

## InnerFly e Change Partnership: nasce il Coaching

Il Coaching è l'innovativo progetto di consulenza e formazione che nasce dall'esperienza di **The Change Partnership** (nata dieci anni fa, conta più di 100 coach a livello mondiale e ha rapporti con oltre 500 aziende sparse nel mondo, tra cui le prime 50 più importanti società del FTSE100 di Londra) e di **InnerFly Consulting**, società italiana specializzata nel settore della formazione, del Coaching e nella gestione delle risorse umane. «Il Coaching - afferma **Maurizio Varini**, che fa parte del management della società ed è esperto coach aziendale certificato e accreditato presso The Change Partnership, e membro della International Coach Federation (ICF) - aiuta a migliorare le prestazioni grazie a un meccanismo che sfida i business leader a raggiungere il loro massimo, individualmente e collettivamente. Il Coaching si concentra sui fatti e situazioni lavorative reali, evitando astrazioni o scenari stile aula scolastica, in modo da fornire un apprendimento concreto fortemente orientato al raggiungimento di risultati tangibili. Basato su incontri individuali tra manager e coach, si articola attraverso una serie di conversazioni legate alla vita professionale del singolo cliente. Si tratta quindi di un "percorso su misura", progettato e sviluppato tramite strategie e azioni che nascono da eventi e decisioni quotidiane, riflessi nelle conversazioni tra manager e coach. Non è semplice dare una definizione univoca del termine "Executive Coaching", o meglio, in Italia non è ancora stato trovato un sinonimo che, tradotto, abbia un significato riconducibile all'interpretazione americana, dove appunto questa idea è nata e si è diffusa con enorme successo. In generale, si può identificare l'Executive Coaching con la metodologia formativa che permette ai manager e ai dirigenti aziendali di apprendere tecniche e strumenti innovativi che consentono loro di ottenere un costante miglioramento di performance, sia a livello personale che professionale, esprimendo al massimo il proprio potenziale di business leader. L'Executive Coaching è dunque un percorso formativo altamente personalizzato destinato all'evoluzione dei professionisti, che, grazie al supporto di un interlocutore competente e di fiducia, possono lavorare su temi di business riservati e complessi».

L'obiettivo del progetto, di cui sono partner **Maurizio Varini** e **Silvia Tassarotti**, anch'essa esperta coach aziendale, è di accrescere e accreditare sempre più la cultura del

coaching presso grandi strutture aziendali italiane. «Siamo partiti con aziende multinazionali - afferma Tassarotti - come Sara Lee, Pirelli, Vodafone, Crédit Suisse, HP, che già avevano conoscenza ed esperienza di un modello di formazione e consulenza come il coaching. In particolare, molto interessante è stato il rapporto con Sara Lee, all'interno di un progetto europeo mirato a offrire ai clienti qualcosa che coprisse interamente le loro esigenze di lingua e cultura, attraverso un approccio personalizzato volto a definire gli obiettivi. Negli Stati Uniti e in Inghilterra il coaching è già consolidato. Il coach è addirittura un benefit, un plusvalore fondamentale per il manager sulle cui potenzialità si intende investire. Siamo certi che presto questo strumento si affermerà anche in Italia».

Oltre a erogare l'Executive Coaching, The Change Partnership Italy ha introdotto un percorso di formazione rivolto ai manager che scoprono la potenzialità di diventare essi stessi coach per la gestione dei gruppi della propria azienda. «La "Coaching Academy" - dice Varini - è un percorso di formazione altamente innovativo. L'Accademia è stata creata per rispondere alle applicazioni chiave del Coaching e offre percorsi di formazione volti a creare la cultura dell'apprendimento continuo e del feedback costruttivo, a far crescere coach interni all'azienda e a sviluppare lo stile di leadership e le competenze dei manager come coach. Le conoscenze acquisite risultano fondamentali per gestire cambiamenti aziendali (fusioni, acquisizioni, spin-off, cambiamenti generazionali), potenziare la forza commerciale, fidelizzare risorse chiave e di alto potenziale e sviluppare una leadership efficace».

## Decolla l'e-learning

La crescente attenzione di numerose imprese verso le piattaforme di e-learning è dovuta alla possibilità di aumentare la velocità con cui diffondere la conoscenza all'interno dell'impresa.

Si intende per e-learning il sistema didattico di servizi di formazione attraverso supporti interattivi e multimediali, come personal computer, software, internet, Cd-Rom, che fornisce e facilita servizi e operazioni di autoformazione (attraverso corsi in rete), di Instructor-led (autoformazione con la possibilità di interagire con un istruttore e con gli altri partecipanti al corso), di briefing (interagendo con presentazioni trasmesse "live"), amministrazione (attenzione ai progressi dello studente durante il corso stesso). Questo risultato non può essere ottenuto attraverso i corsi su Cd-Rom che poco hanno a che vedere con il concetto di e-learning poiché non garantiscono l'interattività del processo formativo.

Nell'e-learning il 2002 ha visto l'Italia correre più veloce rispetto a Francia, Germania e Gran Bretagna, proprio perché finora il nostro Paese accusava un forte ritardo nell'assorbire e utilizzare i fondi europei. Oggi le stime parlano di un giro d'affari di circa 300 milioni di euro, a fronte dei 20 milioni di euro del 2001. L'e-learning si propone comunque come strumento dal poten-



**Maurizio Varini**  
**Silvia Tassarotti**

Esperti di coach aziendale presso la The Change Partnership Italy.

