

FIERA DEL COACHING AICP
Milano, 12 GIUGNO 2010
SESSIONE TABLE COACHING CORPORATE

Il tema:

Le potenzialità delle grandi Aziende Corporate in Italia.

Come combattere la stagnazione economica nel settore Corporate.

Come fare "Coaching Sociale" entrando dalla "porta" Corporate.

Background:

L'arena globale in cui le corporate italiane si trovano a competere oggi sembra privilegiare i player di grandi dimensioni (le nostre corporate maggiori si situano lontane dalle prime corporate globali per dimensioni).

Le strategie aziendali corporate in Italia sembrano focalizzarsi quasi esclusivamente sul contenimento dei costi, sul lavoro "precarizzato" e sulla delocalizzazione della produzione più che sul design, l'innovazione e sulla Corporate Social Responsibility .

Cina ed India, avviandosi verso la produzione di beni a sempre maggiore valore aggiunto, si stanno trasformando da subfornitori globali a concorrenti ed acquirenti globali, acquistando sempre più il ruolo di "motore" dell'economia mondiale.

Quali sono gli spazi:

La creatività (la maggiore potenzialità espressa dall'Italia del Rinascimento) sembra non appartenerci più, lasciando il posto ad una sensazione di incertezza e precarietà.

La capacità di far danzare con agilità gigantesche corporate diviene un fattore critico perché, in un ambiente economico-sociale dalla scarsa prevedibilità, non è il più forte che sopravvive ma il più veloce a comprendere, adattarsi e cavalcare il cambiamento (l'insegnamento di Charles Darwin risulta più che mai attuale oggi).

Manager partecipanti al table coaching:

Dr Fabio Vastarelli, Amministratore Delegato Lavorint

Dr Sergio Rossi, Amministratore Delegato Oracle Italia

D.ssa Valeria Arrigoni, HR Head TNT Post Italia

Dr Gabriele Terruzzi, HR Head Istituto Auxologico di Milano

FIERA DEL COACHING AICP
Milano, 12 GIUGNO 2010
SESSIONE TABLE COACHING CORPORATE

Coach :

Dr Alessandro A.E LoRusso, Vice Presidente AICP

Sinossi:

Il Table Coaching Corporate apre la serie dei grandi *table coaching AICP*.

Abbiamo deciso di partire dall'ambito "grandi aziende corporate" perché si tratta dell'ambito nel quale il coaching è già utilizzato da decenni, tanto da essere da molti considerato, riduttivamente, l'unico ambito di applicazione possibile del coaching (performance individuali e di team, clima aziendale, sviluppo delle competenze, ecc).

Il nostro intento è non solo individuare insieme ai partecipanti possibili strategie "anti declino" in ambiente corporate, ma altresì verificare insieme se l'utilizzo del coaching nelle corporate possa essere considerato una delle varie "porte di accesso" per fare "**Coaching Sociale**", per sviluppare sistematicamente le potenzialità della società in cui viviamo.

La prima considerazione espressa dai partecipanti, tutti provenienti da vari ambiti del mondo delle grandi aziende in Italia e nel mercato globale, ha riguardato le sfide che loro si trovano ad affrontare come manager e *change agent* nelle loro organizzazioni. Emerge subito una **grande sfida culturale**, ovvero l'importanza di riuscire ad integrare generazioni e culture di provenienza molto differenti al fine di generare potenzialità ed opzioni partendo dai singoli individui.

Una tematica destinata a divenire sempre più importante con il crescente ingresso nell'ambiente corporate delle nuove generazioni e di persone provenienti da altri paesi ed etnie, contraddistinte da un sistema di credenze e da paradigmi valoriali sempre più differenziati e "personalizzati".

Un piccolo esempio sono le minimoschee interne ed i relativi spazi per le relative abluzioni in alcune grandi *corporate university* (es. Eni), così come i tavolini da ping pong e gli spazi per pisolini pomeridiani negli uffici di corporate americane contraddistinte da forza lavoro e top management giovanissimi (es. Yahoo, Facebook)

Dall'individuo stesso parte il difficile ed essenziale compito di costruire la fiducia necessaria a coinvolgere tutti gli *stakeholder* interni ed esterni all'azienda. Dalla creazione di mero valore aggiunto, quindi, alla creazione congiunta di valori economici e sociali condivisi, connessi in modo imprescindibile, dove l'aspetto sociale supporta quello economico e viceversa.

Dalle persone parte, altresì, la sfida a catalizzare le potenziali generazioni di valore derivanti dall'integrazione dei servizi possibili, che non riescono ad esprimersi se non si riesce ad esprimere concretamente le potenzialità delle singole persone coinvolte; un tema presente sia nelle fasi di contrazione/severance che nelle fasi di successo caratterizzate da espansione ed integrazione vorticoso di nuove acquisizioni e nuove "tribù" aziendali.

