, alla globalizzazione e all'uso dei new media. “Quello che mi è piaciuto – commenta senza esitazione – relativamente alla concezione dei corsi è il duplice volto: da un lato la capacità di dare una overview sulle nozioni di base e sui principi generali, che va a sovrapporsi ai successivi focus, che permettono ai partecipanti di entrare nel

vivo delle questioni. Ritengo, infatti, che sia di importanza cruciale per un dirigente oggi avere le cognizioni generali sul funzionamento di un *business plan*, per capire dove si trova l'azienda, nel contempo deve saper scendere nel particolare del suo ambito di responsabilità economica e gestionale per utilizzare al meglio le risorse umane e tecnologiche che gli sono affidate. Oggi l'azienda deve saper guardare al contesto, aprirsi all'esterno non sono più ammessi atteggiamenti autoreferenziali. Deve lavorare per migliorare continuamente il prodotto e nello stesso tempo operare con sensibilità sociale per assicurare un valore aggiunto al contesto in cui opera. Da questo punto di vista credo che l'apertura ai territori che **Fondazione IDI** sta praticando può essere molto importante per rafforzare l'identità di questa “**casa delle PMI**”, per dirla con lo slogan che campeggia sul catalogo di quest'anno”. Provocato sui possibili suggerimenti, il nostro interlocutore non si tira indietro. “Trovo valido il modello praticato da alcune Università americane, che prevede un feedback continuo in aula con rapidi test su quello che si è appreso. Qualcosa di simile è stato fatto per il corso IDI sui flussi di cassa. Trovo, altresì, importante che venga prevista sempre una parte applicativa immediata, che deve affiancare il momento teorico in modo che gli elementi fondamentali rimangano bene impressi nella testa dei discenti. Il materiale distribuito - conclude la sua analisi Capiello - è certamente di qualità, non sarebbe una cattiva idea se ci fosse una sorta di *executive summary* finale, quello che a scuola definivamo “bignamino”, capace di stringere in un pugno principi, nomenclature, exempla, per far sì che l'essenza del percorso possa rimanere scolpita in maniera nitida nella memoria di ciascuno senza zone d'ombra, né ambiguità alcuna”.