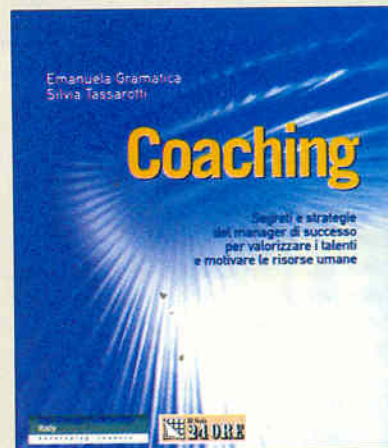


## Un libro di **Silvia Tassarotti** per capire i segreti e le strategie del manager attraverso il **coaching**

**D**al 22 settembre è in libreria il volume, edito dal Sole24Ore, "Coaching, segreti e strategie del manager di successo per valorizzare i talenti e motivare le risorse umane".

L'autrice **Silvia Tassarotti**, partner di **The Change Partnership**, vanta un'esperienza decennale nell'ambito della consulenza aziendale e della formazione professionale ed è specializzata in comunicazione, Coaching e gestione delle risorse umane. «Si tratta - dice Tassarotti - di uno dei primi libri sul Coaching scritti da un italiano, laddove finora i testi sull'argomento reperibili erano traduzioni di au-

tori perlopiù americani. Il volume sviluppa il contesto del Coaching e le sue strategie, che mirano alla comprensione delle competenze attraverso le sue specifiche di flessibilità. L'obiettivo, attraverso il Coaching, è quello di creare cultura laddove ci sia innovazione: intendendo per cultura un modello di lavoro impostato sui valori dell'apertura e della fiducia, attraverso lo stimolo di nuove domande piuttosto che l'utilizzo di facili risposte». Per l'Italia l'approccio è estremamente innovativo, in quanto le sperimentazioni del coaching sono molto recenti e non ancora del tutto amplificate in contesto editoriale.



ziale elevato, non tanto in concorrenza con la formazione tradizionale, quanto per affiancarla.

Uno dei settori in cui l'e-learning sembra avere maggiore successo è quello bancario che presenta tutte le caratteristiche ideali per la diffusione della formazione in rete: rapida obsolescenza delle informazioni di mercato, continue esigenze didattiche prodotte dagli aggiornamenti normativi, la capillarità della rete delle filiali, un contratto collettivo che prevede espressamente un aumento significativo delle ore di formazione e della popolazione destinataria degli interventi.

Oggi le banche hanno a disposizione **ABILEARNING**, il portale dell'apprendimento on line voluto dall'Associazione Bancaria Italiana per favorire la crescita dei progetti di e-learning in termini di numeri, qualità ed efficacia. Progettato e gestito da **ABIFormazione**, la training company dell'ABI (raggiungibile al sito [www.abilearning.it](http://www.abilearning.it)).

Basti pensare che le soluzioni dedicate alla normativa sull'Antiriciclaggio e all'Euro Changeover sono state fruite l'anno scorso rispettivamente dal 60% e dal 70% del personale dell'intero settore bancario. Una diffusione così ampia dei prodotti è resa possibile da tre caratteristiche che distinguono i corsi di **ABIFormazione** sul mercato dell'e-

learning: la specificità rispetto al contesto bancario e finanziario, l'autorevolezza degli Esperti **ABI** che validano i contenuti proposti in fase di progettazione, la flessibilità nelle modalità di fruizione.

Tale flessibilità nella modalità di erogazione dei corsi, già caratteristica distintiva, si è arricchita di un'ulteriore possibilità con il lancio del progetto **ABILEARNING**, che permette di fruire dei corsi **ABI** direttamente via internet, in una modalità facilmente accessibile e monitorata. Le aziende aderenti, infatti, hanno la possibilità di rendere disponibile ai loro dipendenti il catalogo di corsi web based di **ABIFormazione**, che contiene elementi didattici validati dagli Esperti dell'Associazione; rispondere alle esigenze di condivisione e scambio di esperienze da parte dei partecipanti ai corsi con ambienti web appositamente adibiti; offrire strumenti di tutoring on line a supporto dell'apprendimento in autoformazione, coadiuvati dai principali strumenti di collaborative learning; supportare l'erogazione di percorsi che integrano formazione in aula con formazione on line.

Inoltre, alle disponibilità tecnologiche si affianca la possibilità per le aziende di servirsi delle capacità e specifiche competenze sviluppate negli anni da **ABIFormazione**: per i

loro dipendenti potranno acquisire, oltre alla fruizione dei corsi, anche servizi di tutoring on line a livello contenutistico e, soprattutto, a livello metodologico.

Anche il mondo universitario è molto attento all'e-learning, sebbene sia ormai chiaro che gli iscritti a corsi di laurea con modalità di insegnamento a distanza (**FAD**) procedono, mediamente, più lentamente degli studenti che frequentano corsi "in presenza", ma in genere conseguono performance migliori sul piano del profitto. La curiosa considerazione emerge dal "Rapporto semestrale sulle attività didattiche della laurea on line in Comunicazione e marketing, curato per l'anno accademico 2002-2003 dalla facoltà reggiana di Scienze della comunicazione (Scienze della Comunicazione e dell'Economia) dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia. È la prima volta in Italia che si effettua un'indagine nella quale si pone a confronto il rendimento di un corso di laurea svolto in modalità "a distanza" con uno analogo svolto, in questo caso, "in presenza".

«Il tema della formazione a distanza in ambito universitario - ha sottolineato il Pro Rettore per la sede di Reggio Emilia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia prof. **Luigi Grasselli** - è di forte attualità. In particolare, la pos-