Per attivare questa creazione di valore esprimendo il potenziale delle persone è importante generare e mantenere un clima di fiducia onnipervasivo, innanzitutto attraverso l'esempio. In questo gli italiani trovano un punto di forza nel loro pragmatismo, indispensabile per fare sistema e creare valore aggiunto nei team dove il valore del tutto diventi maggiore della

FIERA DEL COACHING AICP
Milano, 12 GIUGNO 2010
SESSIONE TABLE COACHING CORPORATE

semplice somma dei valori individuali, pur nel rispetto delle inevitabili proceduralizzazioni necessarie (viste come indispensabili "iniezioni di metodo e disciplina" a cui resistere crea più disvalore che valore).

Ricordiamo l'immortale lezione di Albert Einstein che diceva:

"L'esempio non è una delle cose che possono influenzare gli uomini... è l'UNICA cosa che li influenza!"; quanti manager e team leader odierni diventerebbero più "affidabili", incrementando esponenzialmente le loro performance e quelle dei loro team di lavoro, rivisitando questo insegnamento alla luce delle nuove recenti conoscenze sull'intelligenza emotiva, abbandonando la strada della paura per intraprendere quella della fiducia.

E' imprescindibile anche creare una forte chiarezza e consapevolezza culturale su che tipo di sistema è la specifica azienda dove si collabora, in cui, infatti, la condivisione della cultura è importante per cogliere le potenzialità individuali, dei team e dell'organizzazione come sistema complesso ed al tempo stesso dotato di specifiche e peculiari "individualità" e paradigmi valoriali singoli e collettivi.

Una frequente convinzione limitante è che questo "patto culturale intra-aziendale" debba passare per l'adesione acritica ad un modello standard omologante, piuttosto che per la ricerca dell'allineamento valoriale tra i paradigmi individuali e quelli aziendali nella piena valorizzazione e "capitalizzazione" delle peculiari differenze, che costituiscono preziosi catalizzatori di valore di sintesi culturale e non "problemi" (per generare corrente elettrica ci vogliono due poli opposti, non uguali).

Elemento chiave nel cogliere le potenzialità è la **SFIDA a percorrere nuove strade** che, paradossalmente, nelle aziende di successo viene "addormentata" dalla tendenza a fare le cose che hanno sempre funzionato, mentre nelle aziende in crisi è catalizzata dalla crisi stessa e dalla necessaria "*survival response*".

In quest'ottica, le crisi, come quella attuale, costituiscono sì un grande problema economico-sociale ma anche un importante "punto di opportunità" da cogliere al volo, durante il quale riconsiderare e porre in essere quelle svolte necessarie a costruire insieme i modelli economico-sociali del futuro (cfr Joseph Alois Schumpeter e la sua distruzione creativa nei sistemi dinamici) che sono i soli a poterci dare un futuro "sicuro".

Altro ostacolo alle potenzialità è la paura della meritocrazia, del non noto, del possibile fallimento; le nuove strade si tentano veramente solo in un clima di fiducia o di emergenza. Solo la fiducia può generare la creatività serena necessaria a trasformare le potenzialità in realizzazioni concrete, sconfiggendo l'individualismo per favorire l'interdipendenza.

Troppo spesso si preferisce utilizzare la strada dell'emergenza piuttosto che quella della fiducia, apparentemente più difficoltosa da percorrere; è per questo che più del 70% dei progetti di *change management* intrapresi falliscono miseramente.

Per cogliere queste potenzialità ed esprimerle in concreto diventa quindi necessario rompere i confortevoli o, paradossalmente, spesso *disconfortevoli* ma ormai abitudinari paradigmi mentali esistenti creando dei sistemi di competenze e potenzialità individuali che generino valore in modalità non gerarchico autoritarie ma di autorevolezza, condivisione, ispirazione, fiducia.

FIERA DEL COACHING AICP
Milano, 12 GIUGNO 2010
SESSIONE TABLE COACHING CORPORATE

La strada che porta al futuro (parafrasando William Henry *Gates* III) è lastricata di **autoresponsabilizzazione, fiducia e proattività** individuale e di team nella creazione di valore aggiunto economico e sociale, non certo dagli ordini e dalle gerarchie del passato.

Un tema questo che in seguito è emerso come assolutamente trasversale a tutti i tavoli successivi e che dimostra l'attuale centralità dell'essere umano e delle sue potenzialità, più che delle gerarchie, nella creazione del successo individuale e collettivo, nonché la consapevolezza individuale e del contesto, la fiducia e la creatività come tre pilastri imprescindibili di qualsiasi successo sociale ed aziendale.

Indipendentemente dalla "porta" di accesso (corporate, pmi, sport, scuola, famiglia) le potenzialità dell'essere umano sono al centro della creazione del valore e del benessere socio-economico ed il coaching si dimostra un approccio ed una metodica imprescindibile per la concreta realizzazione di quest'ultime.

Alessandro LoRusso

*

Il Coach Alessandro LoRusso è un esperto di coaching corporate ed intelligenza emotiva, con pratica ventennale, dapprima come manager, quindi come coach professionista full time, con più di 1500 ore di coaching e varie centinaia di persone sinora seguite, in coaching individuale, group coaching d'aula, team coaching, executive coaching, shadow coaching e progetti complessi di change con formazione di coach interni e community of practice.