

Sport, eventi, meeting così si crea in azienda uno spirito di gruppo

UNA PARTITA DI RUGBY O DI VOLLEY, UNA GITA A CAVALLO, UNA DEGUSTAZIONE: SEMPRE PIÙ SPESSO VENGONO REALIZZATE ATTIVITÀ OUTDOOR PENSATE PER RAFFORZARE I TEAM E I LEGAMI FRA MANAGER E DIPENDENTI

Luigi dell'Olio

Una partita di rugby per imparare a muoversi in blocco, una giornata passata all'interno di un resort per raccogliere consigli su nuovi servizi per il benessere dei dipendenti, un giro a cavallo per imparare a interagire con uno sconosciuto. Sono sempre più numerose le aziende che scelgono iniziative outdoor per costruire e cementare lo spirito di squadra all'interno dell'organizzazione. «Lo sport è un ottimo strumento di formazione manageriale perché consente di riprodurre, in un contesto divertente, le dinamiche tipiche di una giornata in ufficio, tra problematiche da superare e imprevisti da fronteggiare», spiega Carlo Romanelli, fondatore e presidente di Net Working, società di consulenza e formazione aziendale. Qualche esempio? «Il golf negli Stati Uniti spesso viene utilizzato come strumento di assessment (valutazione) per capire se una persona ha le caratteristiche giuste per ambire a una determinata posizione in azienda,

dal rispetto delle regole alla capacità di resistere alle tensioni. Questa disciplina crea occasioni di socializzazione, per cui può essere utilizzata quando si vuole creare maggiore empatia all'interno di un gruppo».

Diverso il discorso per il rugby, che aiuta a pensare a muoversi tutti insieme. Questo sport è focalizzato sulla logica del sostegno al portatore di palla: «Una dinamica non dissimile da quelle che spesso si vedono in azienda quando c'è un progetto da realizzare in tempi brevi e non basta il lavoro di uno solo», aggiunge Romanelli. Che nel suo lavoro adotta anche altri sport come il basket («Collaborare per liberare un uomo al tiro») e il volley («Ogni palla che arriva nel proprio campo può essere un'opportunità») per favorire il teambuilding.

«Le iniziative per costruire e fare squadra, per il management stanno diventando un importante strumento per competere», sottolinea Roberto Beccari, presidente di Manageritalia Milano. «Infatti, per migliorare l'organizzazione del lavoro servono *engagement* (impegno) benessere, fiducia e collaborazione. Per questo può risultare utile uscire dall'azienda e vivere momenti conviviali in situazioni ludiche, esperienziali o di wellness».

Le esperienze di numerose aziende - a dire il vero quasi esclusivamente quelle di una certa dimensione, che hanno budget, ma soprattutto un'organizzazione e risorse umane adeguati - vanno in questa direzione.

«Siamo partiti dalla convinzione che essere felici sul posto del lavoro renda migliore la qualità di ciò che facciamo», racconta Walter Bucelli, direttore generale di Enegan (fornitura di luce e gas). «Tra le iniziative adottate segnalò un week-end trascorso in un resort toscano, durante il quale tramomenti ludici e riflessioni di gruppo, sono stati raccolti suggerimenti su come migliorare la vita in ufficio, che hanno portato la direzione ad adottare iniziative come convenzioni bancarie e assicurative e di benessere aziendale».

Sirti (reti di telecomunicazioni) realizza da tempo iniziative di outdoor training per i percorsi di inserimento dei giovani neolaureati, ad esempio attraverso la scherma, «come metafora sportiva dei concetti di gestione della relazione, leadership non gerarchica e capacità di influenza», racconta il responsabile risorse umane Clemente Perrone. «Altre volte ricorriamo all'orienteeering culturale come metafora per rafforzare il team working e sviluppare le capacità di gestione del lavoro per obiettivi e di ottimizzazione nell'uso del tempo», aggiunge. Due approcci differenti, accomunati dalla volontà di testare non solo il sapere, ma anche il saper fare.

Le iniziative fuori azienda variano sensibilmente in base agli obiettivi prefissati. Così se **Sb Italia** ha organizzato una caccia al tesoro, coinvolgendo i dipendenti a tutti i livelli per

festeggiare i buoni risultati del business e dar vita a un momento di condivisione del team allargato, Favini (stampi utilizzati nella produzione di ecopelle e di altri materiali sintetici) partecipa a "Win Win", torneo interaziendale che coinvolge ogni anno le più importanti aziende del basanese, tra sport, degustazioni culinarie e gare artistiche. «È un'occasione per dare sfogo alle proprie capacità», racconta l'ad Eugenio Eger. «Non solo. Nell'ultima edizione della manifestazione una band composta da dipendenti di varie divisioni della nostra azienda ha preso parte alla competizione musicale, riscontrando poi benefici in termini di affiatamento».

Tommaso Concina, country manager di Dupont Italia (chimica), ricorda una giornata trascorsa con tutto il team della Penisola sui cavalli a Versailles. «Anche chi non aveva mai fatto questa esperienza è stato chiamato a interagire dopo una brevissima formazione e questo ha consentito di affrontare alcune situazioni tipiche della vita aziendale: affrontare e superare la paura per le sfide che si presentano, imparare a interagire con gli sconosciuti, infine costruire un percorso di fiducia reciproca con i colleghi che lavorano al medesimo progetto».

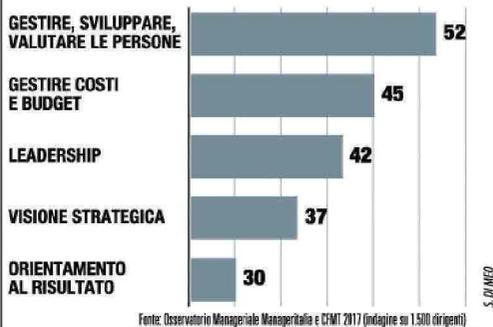
Tutte esperienze indirizzate in definitiva a migliorare l'efficienza dei processi e accelerare sul fronte della produttività, un terreno che vede il nostro Paese arrancare rispetto ai concorrenti internazionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I COMPITI DEL MANAGER

Le cinque principali competenze richieste oggi, in %



Qui sopra, le principali competenze richieste oggi ai manager secondo un'indagine Manageritalia



1



2

Roberto Beccari (1), presidente Manageritalia Milano e **Walter Bucelli** (2), dir. generale di Enegan

